



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

“LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO
EN EL ECUADOR Y SU APORTE A LA CREACIÓN DE RADIOS
COMUNITARIAS EN LAS PARROQUIAS RURALES DEL SUR
DEL CANTÓN LOJA. PERÍODO MARZO-JULIO 2014”

AUTORA:

Tesis previa a la obtención del
grado de Licenciada en Ciencias
de la Comunicación Social.

Gianella Patricia Armijos Macas

DIRECTOR DE TESIS:

Mg. Sc. Sybel Ontaneda Andrade

LOJA - ECUADOR
2014

CERTIFICACIÓN

Mg. Sc. Sybel Ontaneda Andrade.

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado “**LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO EN EL ECUADOR Y SU APOORTE A LA CREACIÓN DE RADIOS COMUNITARIAS EN LAS PARROQUIAS RURALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA. PERÍODO MARZO – JULIO 2014**”; de la autoría de la egresada: **Gianella Patricia Armijos Macas**, previa a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social; ha sido asesorado y monitoreado con pertinencia y rigurosidad científica, la ejecución del proyecto de tesis, por lo que se autoriza su impresión, presentación, sustentación y calificación reservada así como su defensa pública.

Loja, 16 de Diciembre de 2014

Atentamente,



Mg. Sc. Sybel Ontaneda Andrade.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo GIANELLA PATRICIA ARMIJOS MACAS, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizó a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el repositorio institucional – Biblioteca Virtual.

Autor: Gianella Patricia Armijos Macas

Firma: 

Cédula: 1104672272

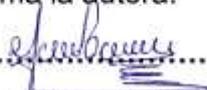
Fecha: diciembre 16 de 2014.

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Mérida Maribel Castillo Ordóñez, declaro ser autora de la tesis titulada: **EL ESTRÉS INFANTIL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO SOCIAL EN LAS NIÑAS Y NIÑOS DEL PRIMER AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA PARALELO "A" DE LA ESCUELA "MARIETA DE VEINTIMILLA" DE LA CIUDAD DE LOJA PERIODO 2012-2013.** Como requisito para optar el grado de: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, MENCIÓN: PSICOLOGÍA INFANTIL Y EDUCACIÓN PARVULARIA autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de Información de país y del exterior, con las cuales tenga convenio con la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero. Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los quince días del mes de Diciembre del dos mil catorce, firma la autora.

FIRMA:..........

AUTORA: Mérida Maribel Castillo Ordóñez

CÉDULA: 0703743229

DIRECCIÓN: Loja– Esteban Godoy

CORREO ELECTRÓNICO: Jonathan-jpr@hotmail.com

CELULAR: 0986374429

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Dra. Mg. Sc. Teresa Del Niño Jesús Arias Jara

TRIBUNAL DE GRADO:

Lic. Mg. Sc. María Eugenia Rodríguez **(Presidenta)**

Dra. Mg. Sc. Daisy Alejandro Cortés **(Vocal)**

Lic. Mg. Rosita Fernández Bernal **(Vocal)**

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento es la memoria del corazón, por esta razón agradezco en primer lugar a Dios por darme la vida y salud para poder culminar mis estudios universitarios; agradezco a mis padres la fuente de apoyo incondicional que me permitieron lograr este objetivo de mi vida.

A la Universidad Nacional de Loja, especialmente a la carrera en Ciencias de la Comunicación Social que me ha brindado la preparación académica, por ser una institución de alto prestigio a nivel nacional, formadora de profesionales valiosos y comprometidos con la patria.

Agradezco a mi director de tesis: Mg. Sc. Sybel Ontaneda, por la paciencia y dedicación con la que ha revisado este trabajo investigativo, su oportuna ayuda ha sido el pilar fundamental en la construcción de este proyecto, gracias por brindarme su apoyo profesional.

A los representantes de las instituciones públicas y presidentes de los Gobiernos Autónomos Parroquiales período 2009-2014 del sur del cantón Loja, por la información que me brindaron, por el carisma y sinceridad de sus palabras.

A mis abuelos, hermanas, tíos, amigos, entre otros, que de forma directa e indirecta han sido el apoyo a lo largo de estos años de estudios universitarios, gracias por la confianza y por creer en mí.

Gianella Armijos Macas.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por ser el ser espiritual que me ha dado la existencia y la salud cada día, tranquilidad en tiempos difíciles, motivación y fuerza para continuar hacia adelante; pongo en sus manos mi vida y mi sacrificio para que según su voluntad se cumplan los designios de amor infinito.

A mis padres: Galo y Mercedes, como apoyos fundamentales de esta meta, por haber apoyado mis sueños, por sus consejos, el sustento económico, su atención y cuidado en el hogar, porque gracias a sus cuidados he podido estar donde estoy.

A mis amigos que han apoyado este sueño con palabras de motivación por enseñarme que la vida está compuesta de sacrificio, amor y felicidad.

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

BIBLIOTECA: Área de la Educación, el Arte y la Comunicación											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR/ NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA Y AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DEGRADACIONES	NOTAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIOS COMUNIDAD		
TESIS	Gianella Patricia Armijos Macas. “La democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte a la creación de radios comunitarias en las parroquias rurales del sur del cantón Loja. Período marzo-julio 2014”.	UNL	2014	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	MALACATOS SAN PEDRO DE VILCABAMBA VILCABAMBA QUINARA YANGANA	Moyocha Taxiche Granadillo Sacapo Atillo	CD	Licenciada en ciencias de la Comunicación Social

UBICACIÓN GEOGRÁFICA



Fuente: www.googlemaps.com

MODELO DEL TERRITORIO DESEADO



ESQUEMA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN

AUTORÍA

CARTA DE AUTORIZACIÓN

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

ESQUEMA DE CONTENIDOS

a. TÍTULO

b. RESUMEN

SUMMARY

c. INTRODUCCIÓN

d. REVISIÓN DE LITERATURA

e. MATERIALES Y MÉTODOS

f. RESULTADOS

g. DISCUSIÓN

h. CONCLUSIONES

i. RECOMENDACIONES

PROPUESTA

j. BIBLIOGRAFÍA

k. ANEXOS PROYECTO

ÍNDICE

a. TÍTULO

LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO EN EL ECUADOR Y SU APORTE A LA CREACIÓN DE RADIOS COMUNITARIAS EN LAS PARROQUIAS RURALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA. PERÍODO MARZO-JULIO 2014.

b. RESUMEN

La presente investigación denominada: **“La democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte a la creación de radios comunitarias en las parroquias rurales del sur del cantón Loja. Período marzo-julio 2014”**, evidencia la apertura de la Ley de Comunicación y leyes del país vigentes para el acceso a la comunicación democrática de comunidades, pueblos y nacionalidades del país a través de la creación equitativa de medios de comunicación comunitarios. En el desarrollo del tema se empleó métodos, materiales, técnicas e instrumentos que coadyuvaron para precisar el trabajo investigativo. Con los resultados obtenidos a través de la metodología, con mayor precisión en la aplicación de la encuesta y entrevista se verificaron tanto el objetivo general como específico para evidenciar las expectativas trazadas en la investigación y así establecer conclusiones y recomendaciones producto de la investigación. Con todo el trabajo de campo realizado, se formuló una propuesta alternativa analizando el proceso de democratización del espectro radioeléctrico en la construcción de una radio comunitaria. Fundamentalmente el apoyo de los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja y de autoridades relevantes en el tema, brindaron los elementos necesarios para la edificación del proceso investigativo. Una vez conocido, analizado y sintetizado el problema, se propone la creación del proyecto comunicacional para la implementación de una radio comunitaria que beneficie a las cinco parroquias rurales del sur del cantón Loja, se denominará **“La voz del Sur”** y será administrada por los presidentes de los Gobiernos Parroquiales.

Palabras Clave:

Beneficios, Democratización, Leyes, Parroquias Rurales, Radios Comunitarias.

SUMMARY

This research entitled: "The democratization of the airwaves in Ecuador and its contribution to the establishment of community radio stations in the rural parishes Loja Canton South. March-July 2014 period, "evidence opening the Communications Act and applicable laws of the country for access to democratic and free communication of communities, peoples and nationalities of the country through the creation of equitable community media. In the development of the subject methods, materials, techniques and instruments that contributed to clarify the investigative work was used.

With the results obtained from the methodology, more precisely in the implementation of the survey and interview were verified both the general and specific objective to demonstrate the expectations outlined in the research, also draw conclusions and recommendations of the research product. With all the fieldwork, an alternative proposed by analyzing the process of democratization of the airwaves in the construction of a community radio was formulated. Fundamentally the support of the inhabitants of the rural parishes in southern canton of Loja and relevant authorities on the subject, provided the elements necessary for building up the research process. Once known, analyzed and synthesized the problem, the creation of the communication project for the implementation of a community radio station that benefits five rural parishes Canton South Loja intends, "Voice of the South" will be called and will be administered by the presidents of the Parish Government.

Keywords:

Benefits, Community Radio, Democratization, Law, Rural Parishes.

c. INTRODUCCIÓN

La comunicación es el elemento clave en las relaciones humanas para entender el complejo mundo que nos rodea, los medios de comunicación se encargan de transmitir mensajes destinados a satisfacer las necesidades informativas de los receptores. Alrededor del mundo, la mayor parte de los medios de comunicación son de carácter privado, las informaciones que producen se orientan al consumo y no a la solución ni cobertura de temas generados en zonas alejadas de las grandes ciudades.

En el Ecuador, existe un alto porcentaje de medios de comunicación privados, el sector rural y comunitario no se ha incluido, en su mayoría, como prioridad para la elaboración de mensajes destinados a su satisfacción. Actualmente, los medios comunitarios apenas cuentan con el 1,76% de frecuencias a nivel nacional. Los medios de comunicación comunitarios han sido vistos como aquellos que se desarrollan en lugares lejanos, marginales, propio de campesinos que no aportan a lo mediático y político, existiendo un gran déficit histórico con este sector de la comunicación.

La Constitución de la República del Ecuador en el año 2008 y la creación del proyecto Ley de Comunicación aprobado en el 2013, han incluido en sus apartados a la comunicación como un derecho. En el título VI, artículo 106 se establece la democratización del espectro radioeléctrico mediante la asignación equitativa de frecuencias 33% medios privados, 33% medios públicos y 34% medios comunitarios. A pesar de lo estipulado en la ley, en el caso particular de la provincia de Loja, no existen medios de comunicación comunitarios, los medios privados conservan supremacía.

Ante esto, surge la necesidad de investigar, cómo la Ley Orgánica de Comunicación 2013 aporta a la creación de radios comunitarias a través de la democratización del espectro radioeléctrico. El contexto escogido son las parroquias rurales del sur del cantón Loja: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana y Quinara, por su incidencia cultural, turística y económica.

La democratización del espectro radioeléctrico otorga grandes beneficios para el acceso a las frecuencias, sobretodo de sectores rurales que no cuentan con medios de comunicación. Las radios comunitarias son un aporte importante para conseguir la democracia y el desarrollo en territorios en los que habitan comunidades importantes, la información local es fuente de transformación y cambio social.

El objetivo principal de la investigación es analizar leyes del país vigentes para determinar como la democratización del espectro radioeléctrico aporta a la creación de radios comunitarias. En la investigación se establecen objetivos específicos como: determinar el nivel de conocimiento sobre el proceso de democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador, aspectos positivos y negativos para determinar si los habitantes conocen como obtener beneficios de las leyes y exigir sus derechos; establecer si en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja existe la posibilidad de crear una radio comunitaria, el apoyo de la comunidad es vital en el proceso de creación, debiendo existir un entorno favorable que propicie su creación; conocer las necesidades informativas de las comunidades que habitan en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja, para informar en base a lo que la comunidad necesita conocer, potenciando la información local y comunitaria; determinar los mecanismos de creación, que establece la ley, para la asignación de frecuencias y creación de radios comunitarias y así informar a la comunidad de las parroquias rurales del sur del Cantón Loja, a través del análisis de los decretos, reglamentos y leyes vigentes para la asignación de frecuencias; y, finalmente elaborar una propuesta alternativa que permita la creación de una radio comunitaria en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, basada en las necesidades informativas con un alto compromiso comunitario y social.

La creación de la radio comunitaria para las parroquias rurales del sur del cantón Loja resolvería un problema comunicacional, en vista que los medios de comunicación locales del cantón Loja no se centran en las necesidades informativas de los habitantes de estos sectores, por lo tanto, se analizan las principales características de los habitantes de estas parroquias para conocer a

fondo los elementos necesarios en la creación de una radio comunitaria inscritos en las leyes vigentes del país.

La investigación se ha organizado de la siguiente manera, guardando relación con el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja.

En las partes preliminares constan; a) título, b) resumen, de forma objetiva se explica la investigación, c) introducción para insertar al lector en el tema, explicando los objetivos y el problema que se investigó, posteriormente d) revisión de literatura, en la que se fundamenta conceptos y autores. Consecutivamente el literal e) materiales y métodos, se explica los métodos y técnicas utilizados para recoger la información. En el literal f) resultados, exponiendo y analizando la información obtenida mediante la aplicación de los instrumentos de investigación para obtener elementos finales como: g) discusión, h) conclusiones, i) recomendaciones j) bibliografía y k) anexos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Para comprender de forma adecuada el tema de investigación fue necesario la búsqueda de bibliografía, tomando en cuenta libros, artículos, revistas, folletos e Internet para determinar conceptos necesarios que fundamenten el tema a investigar, reforzando el conocimiento científico.

La revisión de literatura organiza la información para presentarla ordenadamente con un ideal claro, que permita la comprensión, descripción y relación con la fuente de estudio y se presenta a continuación, de esta forma:

Democratización

Definición: La democratización puede ser entendida desde distintas acepciones, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2006) afirma: “Democratizar. Hacer demócratas a las personas o democráticas las cosas” (párr.1). Desde esta breve definición podemos entender que democratizar es ampliar el campo de una determinada situación para hacerlo accesible a un grupo mayor de individuos.

Aunque el concepto democratización se encuentre estrechamente relacionado con temas políticos, no es necesariamente el único campo de su definición, puede ser aplicado a distintos ámbitos, así la democratización es poner en igualdad de condiciones, con libertad de oportunidades que anteriormente eran negadas o estaban a un nivel de alcance difícil.

En este caso en particular, la explicación se centra en el concepto democratización de los medios de comunicación, lo cual significa que el poder ya no forma parte de personas privadas, sino que se ha repartido en forma igualitaria a distintos sectores.

Democratización de los medios:

Antecedentes: El proceso de democratización en América Latina ha traído enormes beneficios a los países del Tercer Mundo, la desvinculación económica y de poder aumentado considerablemente las oportunidades de desarrollo.

Una de las características distintivas de la llamada revolución en las comunicaciones producida en los últimos años del Siglo XX es la alteración de lógicas de acción y funcionamiento de las principales industrias y la consecuente modificación de los roles y perfiles de respectivamente. En América Latina esta tendencia es complementada por la concentración de los mercados informacionales, cuyos actores fundamentales son los grupos de mayor envergadura de la región y su alianza con los principales grupos globales. (Mastrini & Becerra. 2003, p.1)

Oswaldo León (2013) dice: “Sin democratización de la comunicación, no hay democracia”, consigna que se convirtió en el lema de grupos activistas, que reclamaron durante mucho tiempo la oportunidad de acceder a los medios para debatir su rol y responsabilidad social.

El reconocido escritor político y activista León, afirma que la lucha por conseguir una comunicación horizontal se da a partir del rol asumido por los grupos sociales que buscan la tan ansiada libertad de expresión, a continuación su afirmación:

Cuando ante la incapacidad del neoliberalismo de resolver los problemas que prometió hacerlo y que por el contrario los agravó el mapa político cambia de color, paulatinamente va cobrando fuerza esa demanda básica de abrir el debate sobre los medios de comunicación y sus responsabilidades sociales. Y el imposible se revierte: los medios del establecimiento se atrincheran en el sentido patrimonialista de la “libertad de expresión”, a partir de la cual tratan de imponer un gran monólogo (...); pero resultan rebasados por un proceso de democratización que aspira garantizar como mínimo la pluralidad y diversidad informativas, abriendo y asegurando condiciones para que los sectores sociales tradicionalmente excluidos puedan irrumpir en tal espacio. Y es así como el debate está abierto. (León Oswaldo. 2009. Párr.4)

A pesar de las conjeturas existentes a partir de la creación de estas leyes en América Latina, cabe destacar que el objeto de la ley es abrir oportunidades de desarrollo a través de la comunicación, en muchos casos no se ha podido cumplir con el fin perfilado por la existencia de orientaciones políticas que han transmutado el sentido de las leyes, pero resaltando el fin social de su creación e importancia.

La primera muestra de la democratización de los medios se dio en Venezuela con el Presidente Hugo Chávez, el cual en el 2002 reconoció a los medios comunitarios como ejes de desarrollo, se creó la “Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión”

En Bolivia, el nuevo texto Constitucional del 2009, abrió un nuevo escenario para acelerar el proceso de cambio. La legislación reconoce el derecho a la comunicación y a la información.

En el 2009, el senado Argentino aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la ley propone la desmonopolización del sector de grandes conglomerados.

De igual forma en Brasil y Uruguay, las leyes se han volcado hacia la construcción de leyes que regulen el aspecto comunicacional, interesándose en el libre acceso de los medios de comunicación y en la comunicación como eje de desarrollo.

Oswaldo León afirma:

La causa de la democratización de la comunicación que cada vez más es asumida por una diversidad de movimientos sociales, y ya no únicamente por actores relacionados directamente con este campo,

con ritmos y particularidades propias de los respectivos países”. (2009, pág. 1).

Situación del Ecuador:

En primer lugar la Constitución de la República del Ecuador aprobada en el 2008 contiene un capítulo dedicado a los derechos de la comunicación en el que se garantiza la existencia y funcionamiento de medios públicos, privados y comunitarios en igualdad de condiciones. Reconoce a la comunicación y la información como derechos humanos

El artículo 16 inciso 3 de la Constitución se refiere al derecho de toda persona de crear medios de comunicación social.

El artículo 17 señala que el estado garantiza la asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias.

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 legislación a los medios (...) en la búsqueda de un derecho humano fundamental e inalienable: el derecho a la comunicación. (Cutimbo, 2011, p.11)

La democratización de los medios en nuestro país ha sido trascendental, a partir de la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación se estableció la democratización del espectro radioeléctrico, en su artículo 106 establece la distribución equitativa de frecuencias determinando el 33% para medios privados, 33% medios públicos y el 34% medios comunitarios.

La convergencia de distintos sectores en el control de la comunicación le brinda el carácter democrático, siglos atrás la comunicación e información era

manejada por grandes grupos de poder económico existiendo un monopolio en la comunicación. Actualmente la distribución equitativa del espectro radioeléctrico permite ejercer el derecho a la comunicación establecido en la Carta Magna que rige nuestro país.

Espectro Radioeléctrico

Definición: Técnicamente el espectro radioeléctrico es definido como:

“Un conjunto de ondas electromagnéticas que se propagan por el espacio sin necesidad de guía artificial utilizado para la prestación de servicios de telecomunicaciones, radiodifusión sonora y televisión, seguridad, defensa, emergencias, transporte e investigación científica, así como para un elevado número de aplicaciones industriales científicas y médicas” (CONATEL, 2012, p.11)

El espectro radioeléctrico constituye un subconjunto de ondas electromagnéticas u ondas hertzianas fijadas convencionalmente por debajo de 3000 GHz, que se propagan por el espacio sin necesidad de una guía artificial.

Además el espectro radioeléctrico brinda una gran variedad de beneficio a la ciudadanía en general, mediante la prestación de servicios de telecomunicación y la Constitución del Ecuador controla todo el sistema, mediante la asignación de frecuencias.

El espectro radioeléctrico es considerado por la Constitución de la República como un sector estratégico, por tanto, el Estado se reserva el derecho de su administración, regulación, control y gestión. Dentro de este contexto, La legislación de telecomunicaciones ecuatoriana lo define como un recurso natural limitado, perteneciente al dominio público del Estado, inalienable e imprescriptible. (SENATEL, 2013, p.1)

Ley de Comunicación: El artículo 105 de la Ley Orgánica de Comunicación, se refiere a la administración del espectro radioeléctrico como:

Un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable. La administración para el uso y aprovechamiento técnico de este recurso público estratégico la ejercerá el Estado central a través de la autoridad de telecomunicaciones. En ningún caso, la

administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación. (Ley de Comunicación, 2013, p. 18).

Manejo del espectro radioeléctrico:

“El uso de frecuencias radioeléctricas para los servicios de radiodifusión y televisión, requiere de una concesión previa, otorgada por el Estado, que dará lugar al pago de los derechos que corresponda(...) En la Ley de Radiodifusión y Televisión se establece, que las frecuencias de radiodifusión y televisión constituyen patrimonio estatal, por lo que el Estado Ecuatoriano, a través del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), otorgará las frecuencias o canales, así como regulará y autorizará estos servicios en todo el territorio nacional.” (Luzuriaga, 2010, p.13)

Por mucho tiempo, las frecuencias del espectro radioeléctrico eran vendidas al mejor postor, el proceso de obtención de frecuencias no se realizaba mediante un concurso público, evidenciando el claro complot mediático que existía. Actualmente, las frecuencias se otorgan a través del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, mediante un definido proceso que inicia con la elaboración de un proyecto comunicacional.

Medios de Comunicación Social.

Definición: Los medios de comunicación social son los canales a través de los cuales se difunde información. Estos pueden ser radios, prensa, televisión, medios digitales, etc.

Los medios de comunicación social son canales de expresión, medios de difusión que tienen como fin dirigirse a un público, poseen una influencia decisiva en la sociedad pues moldean las decisiones, la opinión e incluso las formas de reconocimiento social y las formas de hacer política. Sin embargo, los sujetos receptores de los mensajes tienen la capacidad de reinterpretar y decodificar su contenido, según su forma de ver y pensar al mundo. (Barbero.1999.p.11)

Los medios de comunicación social mantienen responsabilidades con los ciudadanos entre estos constan: respetar los derechos humanos,

desarrollar el sentido crítico, contribuir a la paz, no presentar publicidad engañosa, fortalecer la democracia, entre otros.

Tipos de medios de comunicación social: Se los clasifica en medios públicos, privados y comunitarios.

Medios Públicos: Lo que es común y disponible para todos. Botero (2006) lo plantea “como un lugar de intercambio de ideas, pasiones, visiones, espacios, imágenes, intereses y autores que desfilan como un mar de representaciones heterogéneas” (p.45).

Art.- 78.- Definición.- Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público.

Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea. Los medios públicos son financiados por el Estado, cuentan con un consejo editorial y ciudadano. Se garantiza su autonomía editorial. (Ley de Comunicación, 2013, p.15)

Medios privados: Lo privado hace referencia al uso exclusivo de algo, en este caso el uso privado de un medio de comunicación social, no estatal.

Art.- 84.- Definición.- Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social. (Ley de Comunicación, 2013, p.15)

Medios Comunitarios: Entidades sociales sin fines de lucro cuyo fin es contribuir al desarrollo de la comunidad a la que se pertenecen, involucra intereses compartidos.

La Ley de Comunicación define a los medios comunitarios como:

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. (Ley de Comunicación, 2013, p.15)

Una vez que se ha definido lo que es un medio de comunicación comunitario, es necesario aclarar lo que jurídicamente se ha establecido para este tipo de medios como su creación y orientación social, así la ley dice:

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, e interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa administrativa y técnica de los medios comunitarios...(Ley de Comunicación, 2013, p.15)

El principal debate de los medios de comunicación comunitarios está relacionado con su sostenibilidad económica, por ser medios comunitarios corren el riesgo de ser minimizados por medios de comunicación con mayor acogida, pero la ley de comunicación ha establecido claramente que los medios comunitarios contarán con la venta de publicidad por parte del Estado y podrán vender espacios de publicidad para autofinanciar su sostenibilidad:

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.

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas podrán generar fondos concursables para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios. (Ley de Comunicación, 2013, p.16)

Como se analiza los medios de comunicación comunitarios orientan sus intereses al bienestar colectivo de la comunidad a la que pertenecen por lo tanto su misión es social, al no ser parte de negocios lucrativos puede brindar un servicio de calidad sin responder a intereses económicos, el personal que lo conforma es parte del grupo social y existe un ambiente de mayor cordialidad entre los colaboradores.

Los medios comunitarios pueden ser radio, televisión, periódicos, revistas o algún medio de difusión que sirva para compartir experiencias con la comunidad y comunicar sus principales intereses.

En este caso particular, se tratara del tema medios comunitarios a través de la importancia de la radio comunitaria.

Radios Comunitarias:

Las radios comunitarias son muy importantes ya que dan un rol protagónico a la ciudadanía, presentando a las comunidades como factores principales de desarrollo.

Para brindar una definición de lo que constituye una radio comunitaria, se remonta el concepto tradicional de radio definido como un medio de transmisión de señal de audio a través de ondas de radio, en este sentido las radios comunitarias constituyen la transmisión de audio en una comunidad específica.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), da un concepto de radio comunitaria de la siguiente manera, basada en tres factores:

En primer lugar, la radio comunitaria está caracterizada por la activa participación de la comunidad en los procesos de creación de noticias, información y entretenimiento, con un énfasis en temas y preocupaciones locales. Con capacitación los productores pueden crear programas usando sus propias voces. En segundo lugar es esencial que sea una empresa sin fines de lucro. En tercer lugar la programación es designada por la comunidad para mejorar las condiciones sociales y calidad de vida. La comunidad misma decide cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la provisión de información. (Consulta en línea).

Además promueve la democratización de las sociedades, permitiendo el acceso de comunidades y organizaciones sociales a la comunicación y a las formas de expresión. Promueven el desarrollo local a través de la organización en temas recurrentes de interés general.

Las radios comunitarias se constituyen el puente para la transmisión de información, son la voz de quienes no han podido acercarse a un medio de comunicación para denunciar requerimientos y necesidades prioritarias. Su misión es ofrecer una diversidad de programas de distinta clase para que la comunidad pueda elegir el tipo de programación que se adecúe a sus intereses.

Una radio comunitaria es en esencia un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con intereses comunes que tienen una propuesta hacia su entorno inmediato. Supone utilizar un soporte tecnológico llamado radiodifusión, para que la ciudadanía ejerza su libertad de expresión en la esfera de lo público, con la idea de generar un diálogo colectivo tendiente a construir consensos y contribuir a una participación corresponsable. Por ello, la pluralidad es una característica de su condición. (Carrión, 2007, p.4)

Realizando una retrospectiva acerca del surgimiento de las radios comunitarias, es preciso recordar que las radios comunitarias surgen como medios alternativos de comunicación, una vez que los medios privados se apoderaron durante años de la comunicación, fue preciso buscar alternativas que brinden una comunicación efectiva para una comunidad, lejos de la concepción y pensamiento de ciudad, ubique a la información recurrente de

estas comunidades como las principales informaciones que era preciso presentar.

La primera radio comunitaria surgió en Colombia y se denominó Radio Sutanteza, su precursor fue el padre José Joaquín Salcedo, bajo el concepto de radio educativa, este medio de comunicación brindó programas de educación destinados a una audiencia campesina, poco a poco fue ganando una gran sintonía y logró situarse en el público campesino, gracias a que mejoró su programación adaptándola a los requerimientos de la comunidad del valle de Tenza.

Con Sutatenza se estrenó el concepto de radio educativa. Luego, al calor de las ideas de Paulo Freire, se posicionó el de radio popular. No faltó un teórico listo que quiso sintetizar estos conceptos en uno solo: radios alternativas, aquéllas que quieren una comunicación diferente. Todas estas denominaciones fueron y son adecuadas, porque bajo diferentes acentos aparece el mismo compromiso de poner las ondas de radio al servicio de la gente, el desafío de democratizar la palabra para democratizar la sociedad. (López, 2008, p.12)

Poco a poco, las radios comunitarias fueron ganando espacios dentro de las sociedades, a nivel mundial se consolidaron en 1983 creando la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

En el caso de Ecuador, la situación se inicia a partir de 1988 donde se conforma la Coordinadora de Radios Populares y Educativas (CORAPE), trabajando a favor de las radios educativas, populares y comunitarias del Ecuador.

Existieron varias estaciones de radio que en un inicio se crearon como medios al servicio de la comunidad ecuatoriana, para citar Radio nacional del Ecuador, Radio Quito, Ondas Azuayas, en su época de auge mediático contaron con una gran sintonía ya que estaban puestas al servicio de la

comunidad en general, brindando amplias posibilidades de información comunitaria como la difusión de información local en un lenguaje coloquial y el servicio de propaganda que se utilizaba para la comercialización.

En Ecuador las radios comunitarias tienen una reciente aparición, existiendo el debate de su origen y permanencia por el servicio que brindan, Carrión, estudioso de las radios comunitarias afirma que el origen de estas radios fueron como escuelas radiofónicas para la educación y alfabetización, así lo dice:

En nuestro país, la radio comunitaria tiene más de tres décadas, pero con pocas posibilidades de permanencia sino se aborda estructuralmente su situación jurídica y económica: desde el modelo utilizado para la alfabetización en zonas rurales, mejor conocida como escuela radiofónica, pasando por emisoras que reivindicaban posturas políticas para la democracia en nuestro país, hasta las experiencias más recientes tanto en el campo como en las ciudades. (Carrión, 2008, p.4)

Actualmente en el Ecuador existen 26 radios afiliadas a la Coordinadora de Radios Populares en el Ecuador (CORAPE), ubicadas en 21 de las 22 provincias del país; las radios afiliadas se caracterizan por poseer características de radios populares al servicio de un grupo determinado. En la provincia de Loja las radios Luz y Vida y el Buen Pastor se encuentran afiliados a la organización como radios populares de características religiosas, no por ser radios comunitarias.

Según datos de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (2014), en todo el país existen 19 estaciones de radio comunitarias, ubicadas en las provincias de Bolívar, Esmeraldas, Imbabura, Morona Santiago, Orellana, Pastaza, Santa Elena y Santo Domingo de los Tsáchilas.

En el caso particular de la provincia de Loja, los datos muestran que existen 64 estaciones de radiodifusión sonora en AM y FM catalogadas como comercial privada, 11 estaciones de radiodifusión sonora de servicio público y 0 estaciones de radiodifusión comunitaria. Los motivos para que los índices no determinen medios de comunicación comunitarios es por la falta de socialización de la ley orgánica de comunicación y el desconocimiento que existía con la aplicación de la ley, además que durante la última década no se ha prestado atención al tema de la comunicación, sin dar importancia a la existencia de radios comunitarias, priorizando a los medios privados por distintas razones.

Calleja (citado por Arévalo & Quizhpe, 2010) “Las radios comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales”

“Cuando una radio promueve la participación de ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a gustos de la mayoría y hace del buen humor y esperanza su propuesta; cuando informa verazmente; ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando debate todas ideas y respeta opiniones; cuando estimula la diversidad cultural; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria.

Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva -y por ello, el nombre de construir comunidad” (López, 1997, p, 325)

Las definiciones citadas sobre lo que constituye una radio comunitaria, coinciden en que en estos medios se puede ejercer la comunicación desde un sentido más amplio. La comunicación comunitaria propicia el dialogo entre los

principales actores de la comunicación, afirmando el derecho natural del hombre a la libre expresión de ideas.

Importancia de las Radios Comunitarias:

Su surgimiento y desarrollo se ubica en los procesos democratizadores de América Latina y su importancia radica en el proyecto político democratizador y pluralista que las sustenta. Buscan dar un rol protagónico a la ciudadanía y visibilización de los sectores populares y de las comunidades presentándolos como protagonistas. En este sentido, tratan de fortalecer procesos de inclusión de los sujetos excluidos por la sociedad y el modelo neoliberal.

Un eje muy fuerte de su trabajo está en que apunta al desarrollo de una sociedad democratizadora y dentro de ella promueve la democratización de los medios y de las comunicaciones.

Son radios con incidencia e impacto en las poblaciones y ámbitos en que se encuentran, generando corrientes de opinión pública y procesos educativos en los sectores más necesitados.

Destacamos su importancia en los procesos de desarrollo local y de descentralización. Son particularmente fuertes en municipios, comunas y provincias. Su importancia se acrecienta en la medida en que apuntan al desarrollo e incorporación de innovaciones, otorgándole visibilidad pública a los esfuerzos por progresar y cambiar la realidad, desde el escenario radiofónico (ÁREVALO & QUIZHPE, 2010, p. 253)

Las radios comunitarias poseen espacios de difusión de contenidos culturales, parten de contenidos locales y sus espacios de difusión se relacionan con el espacio geográfico al que pertenecen.

Ayudadas por la tecnología estas radios, permiten estrechar la brecha digital de acceso a la comunicación de zonas rurales, respondiendo a las necesidades de la población.

Los temas que se emiten son de principal interés para la comunidad y se relacionan con: campañas de vacunación, prevención de enfermedades comunes en la zona, fiestas religiosas, juventud, se da prioridad al tema de la organización social y al tema informativo con enfoques locales.

Características de las Radios Comunitarias:

García (citado por Pupiales, 2013), afirma que la radio comunitaria, se caracteriza de la siguiente manera:

Sin fines de lucro porque pertenece a organizaciones sociales, sindicatos, asociaciones culturales, juveniles, religiosas y campesinas. Programación con contenidos, predominan temas como: organización, educación y cultura en general servicio a la comunidad. Desarrollo de la localidad, es importante la capacitación de los actores. Por ejemplo, taller de producción radiofónica, planificación familiar, prevención de enfermedades entre otros.

Participación, permitiendo a los movimientos, asociaciones, organizaciones el acceso a la información. Desarrolla en conjunto con la comunidad proyectos de desarrollo que propicie la administración y gestión desde los habitantes. Servicio público, ya que es una emisora plural, cubre zonas alejadas y permite que la comunicación se dé entre sus actores.

Contexto geográfico y social de las parroquias rurales del sur del cantón

Loja:

Las cinco parroquias rurales del sur del cantón de Loja son: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana y Quinara.

La parroquia Malacatos tiene 7.114 habitantes. Consta de 8 barrios urbanos; 27 barrios rurales y 14 caseríos. Se destaca por ser una parroquia turística, además porque sus habitantes se dedican a la agricultura y ganadería. Cuenta con una serie de tradiciones y leyendas propias del sector.

(1)

San Pedro de Vilcabamba, está situada a 37km de Loja, cuenta con 1289 habitantes, en su mayor parte dedicados a la producción de frutas y verduras, posee sitios turísticos de gran valor y tradiciones culturales únicas. (2)

La parroquia Vilcabamba es considerada una de las parroquias de mayor producción turística, sitio de acogimiento de turistas extranjeros. Posee 4.778 habitantes. La historia de su creación contiene una serie de leyendas. Su gente está dedicada a la agricultura, elaboración de artesanías y atención turística. (3)

Quinara es conocida como el valle de Piscobamba, tierra de los siete guandos o valle del tesoro de Atahualpa. Tiene una extensión de 139.79 km y posee 1384 habitantes repartidos en los barrios: La Palmira, Sahuayco, Atillo y Quinara. Reconocida por la producción agrícola y por la existencia de moliendas para el trabajo de sus habitantes. (4)

Yangana, está ubicada en el cordón sur oriental del cantón Loja. Actualmente tiene 1519 habitantes. Su principal atractivo lo constituye la historia en torno al Señor de la Buena Muerte, escondiendo una serie de leyendas y tradiciones. Su gente se dedica a la agricultura y ganadería. (5)

(1) (2) (3) (4) (5), información tomada de la página web: asogopal.gob.ec, Asociación de Gobiernos Parroquiales Rurales de Loja, actualmente CONAGOPARE Loja.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación fue desarrollada en las parroquias rurales del sur del cantón Loja: “Malacatos”, “San Pedro de Vilcabamba”, “Vilcabamba”, “Quinara” y “Yangana”. La investigadora participó activamente en todo el proceso, vinculándose directamente con las fuentes primarias de información, con la finalidad de obtener resultados claros sobre el objeto de estudio.

De esta manera, para el desarrollo del tema de tesis, se empleó:

MATERIALES.

Entre los materiales que sirvieron para su desarrollo, se cita los siguientes:

❖ Computador portátil con conexión a internet
❖ Impresora blanco, negro y a color
❖ Papel bond
❖ Grabadora digital
❖ Material fotográfico
❖ Flash Memory.
❖ Conexión a internet

MÉTODOS.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se utilizó metodología precisa que permitió realizar actividades cronológicamente y con un orden establecido. Se utilizó:

Método Científico.

La presente investigación nació de la necesidad de establecer mecanismos que utiliza la Ley de Comunicación para democratizar la comunicación y permitir el acceso a organizaciones y grupos sociales que fomenten un sistema informativo pluralista, sin enfoques determinados, respondiendo a la necesidades informativas de distintos sectores, a partir de los procesos de los que se vale el método científico que son observación y recolección de

información, se permitió la adquisición de la información de campo necesaria para luego exponer resultados de los indicadores calculados.

Fue el método más general y factible para la construcción de los objetivos generales y específicos, para la elaboración de instrumentos y técnicas que permitieron rescatar la información, sistematizándola a partir del razonamiento lógico, analizándola y luego generalizándola para llegar a conclusiones.

Método Deductivo.

El método deductivo se complementó con el método inductivo. El conocimiento deductivo permitió que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se volvieran explícitas. Esto es, que a partir de situaciones generales se llegaron a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Así, fue posible generalizar cual es la situación por la que atraviesan las comunidades y organizaciones sociales que habitan en estas parroquias y sobre todo generalizar cuáles son sus oportunidades de acceder a la creación de una radio comunitaria que les permita un mejor desarrollo social.

Método Inductivo.

La inducción fue ante todo una forma de raciocinio, a partir de verdades particulares se llegaron a establecer verdades generales, permitiendo la observación de hechos particulares y concluyendo en proposiciones que explicaron el problema investigado.

De la observación y del análisis de la información recolectada en el trabajo de campo, en aspectos relacionados a los conocimientos sobre el proceso de democratización en el Ecuador y las necesidades informativas del sector escogido, se pudo determinar los respectivos indicadores a través de métodos estadísticos y estableciendo cuál era el porcentaje de los mismos, para poder llegar a una conclusión generada acerca de lo que se requiere en el tema comunicativo.

Método Analítico – Sintético.

El análisis y síntesis son procesos que permitieron conocer la realidad, son métodos que se complementaron. El análisis inició su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizaban una realidad; de este modo se pudo establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componían su objeto de investigación.

En la presente investigación el análisis partió de la identificación de cada uno de los indicadores de conocimientos sobre el proceso de democratización en el Ecuador y necesidades informativas de las parroquias del sur del cantón Loja; de esta manera y a través de la información recolectada en la encuesta y por la observación fue posible establecer las causas de dichos resultados y cuáles fueron los efectos visibles en las parroquias analizadas.

La síntesis implicó que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pudo relacionarse con el conjunto en la función que desempeñaron con referencia al problema de investigación.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Las técnicas proporcionaron las normas necesarias para ordenar las etapas de la investigación científica; por ende, en este trabajo investigativo se han utilizado las técnicas de:

Observación:

La observación es una técnica que se la puede definir como el uso sistemático de los sentidos en la búsqueda de los datos que se requieren para resolver un problema de investigación. La observación como técnica de la investigación científica permitió conocer la realidad y así definir previamente los datos más importantes que debían recogerse por tener relación directa con el problema de investigación.

El empleo de esta técnica fue vital para recopilar la información acerca de las parroquias a estudiar, como características fijas del entorno, población, edad

de los encuestados y más datos necesarios para iniciar con el trabajo de campo.

Encuesta:

En la investigación se trabajó con una muestra de ciudadanos de las 5 parroquias rurales del sur del cantón Loja, en base a una fórmula de público finito, explicada más adelante, para determinar la cantidad de encuestas a aplicar.

La encuesta se aplicó directamente por la investigadora, quien estuvo en capacidad de obtener, discernir y concretar la información solicitada, observando y procurando en todo momento la confiabilidad y seguridad de las respuestas obtenidas para de esta manera asegurar resultados.

Fue dirigida a un total de 203 personas, repartidas entre las cinco parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Técnica Bibliográfica:

Permitió obtener información a través de libros, revistas, folletos, e Internet, para conocer de mejor manera el problema en cuestión. Ayudó a encontrar las pautas y herramientas necesarias para desarrollar de mejor manera el trabajo de investigación.

Técnica de la Entrevista:

La Entrevista resultó una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos que nos permitió conocer los criterios de un público objetivo, a fin de sustentar la investigación. Para el fin se entrevistó a los cinco presidentes de los gobiernos parroquiales período 2009-2014.

También fue necesario entrevistar al docente Hernán Yaguana, estudioso del tema radios comunitarias y al Dr. Rubén Torres Paz, Intendente de la zona 7 de la Superintendencia de Comunicación (SUPERCOM), para recopilar datos precisos acerca del tema en estudio.

Población y muestra:

La fórmula que se aplicó para establecer el número de población es la siguiente:

Datos	
Población de las 5 parroquias rurales del sur del Cantón Loja	16084
Población de 20 a 69 años, informantes de calidad.	8146
P	0,50
Q	0,50
E	0,0679
Z	1,96
Muestra	203

1. Dato tomado del V Censo de Población y VI de Vivienda 2010,

Formula estadística:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 8146}{0,0679^2(8146 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 203$$

NÚMERO DE ENCUESTAS POR PARROQUIAS (población de 20 a 69 años)

1. MALACATOS (3,335 habitantes)	83 encuestas
2. QUINARA (662 habitantes)	16 encuestas
3. VILCABAMBA (2576 habitantes)	64 encuestas
4. YANGANA (827 habitantes)	21 encuestas
5. SAN PEDRO DE VILCABAMBA (746 habitantes)	19 encuestas
TOTAL	203 ENCUESTAS

f. RESULTADOS

ENCUESTA.

Luego de haber aplicado la técnica de la encuesta a los habitantes de las cinco parroquias rurales del sur del Cantón Loja: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana; se obtuvieron datos precisos que permitieron conocer la opinión de los habitantes de estos sectores rurales respecto al tema de la implementación de una radio comunitaria y la democratización del espectro radioeléctrico; a continuación se presentan los resultados, en cuadros interpretativos y gráficos estadísticos.

Información General

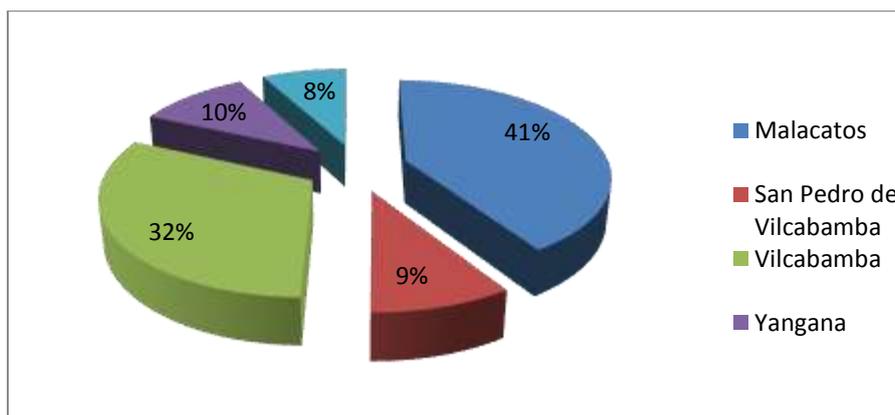
Nombre de la parroquia:

Cuadro N° 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Malacatos	83	41%
San Pedro de Vilcabamba	19	9%
Vilcabamba	64	32%
Quinara	16	8%
Yangana	21	10%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 1



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

En relación a la muestra tomada de 203 habitantes de las parroquias rurales del sur del Cantón Loja, un 41% representa a la parroquia Malacatos con 83 personas, la parroquia San Pedro de Vilcabamba con un 9% representado por 19 personas; Vilcabamba con un 32% un total de 64 personas; la parroquia Yangana con el 10% que representa a 21 personas y la parroquia Quinara con el 8% representa a 16 personas. El total de respuestas da el 100%.

Análisis Cualitativo

En las parroquias rurales del sur del cantón Loja existe una población numerosa, en su mayoría dedicadas a labores agrícolas, ganaderas y de turismo.

Un gran número de personas se asienta en la parroquia Malacatos, debido a su extensión y a su capacidad agrícola, seguido de la parroquia Vilcabamba reconocida turísticamente y con un clima apto para la vida en un ambiente diferente al de la ciudad, las parroquias San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana poseen un número menor de población, sin dejar de ser importantes en su labor productiva, agrícola y de conservación de comunidades en las que predomina el uso de costumbres y tradiciones.

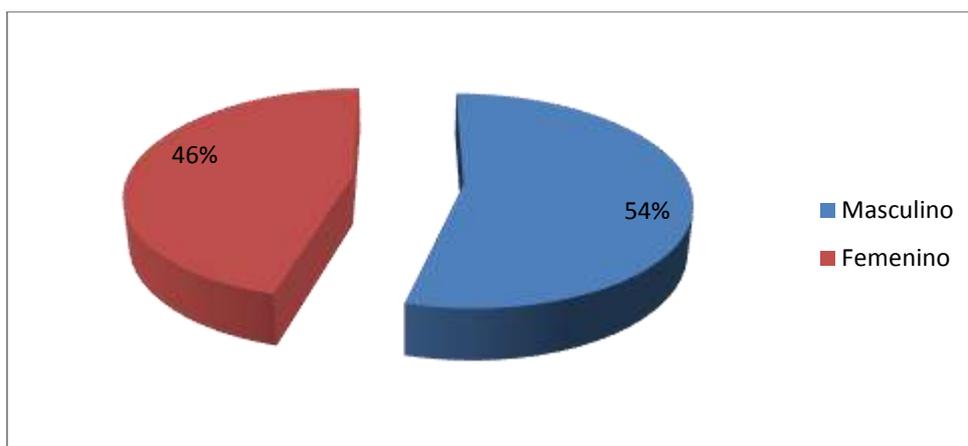
Género:

Cuadro N° 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	110	54%
Femenino	93	46%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 2



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis cuantitativo:

De un total de 203 encuestados en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, un 54% que representa a 110 personas son de género masculino; mientras que un 46% que representa a 93 habitantes son de género femenino. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis cualitativo:

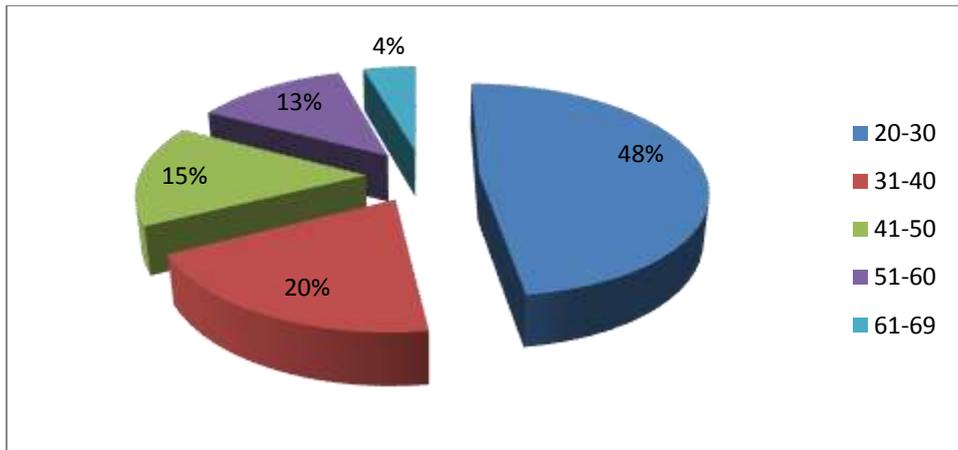
Los datos generales denotan que en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, la mayoría de la población es masculina seguido por el género femenino, demostrando que existe una mayor cantidad de habitantes del género masculino.

Edad
Cuadro N° 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
20-30 años	97	48%
31-40 años	40	20%
41-50 años	31	15%
51-60 años	26	13%
61-69 años	9	4%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 3



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

En base al trabajo de campo aplicado se puede observar que de los 203 encuestados el 48% que representa a 97 personas está entre la edad comprendida entre 20 a 30 años, un 20% que representa a 40 personas edad 31 a 40 años, un 15% que concierne a 31 personas edad comprendida 41 a 50 años, mientras que un 13% que equivale a 26 personas edad de 51 a 60 años y un 4% que representa a 9 personas comprende la edad 61 a 69 años. Lo que da un total del 100%.

Análisis Cualitativo

Dentro de los resultados se puede evidenciar que un mayor porcentaje de encuestados comprende la edad 20 a 30 años denotando una mayoría de población juvenil dedicada a distintas actividades, seguido por un gran porcentaje en la edad comprendida entre los 31 a 40 años, población de adultos nativos de estas parroquias y que conocen muchas de sus tradiciones e historia; y en menores proporciones las edades de 41 años en adelante, en conjunto los porcentajes representan la población que habita en las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

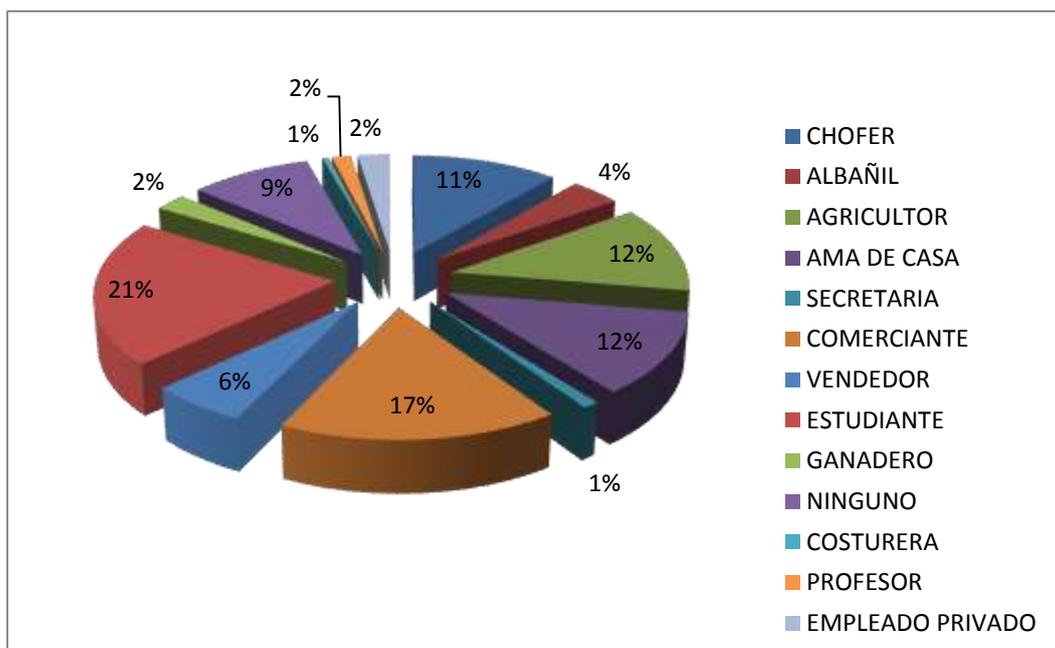
Profesión u Ocupación

Cuadro N° 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Chofer	23	11%
Albañil	8	4%
Agricultor	25	12%
Ama de casa	24	12%
Secretaria	2	1%
Comerciante	34	17%
Vendedor	12	6%
Estudiante	42	21%
Ganadero	5	2%
Ninguno	19	9%
Costurera	1	1%
Profesor	3	2%
Empleado privado	5	2%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 4



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

En base al trabajo de campo realizado se deduce que un 11% que representa a 23 personas se dedica a la ocupación de chofer; un 4% equivalente a 8 personas son albañiles; mientras que un 12% que figura a 25 respuestas se identifican como agricultores, un 12% que representa a 24 personas se identifican como amas de casa, un 1% con 2 repuestas son secretarias, el 17% equivale a 34 personas son comerciantes, un 6% que representa a 12 personas tienen como ocupación vendedores, mientras que un 21% que equivale a 42 personas se identifican como estudiantes; un 2% que infiere en 5 personas son ganaderos, un 9% que equivale a 19 personas no tienen profesión respondiendo ninguno, un 1% que representa a 1 persona es costurera; un 2% que equivale a 3 personas son profesores y un 2% que representa a 5 personas son empleados privados. El resultado de las respuestas da un total del 100 %.

Análisis Cualitativo

De la población encuestada en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, un gran porcentaje de encuestados son estudiantes que se encuentran cursando estudios superiores, habitan estos sectores por ser su lugar de origen y por la tranquilidad característica de estas parroquias, seguido por un porcentaje de personas que se dedican al comercio, venta y comercialización de distintos productos por ser sitios turísticos; otros han señalado como ocupación la venta en los mercados y se catalogan como vendedores; un gran número se dedica a labores agrícolas y ganaderas por la capacidad productiva del sector; la conducción de vehículos y camionetas es de uso frecuente en estas parroquias por ello existe gran porcentaje de choferes; las amas de casa al cuidado del hogar representan también un porcentaje elevado; un gran número ha señalado no tener ninguna ocupación y en menores porcentajes actividades como secretarias de oficinas del sector, empleados privados, costureras y profesores.

Información Específica

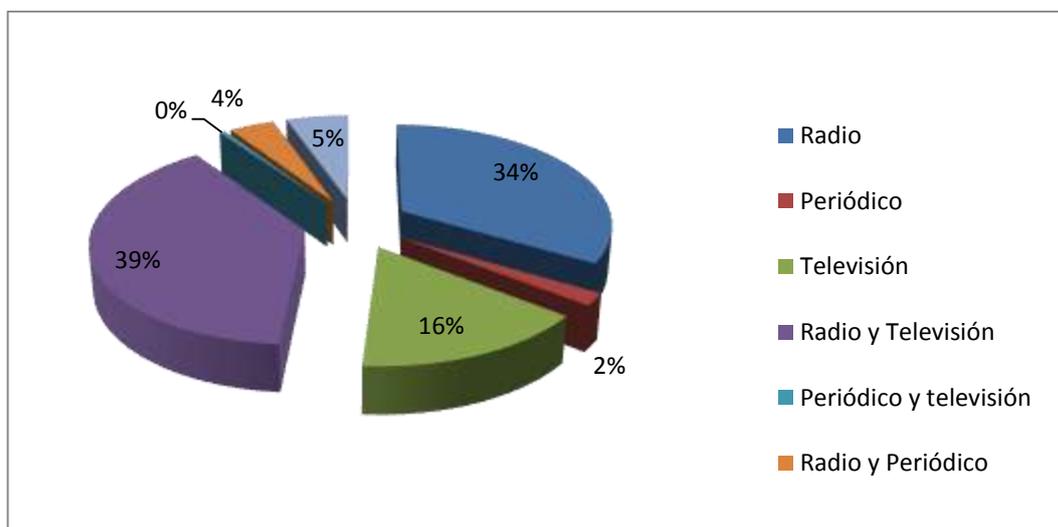
1. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza?

Cuadro N° 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	68	34%
Periódico	4	2%
Televisión	32	16%
Radio y Televisión	79	39%
Periódico y Televisión	1	0%
Radio y Periódico	8	4%
Radio, Periódico y Televisión	11	5%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del Cantón Loja

Gráfico N° 5



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De las 203 respuestas obtenidas se puede deducir: un 34% con 68 respuestas señala la radio como el medio de comunicación que más utiliza, un 2% que equivale a 4 respuestas ha señalado el periódico, un 16% que representa a 32 personas ha elegido la televisión, mientras que un 39% que equivale a 79 respuestas utiliza con frecuencia radio y televisión; un 0% con 1 respuesta

señala periódico y televisión; un 4% que representa a 8 personas ha elegido radio y periódico, mientras que un 5% con 11 personas ha señalado que utiliza radio, periódico y televisión. Las respuestas obtenidas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

A través de los resultados se define radio y televisión como los medios de comunicación más sintonizados, en la mayoría de hogares existe uno de estos aparatos para sintonizar estaciones de radio locales y televisión aunque sean canales nacionales sirven como medios de información y no se necesita demasiada instrucción para entender los contenidos de estos medios; seguido de Radio, uno de los medios más utilizados por los habitantes de estos sectores rurales, es el de más fácil acceso, la gran mayoría posee un radio en sus domicilios en donde pueden sintonizar una frecuencia de radio la cual ofrece información y distracción; Televisión ocupa también un gran porcentaje porque este medio de comunicación brinda información audiovisual y contiene una gran variedad de programación, en menores porcentajes el periódico por razones de que no es frecuente su circulación en estos sectores por la distancia existente entre las parroquias rurales del sur y la ciudad de Loja.

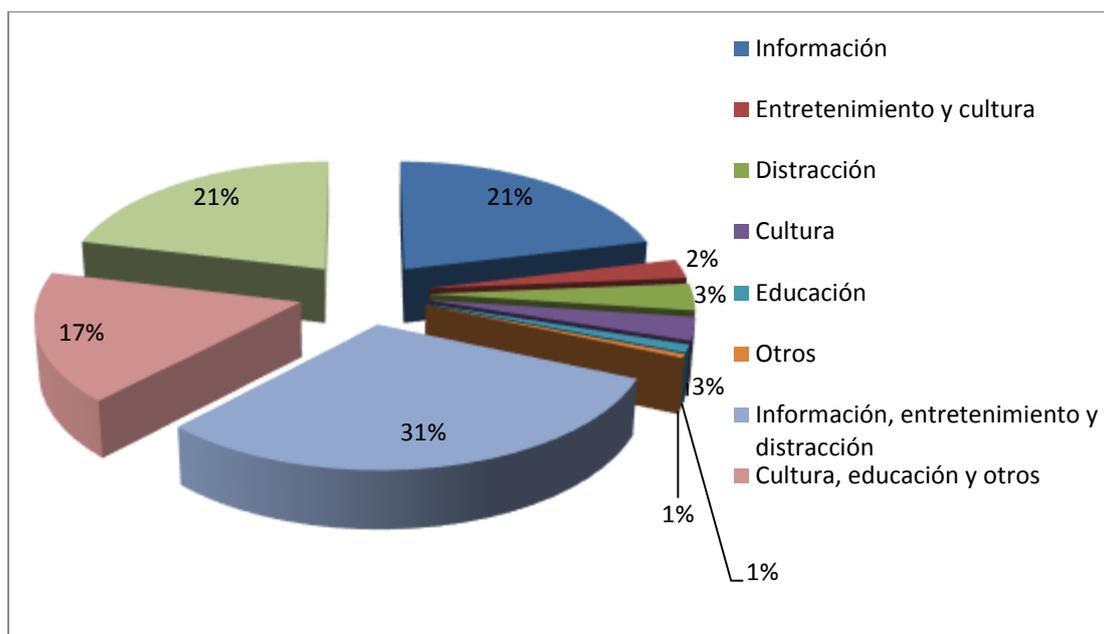
2.- ¿Qué beneficios recibe de los medios de comunicación que sintoniza?

Cuadro N° 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Información	43	21%
Entretenimiento	5	2%
Distracción	7	3%
Cultura	6	3%
Educación	2	1%
Otros	1	1%
Información, entretenimiento y distracción	62	31%
Cultura, educación y otros	34	17%
Información, entretenimiento y cultura	43	21%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del Cantón Loja.

Gráfico N° 6



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De los 203 encuestados de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, un 21% que representa a 43 habitantes señalan que reciben información de los medios que sintoniza, un 2% que equivale a 5 personas recibe entretenimiento, un 3% que corresponde a 7 personas ha escogido distracción como el principal beneficio de los medios que sintoniza, un 3% que representa a 6 personas ha señalado recibir cultura, un 1% que corresponde a 2 personas ha señalado educación, un 1% con una respuesta ha escogido Otros; mientras que un 31% representa a 62 habitantes señalando que los beneficios de los medios que sintoniza son información, entretenimiento y distracción; un 17% que equivale a 34 personas recibe cultura, educación y otros y un 21% que corresponde a 43 personas recibe de los medios que sintoniza información, entretenimiento y cultura. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

De las repuestas obtenidas se puede establecer: un gran porcentaje considera que recibe información, entretenimiento y distracción de los medios de su elección, por ser los programas más frecuentes a los que se exponen a diario,

seguido en iguales porcentajes de información, entretenimiento y cultura, aunque estos beneficios no se den en gran medida, reconocen que los medios de comunicación intentan satisfacer sus gustos, pero que aún existen carencias en los beneficios que desean recibir de los medios de comunicación.

En menor porcentaje reciben educación, cultura y otros, porque en los medios que sintonizan no existen programas relacionados a los tópicos anteriores, son poco frecuentes y no contienen temas de interés comunitario.

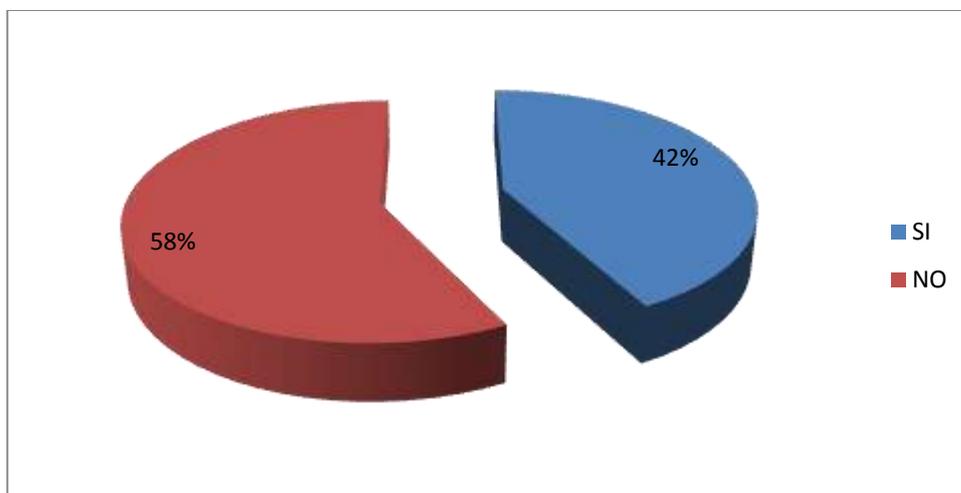
3.- ¿Considera que los contenidos que se difunden en estos medios se relacionan con su comunidad?

Cuadro N° 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	86	42%
No	117	58%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del Cantón Loja.

Gráfico N° 7



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas.

Análisis Cuantitativo

De un total de 203 encuestados en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, un 42% que representa a 86 personas señalan que los contenidos que se difunden en los medios que sintonizan si se relacionan con su comunidad, mientras que un 58% que equivale a 117 personas han señalado que no se relacionan con la comunidad. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

A través de los resultados obtenidos se deduce: una gran mayoría cree que los contenidos difundidos en los medios que sintonizan no se relacionan con su comunidad siendo noticias diferentes, sin información sobre lo que acontece en las parroquias, en su mayoría contienen temas de la ciudad de Loja y del país, no informan temas de interés, en estos medios no existe periodismo comunitario y no les interesa hablar sobre los requerimientos de la parroquia. A pesar de que existen estaciones de radio, únicamente se transmite el noticiero RVS de la radio Vilcabamba Stereo para informar de los sucesos de las parroquias y cubre solo al sector Vilcabamba, descuidando a las parroquias aledañas; la radio El Cisne de la parroquia Malacatos no cuenta con una parrilla de programación fija, no cuenta con programas establecidos que sean frecuentes por lo tanto no se puede contar un noticiero. Además a través de la parrilla de programación se observa que la mayor parte de la programación es musical, existiendo magazines dirigidos a varios públicos pero sin temas fijos de análisis. La programación del fin de semana es netamente musical. No contienen programas de periodismo comunitario, aún más la Radio El Cisne que no cuenta con una parrilla de programación fija.

Mientras el porcentaje que ha respondido afirmativamente a esta interrogante, considera que si se relacionan con su comunidad porque estos medios entretienen, informan sobre lo que acontece en el mundo y principalmente son fuentes de información.

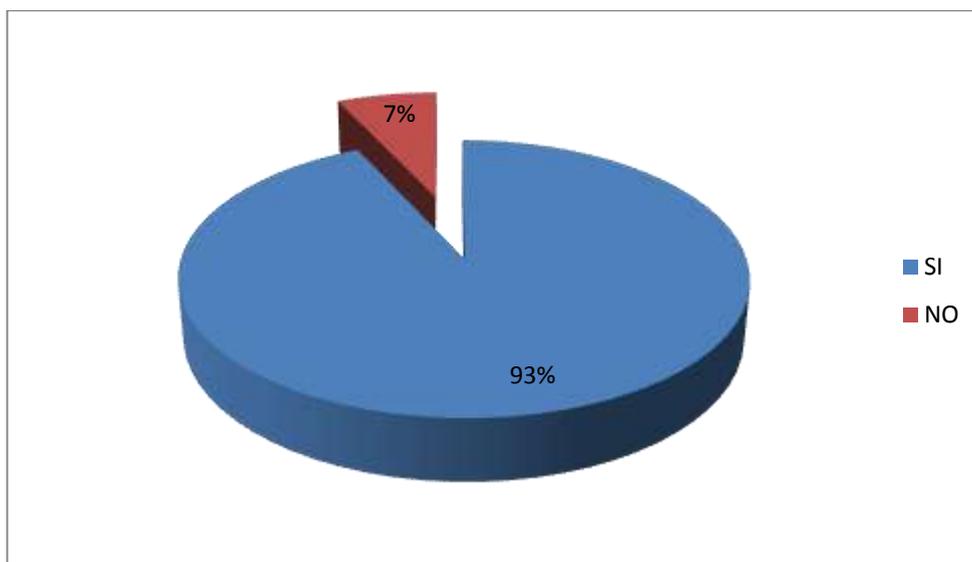
4.- ¿Estaría de acuerdo que se cree una radio comunitaria que se ajuste a los intereses de su parroquia?

Cuadro N° 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	189	93%
NO	14	7%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 8



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De la población encuestada en las parroquias rurales del cantón Loja, un 93% que equivale a 189 personas está de acuerdo en que se cree una radio comunitaria que se ajuste a los intereses de la parroquia, mientras que un 7% representado por 14 personas no está de acuerdo en que se cree una radio comunitaria. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

En base a las respuestas obtenidas, un gran porcentaje de habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja está de acuerdo con la creación de una radio comunitaria, consideran que podría servir a las parroquias como medio de difusión y comunicación, este medio sería de gran utilidad para mejorar la comunicación intra-parroquial difundiendo las principales necesidades de estos sectores, mientras que un pequeño porcentaje no está de acuerdo con la creación de la radio por que afirman que ya existen estaciones de radio en Malacatos y Vilcabamba, que prestan servicios de comunicación que aunque no contengan periodismo comunitario brindan información y además este sector de la población no utiliza diariamente la radio.

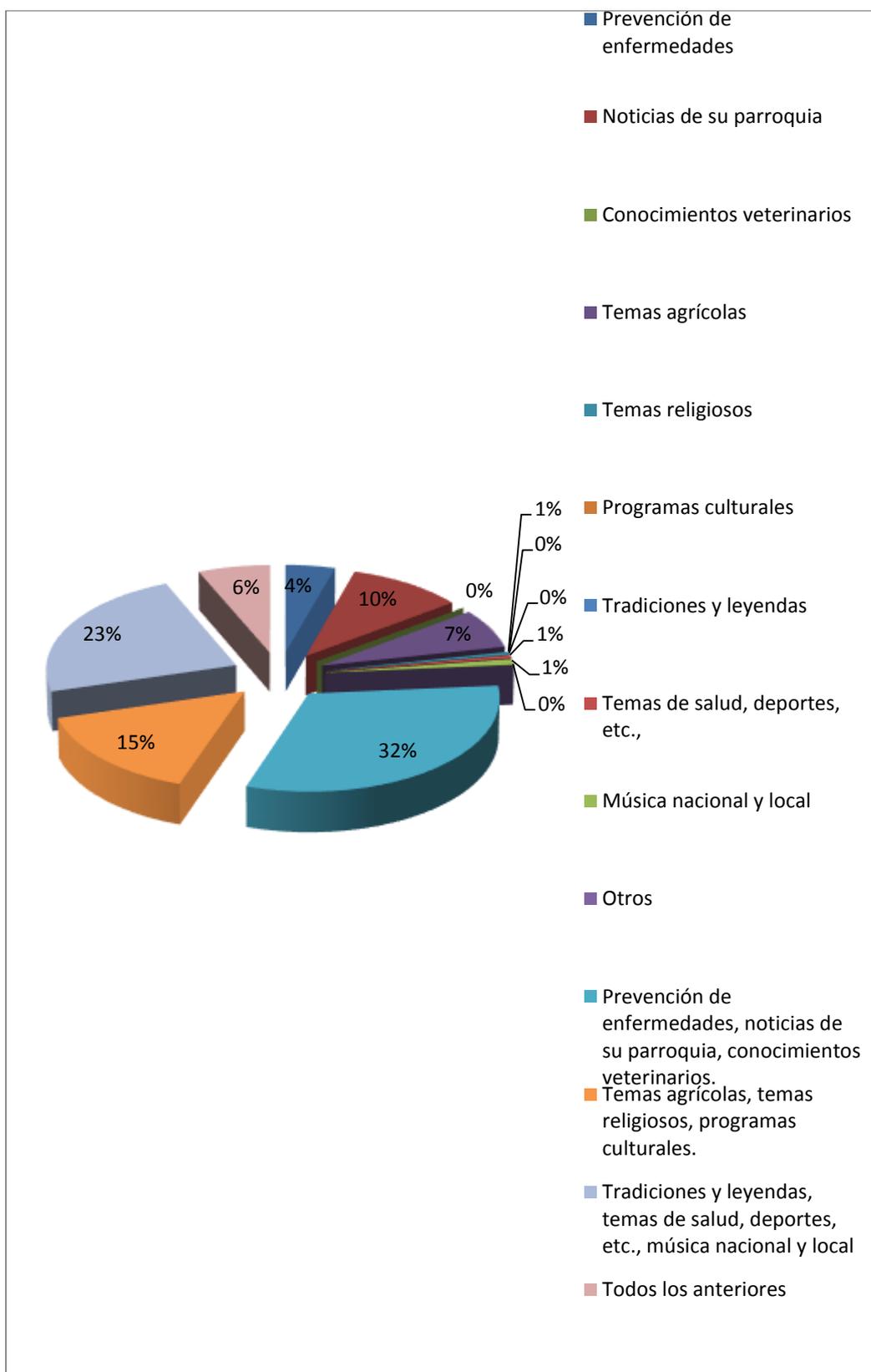
5.- Marque con una X cuál de las siguientes alternativas son necesidades informativas de su comunidad

Cuadro N° 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Prevención de enfermedades	9	4%
Noticias de su parroquia	21	10%
Conocimientos veterinarios	0	0%
Temas agrícolas	14	7%
Temas religiosos	1	1%
Programas culturales	0	0%
Tradiciones y leyendas	0	0%
Salud, deportes, etc.	1	1%
Música nacional	2	1%
Otros	0	0%
Prevención de enfermedades, noticias de su parroquia, conocimientos veterinarios.	64	32%
Temas agrícolas, temas religiosos, programas culturales.	31	15%
Tradiciones y leyendas, temas de salud, deportes, etc., música nacional y local	47	23%
Todos los anteriores	13	6%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 9



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De 203 encuestados en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, el 4% corresponde a 9 personas considerando prevención de enfermedades una de las principales necesidades informativas; un 10% representa a 21 habitantes cree que noticias de su parroquia es lo que se necesita; conocimientos veterinarios no ha tenido respuesta con el 0%; un 7% equivale a 14 personas considera que se necesita saber solo de temas agrícolas; un 1% que representa a 1 persona señala la necesidad de temas religiosos; programas culturales, tradiciones y leyendas no han recibido respuesta con el 0%; mientras un 1% que corresponde a una persona señala que desea conocer sobre temas de salud, deportes, etc.; y un 1% representa a 2 personas señalando la necesidad de escuchar música nacional; otros no ha recibido respuesta con el 0%; un 32% equivale a 64 habitantes que ha señalado las principales necesidades informativas como prevención de enfermedades, noticias de su parroquia y conocimientos veterinarios; un 15% que representa a 31 personas considera que necesitan programas sobre temas agrícolas, temas religiosos y programas culturales, mientras un 23% corresponde a 41 habitantes ha señalado como necesidades informativas tradiciones y leyendas, temas de salud, deportes, etc., música nacional y local, mientras un 6% representa a 13 personas ha señalado que todas las anteriores son necesidades informativas de la parroquia. Las respuestas dan un total de 100%.

Análisis Cualitativo

En esta interrogante un gran porcentaje considera como principales necesidades informativas de su parroquia temas de prevención de enfermedades aunque no sea su función principal se puede trabajar para prevenir en gran medida enfermedades comunes, noticias de su parroquia y conocimientos veterinarios, por ser parroquias rurales y por estar alejadas de sitios en donde se presta atención médica es común y frecuente la proliferación de enfermedades como virus, influencias y más propios del sector, haciéndose visible la necesidad de crear un medio de comunicación que brinde prevención en cuanto a cuidados y formas de prevenir contagios; noticias de su parroquia

cubriendo minuciosamente los acontecimientos diarios que se suscitan en las parroquias rurales del sur del cantón Loja y conocimientos veterinarios, por ser una parroquia ganadera es de vital importancia que se brinde asesoría en estos temas, con la ayuda, apoyo y soluciones para distintas situaciones que atraviesan los ganaderos que habitan en estos sectores.

Sin dejar de ser menos importantes temas de tradiciones y leyendas para rescatar la tradición de estos sectores y conocer un poco más de historia, así como temas de salud, deportes, por su variedad y entretenimiento y la música nacional y local considerada como el rescate de lo propio de nuestro país; otro porcentaje de población ha señalado temas agrícolas, temas religiosos y programas culturales, importantes porque los habitantes de estas parroquias se encuentran vinculados con el tema religioso, además una gran mayoría son agricultores y necesitan asesoría y conocimientos en el tema, los programas culturales permiten rescatar la tradición y conservar la cultural que poco a poco se está perdiendo, todo esto sin dejar de lado que el problema no es que no existen este tipo de programas en las radios locales sino más bien que es importante potenciar este tipo de programación dentro de lo local inscrito según los intereses de la población.

Y en un menor porcentaje algunos habitantes han señalado todos los anteriores como necesidades informativas de la parroquia porque todos estos temas se vinculan a las parroquias rurales del sur del cantón Loja, haciéndose visible la necesidad de conocer y difundirse a través de un medio de comunicación.

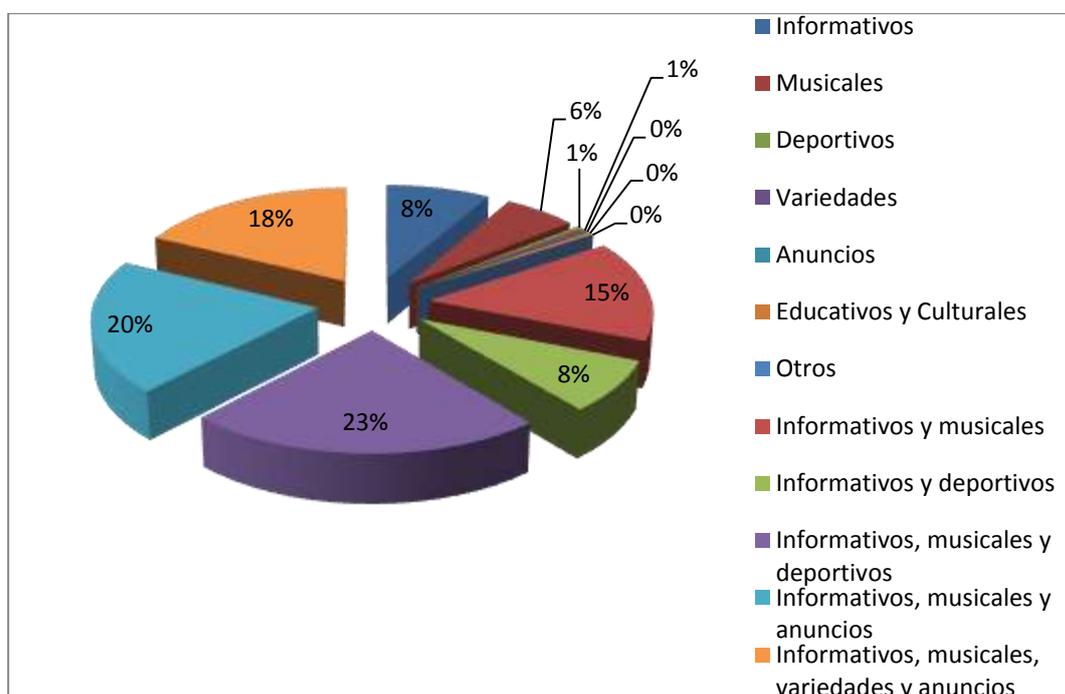
6.- ¿Qué programas son los que más sintoniza en la radio?

Cuadro N° 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Informativos	17	8%
Musicales	12	6%
Deportivos	1	1%
Variedades	1	1%
Anuncios	0	0%
Educativos y Culturales	1	0%
Otros	0	0%
Informativos y musicales	31	15%
Informativos y deportivos	16	8%
Informativos, musicales y deportivos	47	23%
Informativos, musicales y anuncios	41	20%
Informativos, musicales, variedades y anuncios	36	18%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja

Gráfico N° 10



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De los 203 encuestados en las parroquias rurales del sur del cantón se puede deducir que un 8% que equivale a 17 personas sintoniza con mayor frecuencia los programas informativos, un 6% representa a 12 personas ha escogido como su preferidos los programas musicales, un 1% corresponde a 1 persona ha elegido la opción programas deportivos, un 1% que equivale a una persona sintoniza los programas de variedades, el 0% en la opción anuncios, el 0% representa a una persona en los programas educativos y culturales; el 0% ha respondido otros; mientras que un 15% equivale a 31 personas que sintoniza con mayor frecuencia los programas informativos y musicales, el 8% que corresponde a 16 personas señala programas informativos y deportivos; un 23% que representa a 47 personas sintoniza programas informativos, musicales y deportivos; un 20% que equivale a 41 personas sintoniza informativos, musicales y anuncios, mientras que un 18% representa a 16 personas sintoniza programas informativos, musicales, variedades y anuncios. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

De las respuestas obtenidas se delimita: un mayor porcentaje de habitantes sintoniza programas informativos, musicales y deportivos, porque son frecuentes en los medios que sintonizan diariamente, seguido por programas informativos, musicales y anuncios programas como medios de información, en menores porcentajes los programas de variedades, educativos y culturales por la baja oferta de esta programación en los medios privados que existen en el sector. Al conocer que tipo de programas sintoniza en la radio la población de las parroquias rurales del sur del cantón Loja se obtiene una tendencia positiva para conocer los intereses de la población en cuanto a la programación y así direccionar el formato de la radio comunitaria.

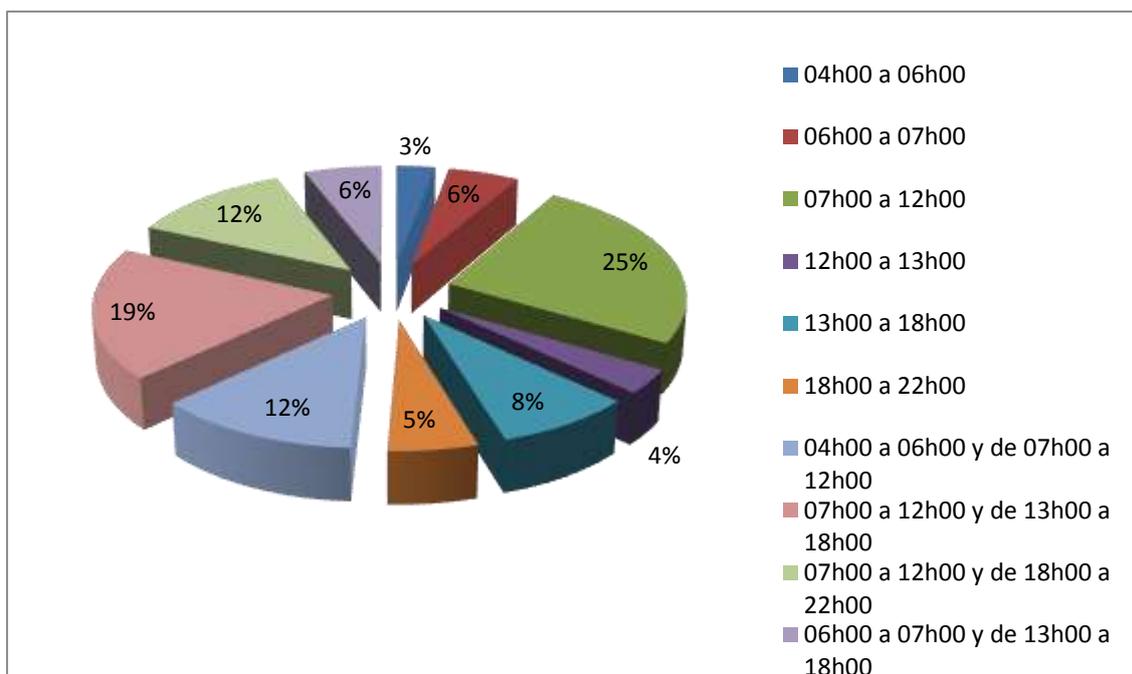
7.- ¿En qué horario usted sintoniza mayor tiempo la radio?

Cuadro N° 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
04h00 a 06h00	6	3%
06h00 a 07h00	11	6%
07h00 a 12h00	51	25%
12h00 a 13h00	7	4%
13h00 a 18h00	17	8%
18h00 a 22h00	11	5%
04h00 a 06h00 y de 07h00 a 12h00	25	12%
07h00 a 12h00 y de 13h00 a 18h00	38	19%
07h00 a 12h00 y de 18h00 a 22h00	25	12%
06h00 a 07h00 y de 13h00 a 18h00	12	6%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja

Gráfico N° 11



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

Del trabajo realizado se puede notar que un 3% que corresponde a 6 personas sintoniza la radio en horario de 04h00 a 06h00 de la mañana; un 6% que

representa a 11 personas sintoniza la radio de 06h00 a 07h00 de la mañana, un 25% equivale a 51 habitantes señalando su horario de sintonizar radio de 07h00 a 12h00 de la mañana, un 4% que representa a 7 personas escogió el horario de 12h00 a 13h00, un 8% que corresponde 17 habitantes escucha la radio de 13h00 a 18h00 de la tarde, un 5% que equivale a 11 personas sintoniza la radio de 18h00 a 22h00 de la noche; mientras que un 12% que corresponde a 25 personas sintoniza la radio de 04h00 a 06h00 y de 07h00 a 12h00; un 19% corresponde a 38 personas que han señalado como su horario preferido el de 07h00 a 12h00 y de 13h00 a 18h00, un 12% que representa a 25 personas escoge el horario de 07h00 a 12h00 y de 18h00 a 22h00 como su preferido y un 6% que equivale a 12 personas señala que sintoniza la radio de 06h00 a 07h00 y de 13h00 a 18h00.

Análisis Cualitativo

En esta pregunta un gran porcentaje de encuestados señala el intervalo de 07h00 a 12h00, como el más frecuente para sintonizar la radio, en este horario se encuentran realizando labores agrícolas, domésticas, de trabajo o simplemente de ocio; mientras quienes señalan que sintonizan la radio en otros horarios como de 04h00 a 06h00 de la mañana es porque en este lapso se dedican a realizar actividades diversas para iniciar la jornada diaria, el horario de la tarde también cuenta con una gran preferencia, en este lapso es motivador sintonizar radio.

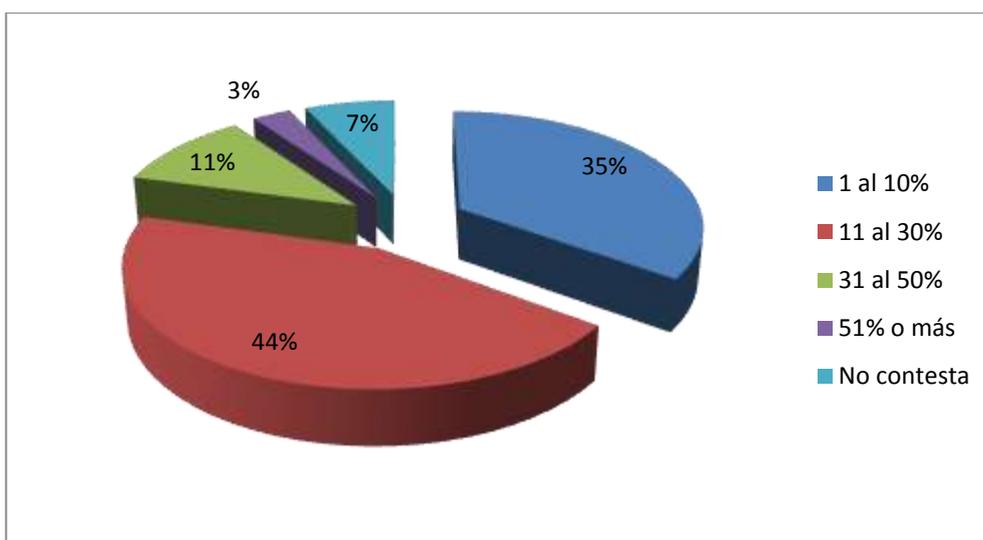
8. Considera usted que su comunidad estaría en condiciones de colaborar con el financiamiento para la creación de una radio comunitaria conjuntamente con el Estado. ¿En qué porcentaje?

Cuadro N° 12

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 al 10%	71	35%
11 al 30%	90	44%
31 al 50%	22	11%
51% o más	6	3%
NO CONTESTA	14	7%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja

Gráfico N° 12



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De las 203 respuestas obtenidas, un 35% que equivale a 71 personas consideran que su comunidad podría aportar del 1 al 10% para la creación de una radio comunitaria conjuntamente con el Estado, un 44% representado por

90 personas señala que la comunidad aportaría del 11 al 30%, un 11% equivale a 22 personas que ha elegido el 31 al 50% como el aporte que se podría realizar mientras que un 3% que representa a 6 personas señala que se podría aportar el 51% o más; un 7% ha optado por no responder esta interrogante. El total de las respuestas da el 100%.

Análisis Cualitativo

En esta interrogante un porcentaje mayoritario de la población considera que la comunidad podría aportar del 11 al 30% para la creación de la radio comunitaria conjuntamente con el Estado, seguido por el porcentaje de quienes creen que se podría aportar del 1 al 10% porque consideran escasos los recursos económicos de la comunidad y en menor porcentaje las cantidades del 31 al 50% y del 51% o más, desconociendo la cantidad de recursos para la creación de la radio comunitaria en las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

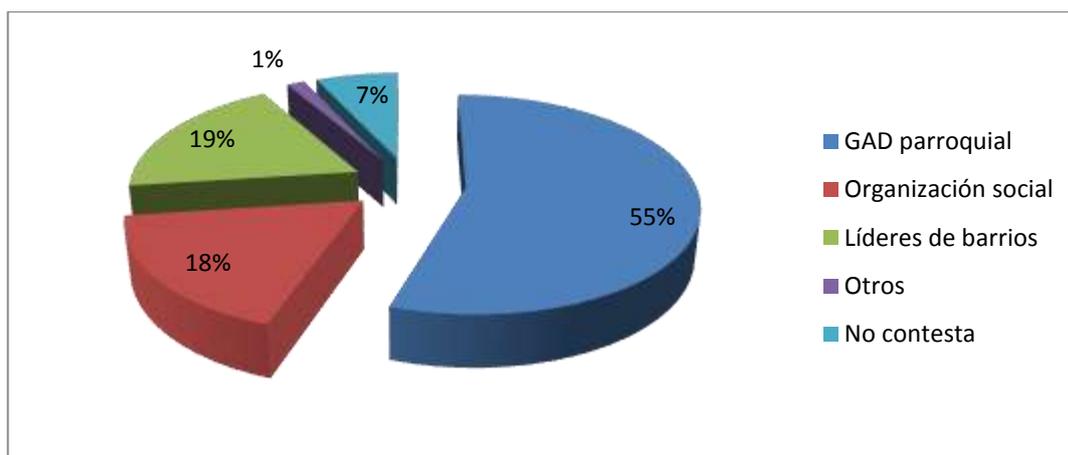
9. ¿Quién le gustaría que esté a cargo de la radio?

Cuadro N° 13

Variable	Frecuencia	Porcentaje
GAD parroquial	112	55%
Organización Social	36	18%
Líderes de barrios	38	19%
Otros	3	1%
NO CONTESTA	14	7%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja

Gráfico N° 13



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De las repuestas obtenidas en el trabajo de campo realizado se deduce que el 55% representado por 112 personas señalan que les gustaría que el GAD parroquial este a cargo de la radio comunitaria, un 18% que equivale a 36 personas han escogido organización social, un 19% que representa a 38 personas cree que los líderes de barrios deberían estar a cargo de la radio y un 1% equivale a 3 respuestas ha escogido como respuesta otros y un 7% que representa a 14 personas no ha respondido esta interrogante. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

De los habitantes encuestados un gran porcentaje ha señalado su inclinación para que esté a cargo de la radio comunitaria el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial (GAD), a través de los cinco presidentes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, este medio de comunicación comunitario podría estar bien administrado en manos del GAD parroquial como medio de difusión de actividades, de socialización de obras, de planificación y denuncia; otro porcentaje ha escogido la opción Organización Social para que esté a cargo de la radio, considerando a estas organizaciones defensoras de los derechos de la gente, conociendo necesidades para poder defenderlas en

un medio de comunicación, otro porcentaje opta por la administración de líderes de barrios representando el clamor del pueblo, que conozcan cada rincón de estas parroquias llevando las distintas costumbres, tradiciones y necesidades a la radio comunitaria.

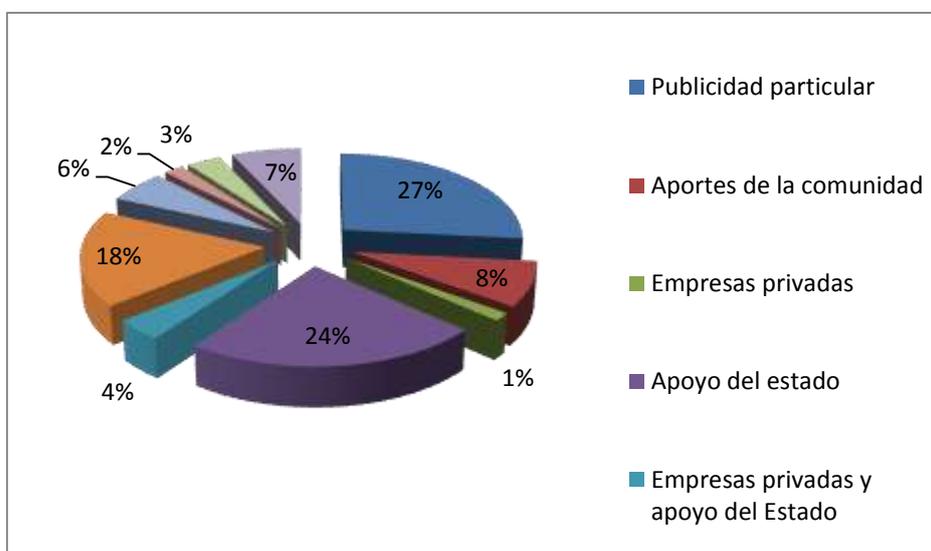
10. ¿Cómo se podría financiar esta radio?

Cuadro N° 14

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Publicidad particular	54	27%
Aportes de la comunidad	17	8%
Empresas Privadas	3	1%
Apoyo del estado	48	24%
Empresas privadas y apoyo del Estado	8	4%
Publicidad particular y apoyo del Estado	36	18%
Aportes de la comunidad y apoyo del Estado	12	6%
Publicidad particular y Empresas Privadas	4	2%
Publicidad particular, aportes de la comunidad y apoyo del Estado	7	3%
NO CONTESTA	14	7%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja

Gráfico N° 14



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

El trabajo de campo realizado en las parroquias rurales del sur del cantón Loja denota que el 27% que corresponde a 54 personas considera que la radio comunitaria se puede financiar mediante publicidad particular, el 8% que equivale a 17 habitantes señala que se podría financiar con aporte de la comunidad, un 1% representa a 3 personas que consideran necesario el financiamiento de las empresas privadas, un 24% que equivale a 48 habitantes cree que el apoyo del Estado es necesario; mientras que un 4% que representa a 8 habitantes considera que se requiere de empresas privadas y del apoyo del Estado; un 18% que corresponde a 36 personas señala necesario para financiar la radio comunitaria la publicidad particular y apoyo del estado; un 6% equivale a 12 habitantes considera que se necesita aportes de la comunidad y apoyo del estado para el financiamiento; un 2% que corresponde a 4 personas creen que se necesita publicidad particular y el apoyo de empresas privadas; un 3% que son 7 habitantes ha escogido publicidad particular, aportes de la comunidad y apoyo del Estado como financiamiento y por último un 7% equivale a 14 personas que no contestan la pregunta número 9. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

De la población encuestada en cuanto a lo referente al financiamiento de la radio comunitaria se puede deducir: un gran porcentaje considera la publicidad particular el principal elemento para financiar la radio comunitaria, es más fácil para la comunidad conseguir empresas privadas que deseen anunciar en la radio sus productos o servicios y de esta forma se puede obtener ingresos económicos para mantener la radio; el porcentaje que ha señalado aportes de la comunidad para financiar la radio ha considerado esta opción porque creen que las cinco parroquias rurales juntas podrían aportar una cantidad económica para su financiamiento, mientras que otro porcentaje señaló empresas privadas para financiar la radio, recurriendo al sector privado para pedir el apoyo; otro gran porcentaje considera también el apoyo del estado; fundamental en el financiamiento de la radio comunitaria a través de distintos procesos y solicitudes para lograr que la radio sea financiada por el Estado; otros

habitantes en cambio han señalado que la radio se puede financiar con empresas privadas y apoyo del estado, y en menores porcentajes se han considerado otras variables como el financiamiento mediante aportes de la comunidad y apoyo del estado, publicidad y empresas privadas.

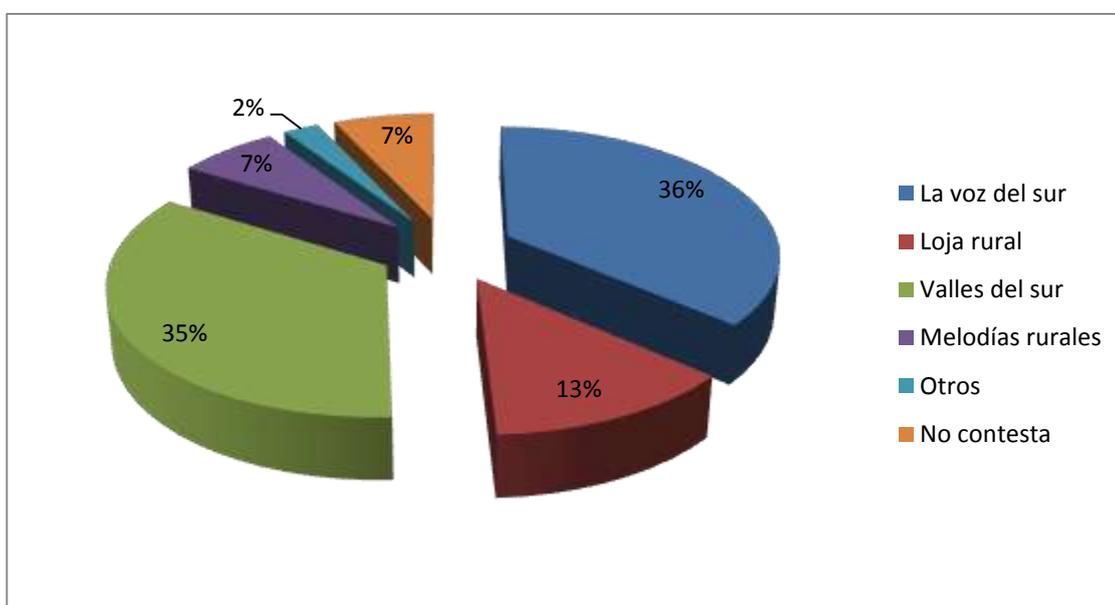
11. ¿Qué nombre le gustaría para la radio comunitaria?

Cuadro N° 15

Variable	Frecuencia	Porcentaje
La voz del sur	74	36%
Loja rural	26	13%
Valles del sur	70	35%
Melodías rurales	14	7%
Otros	5	2%
No contesta	14	7%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja

Gráfico N° 15



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

Del trabajo de campo efectuado, un 36% representado por 74 personas están de acuerdo con el nombre la voz del sur, un 13% que son 26 personas respondieron como alternativa Loja rural, un 35% representa a 70 personas que escogieron el nombre valles del sur, un 7% que representa a 14 personas eligió el nombre Melodías rurales; un 2% que son 5 personas escogió otro nombre para la radio comunitaria y un 7% representado por 14 habitantes no respondió esta interrogante. Las respuestas dan un total del 100%.

Análisis Cualitativo

De las 189 respuestas, el nombre la voz del sur es el que obtuvo un número mayor de apoyo para la radio comunitaria, identificando a los sectores rurales del cantón Loja, la voz del sur representará a la voz que podrán tener estos sectores y al aporte comunicativo para el sur del cantón; seguido por un alto porcentaje en el nombre valles del sur que representa a los valles del cantón y le da un nombre turístico, loja rural y melodías rurales no obtuvieron mucho apoyo ya que no se identifican con este nombre, mientras que un pequeño porcentaje que respondió otros dio como opción los nombres la voz de mi pueblo, y otro porcentaje no ha respondido por que no está de acuerdo con la creación de la radio comunitaria

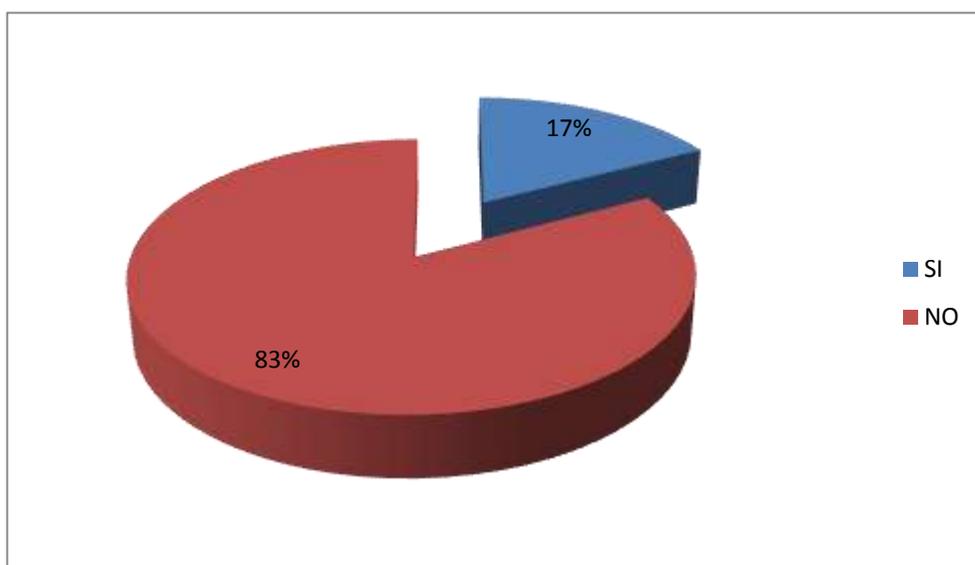
12. ¿Conoce acerca de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador?

Cuadro N° 16

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	17%
NO	168	83%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 16



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De un total de 203 encuestados en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, un 83% que representa a 168 personas no conoce acerca de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador, mientras que un 17% representado por 35 habitantes si conocen lo que es la democratización del espectro radioeléctrico. Dando un total del 100%.

Análisis Cualitativo

De los encuestados en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, un gran porcentaje no conoce acerca de la democratización del espectro radioeléctrico, debido a la falta de difusión del tema, desconocimiento de la ley de comunicación y falta de explicación de beneficios para las comunidades, mientras que el pequeño porcentaje que si conoce de la democratización del espectro radioeléctrico ha leído e investigado de forma personal para conocer sus beneficios.

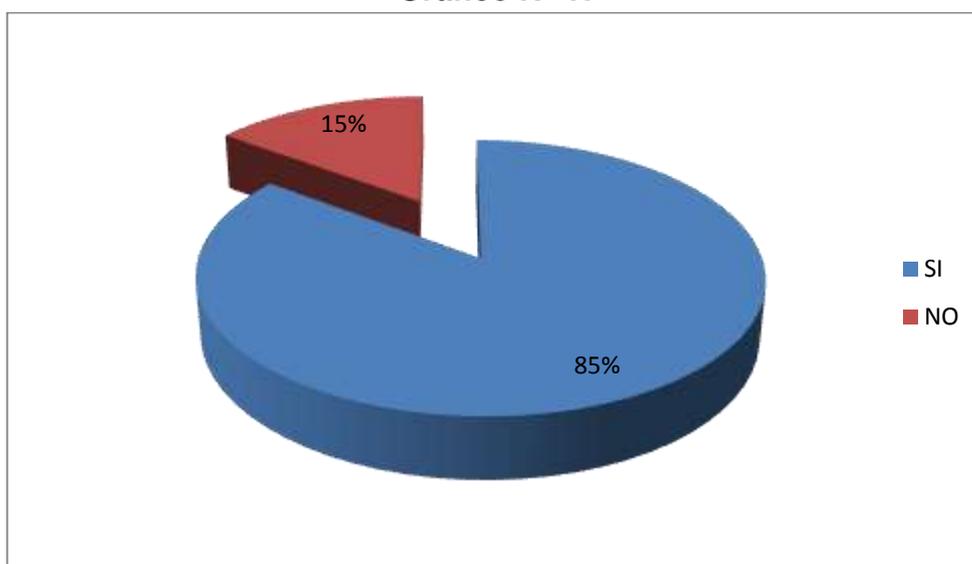
13. ¿Le gustaría informarse acerca de la democratización espectro radioeléctrico en el Ecuador?

Cuadro N° 17

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	173	85%
NO	30	15%
Total	203	100%

Fuente: Encuestados de la parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Gráfico N° 17



Elaboración: Gianella Patricia Armijos Macas

Análisis Cuantitativo

De un total de 203 encuestados en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, un 85% que representa a 173 personas si quiere conocer acerca de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador, mientras que un 15% representado por 30 personas no desea conocer el tema. Dando un total del 100%.

Análisis Cualitativo

En las parroquias rurales del sur del Cantón Loja un gran porcentaje de habitantes están interesados en conocer acerca de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador, sienten curiosidad por el tema, considerando que pueden obtener beneficios para la parroquias y también porque desean conocer acerca de lo que dice la ley de comunicación vigente, como existe una mayoría de población juvenil el conocimiento de estos temas les permitirá instruirse y conocer aspectos de la ley, permitiendo exigir mejoras para su parroquia; mientras a un pequeño porcentaje no le interesa porque consideran no obtendrán aporte, mientras algunos conocen lo suficiente del tema y no desean conocer nada más acerca de la democratización del espectro radioeléctrico.

RESULTADOS DE ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

La entrevista dirigida al PhD. Hernán Yaguana, docente de la Universidad Técnica Particular de Loja, fue realizada con el propósito de conseguir información que permita dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS.

1. ¿Cuáles son los beneficios de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador?

En toda ley hay cosas buenas o negativas, una ley no puede ser tan racional para que no tenga conjeturas, hay cosas buenas y malas, cosas buenas que se reparte el espectro radioeléctrico 33% para las públicas, 33% para las privadas y un 34% para las comunitarias, el miedo que se tiene es a esas radios es quien las va a manejar, por radio comunitaria se entiende una radio campesina, no se entiende una radio sindicalista no, se entiende una agrupación, una comunidad como su nombre lo dice personas que utilicen este medio para expandir su pensamiento, si se va a repartir el 34% para radios comunitarias se debe definir que se va a hacer quien las va a manejar para no caer en el oficialismo como está pasando con muchas radios.

La radio comunitaria debe ser una radio y plural, no para un grupo determinado de personas, debe ser el espacio para transmitir el real sentir de las personas.

2. ¿Cómo se puede acceder a la creación de radios comunitarias?

Crear una radio comunitaria no es muy complejo, se tiene que presentar un proyecto y gestionar el trámite, en el proyecto se describe a qué tipo de población va a llegar y definir varios aspectos.

EL Consejo Nacional de Telecomunicaciones ha establecido un mecanismo de creación de radios comunitarias a través de un proyecto pre establecido, los pasos a seguir se pueden encontrar en la página web institucional.

3. ¿Cómo se financian las radios comunitarias en el Ecuador?

El principal problema de las radios comunitarias es el financiamiento, muchos medios optan por la publicidad y en algunos casos no es suficiente, actualmente el Estado está apoyando estos medios para su financiamiento.

4. ¿Qué programas debe emitir una radio comunitaria?

La radio comunitaria es un medio que recoge la voz y pensamiento de las personas de esa comunidad, una voz interpretando lo que se dice, porque es necesario hacerla razonar a la gente, abrir los micrófonos y que se vuelvan radios callejeras como las llama José Ignacio López Vigil, pero que también sean motivadoras de opinión para que la gente empiece a pensar que es lo que dice y por qué lo dice.

A través de la comunicación se puede lograr que una persona pueda desenvolverse, y esta radio debe ser un medio lo más participativo posible.

Una radio comunitaria no debería tener las mismas horas de programación que una radio comercial, a lo mejor puede repetir programas de buena calidad y es todo.

5. ¿Cuál es la importancia de las radios comunitarias?

Las radios comunitarias se crean para frenar el poder mediático de los medios de comunicación privados. Pero hay que crear buenos medios de comunicación, la cantidad no es lo importante si no la calidad de los medios de comunicación; la diferencia de una radio comunitaria sería motivar una mayor participación de la gente, llegar a sitios donde no lleguen los medios privados, transmitir partidos barriales, pero que no se convierta en aburrida, monótona.

Las radios comunitarias deberían enfocarse en un solo fin ya no buscando llegar a todos, sino en un solo fin, hay que tener claro a qué tipo de público se debe llegar y encajar sus actividades con la programación de la radio.

ENTREVISTA 2

Las entrevistas dirigidas a los presidentes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de las cinco parroquias rurales del sur del cantón Loja, permitieron conocer el punto de vista de las autoridades acerca de la creación de una radio comunitaria, acercándonos a una visión más clara de las necesidades con la que cuentan como comunidades.

Se aplicaron cinco entrevistas que contenían cinco interrogantes, entre ellas a la Sra. Edulia González, presidenta del GAD parroquial San Pedro de Vilcabamba, al Sr. Vicente de Paúl Ochoa, presidente del GAD parroquial de Malacatos, al Lic. Adálber Gahona, presidente del GAD parroquial de Vilcabamba, al Sr. Aníbal Macanchi, presidente del GAD de Quinara y al Sr. Robert Franco Roa, presidente del GAD de Yangana.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTA 2

Pregunta número 1: ¿Qué medios de comunicación emplea para dar a conocer las diferentes actividades de su gestión?

Los cinco presidentes entrevistados han coincidido que los medios de comunicación que utilizan para dar a conocer su gestión son medios de la ciudad de Loja, contactos con periodistas que laboran en Diario La Hora, Diario Crónica, Diario Centinela, los dos canales existentes en la ciudad y algunas estaciones de radio en las que mantienen contactos, la información se emite a través de entrevistas en vivo para dar a conocer las necesidades o por medio de información que se envía vía correo electrónico, aunque no sean estos los medios más adecuados para dar a conocer la gestión son los únicos que se dispone en el sector.

Pregunta número 2: ¿Considera que la implementación de una radio comunitaria mejorará la relación entre la institución y la comunidad?

Las respuestas han coincidido en que la implementación de una radio comunitaria permitirá que los sucesos que acontecen en las parroquias de su

administración se difunda de mejor manera, mejorando la relación con la comunidad porque se podrán resolver problemas a través de la discusión y de la intervención de diversos ciudadanos, abriendo el debate en la ejecución de las obras y la atención de las necesidades de las parroquias.

Pregunta número 3: ¿Le gustaría participar de un proyecto de creación de radio comunitaria?

Las respuestas de los entrevistados afirman su motivación para participar de un proyecto de creación de radio comunitaria, comentan que anteriormente recibieron una capacitación por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), en donde se les informó acerca de la creación de radios comunitarias a través de la Ley Orgánica de Comunicación 2013, desde ese momento se pensó en la posibilidad de crear una radio comunitaria que recoja los intereses de su parroquia.

Pregunta número 4: ¿Podría colaborar con el financiamiento económico, conjuntamente con el Estado para la creación de una radio comunitaria, en qué porcentaje?

Los presidentes de las parroquias rurales del sur del Cantón Loja, afirman que a través del presupuesto que reciben para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial se puede fijar un monto específico del 10% o más para la creación de una radio comunitaria.

Pregunta número 5: ¿Conoce los beneficios de la democratización del espectro radioeléctrico?

Los cinco entrevistados afirman tener nociones básicas acerca de los beneficios de la democratización del espectro radioeléctrico. Saben que se puede gestionar la creación de radios comunitarias para sus parroquias pero desconocen de qué forma se puede acceder a la creación, manifestando que falta información y motivación para conocer del tema.

ENTREVISTA 3

Las entrevistas dirigidas a los líderes barriales de las parroquias del sur del cantón Loja, para conocer los puntos de vista de los principales representantes de la comunidad acerca de la creación de una radio comunitaria, acercándonos a una visión más clara de las necesidades con la que cuentan.

Se aplicó tres entrevistas al Sr. Luis Moreno Macas, presidente de la junta de regantes de Vilcabamba, Segundo Granda presidente de la junta de regantes de Malacatos y Eliberto Lapo presidente del barrio el sacapo de San Pedro de Vilcamba.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTA 3

1. ¿Qué medios de comunicación emplea para dar a conocer las diferentes actividades que realiza como líder barrial?

Como institución utilizamos principalmente la radio, porque es un medio de uso frecuente en la parroquia, también se elabora convocatorias escritas que se colocan en las principales estafetas de la parroquia para reunir a la gente.

2. ¿Le gustaría participar de un proyecto de creación de radio comunitaria?

Considero que la radio comunitaria sería de fundamental apoyo para toda la población que habita en estas parroquias, porque sería un medio de unión y serviría para difundir todas las actividades que se realizan de forma adecuada, en los medios privados existentes muchos de los servicios representan gastos económicos, además serviría para potenciar a las parroquias como centros de difusión cultural, turística y económica.

3. ¿Considera que la implementación de una radio comunitaria serviría para mejorar la difusión de los proyectos que dirigen?

Si porque permitiría hacer conocer a toda la población las necesidades con las que cuenta cada barrio y sería de puertas abiertas para la comunidad, además se harían proyectos sociales que beneficien a todos.

4. ¿Qué tipo de programación considera adecuada para la radio comunitaria según sus intereses?

Lo más importante es incentivar a la gente, además organizar talleres para que conozcan el manejo de la radio, destacar los valores humanos para una mejor convivencia y una programación que se base en las necesidades informativas de cada barrio, ya que cada barrio tiene algo que informar.

ENTREVISTA 4

La entrevista dirigida al Dr. Rubén Torres Paz, Intendente de la zona 7 de la Superintendencia de Comunicación (SUPERCOM), fue realizada con el propósito de conseguir información que permita dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTA 4

1. ¿Qué mecanismos establece la ley para la creación de radios comunitarias en Ecuador?

Los mecanismos están establecidos en la Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 16, numeral 3 señala que todas las personas tienen derecho a la creación de medios de comunicación social.

El artículo 17 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone que el Estado garantice la asignación de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias.

El artículo 110 numeral 1 de la Ley Orgánica de Comunicación, establece que para la adjudicación por concurso de medios privados y comunitarios, los requisitos, criterios de evaluación y formas de puntuación, incluirán, entre otros, el proyecto comunicacional, con determinación del nombre del medio, tipo del

medio, objetivos, lugar de instalación, cobertura, propuesta de programación e impacto que proyecta generar.

2. ¿Qué organismo se encarga del control de radios comunitarias en Ecuador?

El organismo encargado es el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), a través de sus reglamentos y leyes se encarga de regular a las frecuencias de radio y televisión de todo el país.

3. ¿Cómo beneficia la democratización del espectro radioeléctrico a las comunidades con la creación de radios comunitarias?

La democratización es parte del ejercicio de derechos, inclusión y propiedad sobre los medios, pero sobre todo las dinámicas sociales de la comunicación como un servicio y bien público.

4. ¿Qué requisitos se necesitan para la asignación de frecuencias de radios comunitarias?

De los requisitos están en el reglamento para la concesión de frecuencias de la CORDICOM. www.cordicom.gob.ec en el vínculo de biblioteca.

Adicionalmente, los pasos para la elaboración del proyecto se encuentran establecidos en la página institucional del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). www.conatel.gob.ec en el vínculo biblioteca.

g. DISCUSIÓN

Luego de haber concluido el trabajo de campo mediante la aplicación de la encuesta y entrevista a los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, autoridades; docente investigador y funcionario público, es necesario contrastar la información obtenida con los lineamientos que rigen la investigación, para el efecto a continuación se procede a realizar la discusión de los resultados, analizándola en función de los objetivos trazados para determinar aspectos concretos en el tema investigativo.

OBJETIVO GENERAL.

Se planteó el siguiente objetivo general:

- Analizar como la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador aporta a la creación de radios comunitarias en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja.

VERIFICACIÓN:

El objetivo general se verificó con el artículo 106 de la Ley de Comunicación que hace referencia a la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador, estableciendo un 34% del espectro radioeléctrico para la creación de medios comunitarios en todo el país.

El artículo 110 numeral 1 de la Ley Orgánica de Comunicación, establece que para la adjudicación por concurso para medios privados y comunitarios, los requisitos, criterios de evaluación y formas de puntuación del concurso público incluirán, entre otros, el proyecto comunicacional, con determinación de nombre de medio, tipo de medio, objetivos, lugar de instalación, cobertura, propuesta de programación e impacto social que proyecta generar. En el numeral 2 señala que se realizará el plan de gestión y sostenibilidad y en el numeral 3 el estudio técnico.

La organización en conjunto de la comunidad determina la clase de medio que requiere y luego se procede a la creación de un proyecto comunicacional detallando el tipo de contenido del medio, programación y aporte a la

comunidad. En el caso particular de las parroquias rurales del sur del cantón Loja como son Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Malacatos, Quinara y Yangana, si cumplen con lo solicitado podrían acceder a la creación de una radio comunitaria a través del concurso para la concesión de frecuencias dirigido por el CONATEL.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Enunciado uno:

Determinar el nivel de conocimiento sobre el proceso de democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador, aspectos positivos y negativos.

Verificación:

Para poder verificar este objetivo, se tomó en consideración la encuesta aplicada pregunta N°12, en donde se ausculta el conocimiento respecto a la democratización, del cual se desprende que el 83% de los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, no conocen acerca de la democratización del espectro radioeléctrico, debido a la falta de información y difusión de la ley de comunicación. El nivel de conocimiento es mínimo, muy pocas personas han escuchado hablar acerca del tema, desconocen los aspectos positivos y negativos de la ley porque no han accedido a información específica. La encuesta aplicada en la pregunta N° 13 determinó que el 85% de los encuestados desean informarse acerca de la democratización del espectro radioeléctrico, para conocer acerca de lo que ofrece la ley y los aspectos positivos que aportaría a sus comunidades.

Enunciado dos:

Establecer si en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja existe la posibilidad de crear una radio comunitaria.

Verificación:

Este objetivo se pudo comprobar con la encuesta aplicada en la pregunta N°1, Radio con el 34% es el medio de comunicación más utilizado, sus habitantes

utilizan este medio para informarse y entretenerse. La encuesta aplicada en su pregunta N° 3 determina que el 58% de los habitantes considera que los contenidos de los medios que sintoniza no se relacionan con su comunidad, lo que abre la total posibilidad de establecer una radio comunitaria orientada al servicio de las necesidades informativas de estas comunidades.

En la entrevista aplicada a los presidentes de los Gobiernos Parroquiales, pregunta N°3 establece la motivación por parte de las autoridades de participar de un proyecto de creación de radio comunitaria. En la entrevista a los líderes barriales también se destaca el apoyo de estos sectores sociales para la creación de la radio.

Enunciado tres:

Conocer las necesidades informativas de las comunidades que habitan en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja.

Verificación:

Este objetivo se logró cumplir a través de la encuesta aplicada, pregunta N° 5, la respuesta de los encuestados determina que sus principales necesidades informativas son: prevención de enfermedades, noticias de su parroquia y temas veterinarios, los pobladores de las parroquias rurales también manifiestan su interés por que se difundan temas agrícolas, religiosos, de salud y música nacional que permita obtener mayores beneficios de un medio de comunicación.

Enunciado cuatro:

Determinar los mecanismos de creación, que establece la ley, para la asignación de frecuencias y creación de radios comunitarias y así informar a la comunidad de las parroquias rurales del sur del Cantón Loja.

Verificación:

La Ley orgánica de Comunicación en su artículo 110, hace referencia también a la adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico, en el que pueden

intervenir todas las personas naturales o jurídicas. El mismo que faculta al Cordicom la evaluación de los proyectos comunicacionales y emitir el respectivo informe vinculante.

Los mecanismos de creación son la elaboración de un proyecto comunicacional, plan de gestión y estudio técnico que será enviado en sobre cerrado al CONATEL para el concurso público de concesión de frecuencias según las convocatorias establecidas por la institución.

Además este objetivo se pudo comprobar con la encuesta en las preguntas N° 8, 9 y 10 en la que las respuestas de los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja respecto al financiamiento, representante y mantenimiento de la radio comunitaria a crearse, se relacionan con lo signado por los reglamentos vigentes para la creación de radios comunitarias en el país; la entrevista aplicada al Intendente zonal 7 de la Superintendencia de Comunicación (SECOM), pregunta N° 1 y 4, se establece los mecanismos a través de las leyes del país, como la Constitución y Ley de Comunicación para la creación de radios comunitarias, a través de la creación de un proyecto comunicacional que contenga la información acerca del medio a crearse. La pregunta N° 2 establece que el organismo encargado de la regulación de radios comunitarias en el país en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), al conocer todos estos requisitos se puede informar a los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Enunciado cinco:

Elaborar una propuesta alternativa que permita la creación de una radio comunitaria en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, con el fin de contribuir al desarrollo social.

Verificación:

Este último objetivo se verifica con la encuesta aplicada pregunta N° 4, el 62 % de los encuestados ha respondido afirmativamente en la posible creación de una radio comunitaria, las preguntas N° 8, 9, 10 y 11 y la respuesta de las

autoridades y líderes barriales encuestados, proponen el establecimiento de una radio comunitaria, por su cercanía a la comunidad. El medio serviría como un vínculo de unión entre quienes lideran estos sectores a través de los Gobiernos Parroquiales y el pueblo. La opinión estaría direccionada al mejoramiento de sus parroquias. Información, entretenimiento y calidad para conseguir que la radio comunitaria se oriente a satisfacer la audiencia. Su mantenimiento se lograría a través del apoyo del estado y la comunidad.

La radio es un medio de comunicación de fácil acceso para los habitantes de los sectores rurales del sur del cantón Loja, difundiendo información local, potenciado el turismo, el aspecto religioso, comercial y actuando en favor del rescate de la cultura popular.

h. CONCLUSIONES

A través del trabajo investigativo se ha podido determinar las siguientes conclusiones:

- Los medios de comunicación más sintonizados en las parroquias rurales del sur del cantón Loja son Radio y Televisión en programas informativos, musicales y deportivos, recibiendo como beneficios información, entretenimiento y distracción, la programación de estos medios es mínima en temas culturales y educativos.
- Las necesidades informativas de los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja no se han reflejado en los medios de comunicación que sintonizan, a pesar de que cuentan con programas afines a la comunidad, aún existen necesidades informativas que no han sido atendidas como la difusión de leyendas y tradiciones, actividades agrícolas, entre otras.
- La Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 106 da la apertura para la creación de medios de comunicación de tipo comunitario en el Ecuador, a través de la democratización del espectro radioeléctrico. Instituciones como Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación (CORDICOM) propenden a su creación a través de manuales y guías para la elaboración de proyectos comunicacionales que entrarán en concurso público para la asignación de frecuencias, falta información en los medios tradicionales para el seguimiento de los pasos y procesos de asignación de frecuencias.
- El desconocimiento acerca de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte a la creación de medios comunitarios, se origina por la falta de difusión e información de quienes lideran estos organismos, lo que provoca desatención y por ende la falta de acceso a sus beneficios.

- Los encuestados se muestran optimistas ante la creación de una radio comunitaria que recoja los principales intereses de toda la comunidad, enfocando sus contenidos a favor del desarrollo de estos sectores, brindando espacios de opinión y análisis en temas de interés colectivo.

i. RECOMENDACIONES

De las conclusiones se obtienen las siguientes recomendaciones:

- A quienes dirigen los medios de comunicación de Radio y Televisión de la ciudad de Loja, mejoren su parrilla de programación a los sectores rurales del sur del cantón Loja, ofreciendo espacios variados que contenga información cultural y educativa para el disfrute de la audiencia y el rescate de la cultura popular de estos sectores.
- Que los periodistas mejoren su cobertura informativa in situ visitando a las parroquias rurales del sur del cantón Loja, para recoger la información que se genera y difundirla en los medios con una orientación comunitaria que se encargue de brindar soluciones a los principales problemas.
- A los medios de comunicación tradicionales: prensa, radio, televisión, redes sociales, públicos y privados del país que incluyan en sus informaciones el tema: la democratización del espectro radioeléctrico, originando espacios de asesoría para explicar paso a paso la información disponible y brindar datos precisos sobre el sitio donde se puede encontrar mayor información.
- A quienes dirigen en la ciudad la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL) y representantes de la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), organizar charlas explicativas con los representantes políticos y líderes barriales de las parroquias rurales de la provincia de Loja, para que conozcan los beneficios de la ley y sepan cómo acceder a la creación de radios comunitarias. Además se brinde asesoría en el uso y acceso de las nuevas tecnologías para la difusión de la información.
 - Que la propuesta de creación de una radio comunitaria para los sectores rurales del sur del cantón Loja, permita a la comunidad

identificarse con el medio, deberá contener una programación adecuada para satisfacer las necesidades informativas de los habitantes en temas de interés colectivo; este medio debe servir como apoyo al fortalecimiento del sector rural.

PROPUESTA

1. TÍTULO.

PROYECTO COMUNICACIONAL, PARA LA CREACIÓN DE LA RADIO COMUNITARIA “LA VOZ DEL SUR”, QUE SERÁ ADMINISTRADA POR LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PARROQUIALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA: MALACATOS, VILCABAMBA, SAN PEDRO DE VILCABAMBA, YANGANA Y QUINARA, PROVINCIA DE LOJA.

2. ANTECEDENTES.

La creación de una radio comunitaria, surge en base a los resultados obtenidos en el trabajo de campo; la comunidad que habita en las parroquias rurales del sur del cantón Loja considera importante la creación de un medio de comunicación comunitario que responda a los intereses geográficos y sociales de este sector.

Las parroquias Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara, no cuentan con medios de comunicación de tipo comunitario, en la actualidad existen dos radios tipo comercial privada en las parroquias Malacatos y Vilcabamba. A más de los medios privados locales, la mayoría de los habitantes sintoniza medios de comunicación privados como Radio y Televisión provenientes de la ciudad de Loja y medios nacionales, los mismos que no incluyen en sus agendas mediáticas temas relacionados con las parroquias, existiendo un déficit de información; por lo tanto, los habitantes se convierten en simples espectadores sin poder asumir el rol de protagonistas en el proceso comunicativo.

La riqueza cultural del sector rural del sur del cantón Loja no se ha transmitido a través de un medio de comunicación, actualmente se utilizan las formas más primitivas de la comunicación como la tradición oral y el intercambio de mensajes a través de la expresión. La difusión de las necesidades informativas no ha sido atendida por los medios tradicionales.

En este contexto, la creación de una radio comunitaria que beneficie a las cinco parroquias rurales del sur del cantón Loja, administradas por los Gobiernos Parroquiales, contribuirá a mejorar los procesos de comunicación, incentivando la democracia y el acceso a los medios de comunicación, los beneficios serán percibidos por quienes habitan en estos sectores, contribuyendo a la construcción del SUMAK KAWSAY o Buen Vivir, para mejorar la calidad de vida y la atención a sus necesidades a través de la prestación de un servicio público establecido en la Constitución: el acceso a la comunicación.

La radio comunitaria que se podría implementar, es la primera de este tipo en el cantón Loja, según los datos del SENATEL en base a lo legal no existen radios inscritas como comunitarias, cumpliendo un rol de gran importancia. Su función social es trascendental debido a que responde a las necesidades informativas e intereses sociales del sector rural.

El proyecto comunicacional es un requisito exigido por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) entidad encargada de otorgar las frecuencias del espectro radioeléctrico. La resolución CORDICOM -2013-004 emitida por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, en su parte pertinente dice “Que, el artículo 110 numeral 1 de la Ley Orgánica de Comunicación, establece que para la adjudicación por concurso para medios privados y comunitarios, los requisitos, criterios de evaluación y formas de puntuación del concurso público, incluirán, entre otros el proyecto comunicacional, con determinación del nombre del medio, tipo de medio, objetivos, lugar de instalación, cobertura, propuesta de programación e impacto social que proyecta generar.”

La radio es un medio de comunicación de gran alcance, a través de la cual se puede trabajar en el fomento de la cultura, fortalecimiento de la educación, atención en salud, entretenimiento, que actúe en favor de un grupo social, alejado de los monopolios económicos, para luchar en favor del bien común.

3. JUSTIFICACIÓN.

En las parroquias rurales del sur del cantón Loja, no existen medios de comunicación de carácter comunitario, las radios que existen en el sector están inscritas de forma legal como radios tipo comercial privada, aunque su programación se inscriba en lo local, aún le faltan ciertas características propias del periodismo comunitario.

La creación de una radio comunitaria para las 5 parroquias rurales, es un proyecto inclusivo que propende a la búsqueda del desarrollo social, gestionar la comunicación es extender el campo de la información con el fin de lograr objetivos concretos, por esta razón la creación de un medio comunitario tiene como fin la vinculación con la comunidad para generar debate, información, ayuda social y principalmente atención a sus necesidades.

Emprender este proyecto es un reto que se conseguirá si toda la comunidad de estos sectores se unen para exigir sus derechos y luchar por la concreción de un objetivo definido que contribuirá a mejorar la calidad de vida manifestada en el SUMAK KAWSAY (Buen Vivir).

Otro de los elementos que justifica su creación es la inclusión que se genera a partir de la producción radial. Mujeres, personas con capacidades diferentes, tercera edad, niños y jóvenes obtendrán beneficios en partes iguales. La programación permitirá fortalecer la cultura de estos sectores, mejorar la educación, ampliar la información en temas de interés colectivo, básicamente tres principios: informar, educar y entretener que servirán para que el pueblo se vea representado a través del medio de comunicación.

El medio comunitario se proyecta a servir a personas de las comunidades que habitan en las 5 parroquias rurales del sur del cantón Loja buscando la cohesión y aporte colectivo. La estación radial poseerá un formato comunicacional pensado y dirigido para la gente del sector, diferente al de emisoras privadas en las que el factor económico es el componente de continuidad, al contrario, la radio comunitaria se alimentará de la producción independiente y el aporte de contenidos de la comunidad en la que se inscribe, el aporte económico será un elemento de mantenimiento del medio de

comunicación para el pago de salarios y mantenimiento de equipos, las fuentes de empleo serán dadas preferentemente a nativos de estas parroquias que cuenten con el perfil requerido. Todo esto bajo el objetivo de brindar capacitaciones a la gente del sector, introduciéndola en el medio de comunicación para el desarrollo de la programación, producción y mantenimiento del medio comunitario.

El proyecto de creación de radio comunitaria está basado en los preceptos fundamentales del proyecto comunicacional signado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), Secretaría de Telecomunicaciones (SENATEL), y demás organismos reguladores, que establecen la prevalencia de contenidos informativos, educativos, culturales, inclusión, equidad, consecución del buen vivir en la programación de los medios de comunicación para fomentar la producción nacional independiente, la participación ciudadana, la comunicación comunitaria; y a su vez, incluyendo la no violencia, discriminación, racismo, sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos ciudadanos.

La estructura y redacción del proyecto comunicacional es un boceto o borrador que se ha construido en base a los preceptos legales establecidos en las leyes que regulan la creación de medios de comunicación como Constitución del Ecuador, Ley Orgánica de Comunicación y Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación, más no se convierte en una imposición, si en caso existiera la posibilidad de acceder a la creación de la radio comunitaria, la programación y contenidos descritos deberán ser construidos de forma colectiva con la comunidad.

4. OBJETIVOS.

Objetivo General:

Constituir una radio comunitaria pluralista, inclusiva, de participación en el ámbito de las necesidades informativas del sector rural del sur del cantón Loja, impulsando la democracia para contribuir al desarrollo de la comunidad.

Objetivos Específicos:

- Promover una comunicación horizontal que motive la opinión, democracia y participación social a través del medio radial.
- Propiciar la inserción social, con la creación de espacios para los sectores vulnerables de la sociedad, incluyendo criterios de inclusión e impacto social.
- Fomentar el desarrollo general, a través de una programación que abarque los ámbitos educación, cultura y tradición.

5. VIABILIDAD DEL PROYECTO.

El objetivo de la creación de la radio comunitaria “La Voz del Sur”, es programar actividades de vinculación comunitaria que permitan la unión de las cinco parroquias, su finalidad económica es lograr el financiamiento con el apoyo del Estado, brindando servicios a la comunidad en la cual se inscribe, vinculando organizaciones e instituciones para conseguir su posicionamiento.

El proyecto de creación de radio comunitaria cuenta con el compromiso de los Presidentes de los Gobiernos Parroquiales para viabilizar su creación. La comunidad existente en las parroquias Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana asume su compromiso y su rol de participación en el proceso de creación de una radio comunitaria.

El mercado de competencia existente en el sector no representa fuerte amenaza, ya que el medio comunitario sería el primero en este sitio, la programación sería diferente a los medios de comunicación comercial privados.

El aspecto legal se daría mediante la presentación ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), el Proyecto Comunicacional, Plan de Gestión y Estudio Técnico de la radio comunitaria “La Voz del Sur”, para entrar al concurso de otorgamiento de frecuencias de radios en todo el país, el organismo encargado de regular a los medios es el Consejo de

Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), institución que enviaría los correctivos necesarios en la elaboración del proyecto. Todo esto, permitiría a los presidentes de los Gobiernos Parroquiales y a la comunidad obtener el aporte del Estado para la asignación del medio de comunicación comunitario, por lo tanto se necesita el trabajo en equipo para consolidar el proyecto y enviarlo para su revisión.

Para implementar la radio, los costos serían concesionados por parte del Estado y el aporte de la comunidad de las cinco parroquias quienes ven positivamente la creación de este medio de comunicación. Los estudios de sostenibilidad económica y financiera deben ser elaborados para un plazo de 15 años según los formularios respectivos, así el Estado tendrá un mayor conocimiento de la importancia y funcionamiento de la radio comunitaria.

Aspectos socioculturales.

Los beneficiarios de este proyecto son los habitantes de las parroquias: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana. La programación se realizará en base a las necesidades informativas de este sector, con el fin de fomentar su participación e información.

Montaje de la radio.

Actividades que se realizarán para montar la radio comunitaria “La Voz del Sur”

1. Elaboración del Proyecto Comunicacional, Plan de Gestión y Estudio Técnico.
2. Presentación del proyecto ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)
3. Espera de resultados del concurso de frecuencias.
4. Si el resultado es positivo, se iniciará la implementación de la radio comunitaria.

5. Previo acuerdo de los cinco Gobiernos Parroquiales se determinará la sede para la instalación de los estudios principales, existiendo la posibilidad de instalar estudios alternos en las cuatro parroquias restantes.
6. Reunión con la comunidad y líderes de organizaciones locales, para intercambiar ideas y aportes para la radio comunitaria “La Voz del Sur”
7. Primera prueba de emisión.

Plan de trabajo.

El proyecto de creación de la emisora FM comunitaria “La Voz del Sur” en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, se establece para un lapso de 7 meses. En los meses de Julio y Agosto, se iniciará con la creación del proyecto comunicacional, plan de gestión y estudio técnico para la implementación de la radio, basado en el estudio de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 y aspectos de la Constitución 2008. En los meses septiembre, octubre, noviembre 2014, se presentaría el proyecto ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) para el concurso de frecuencias de medios comunitarios esperando la notificación de la calificación del proyecto.

Al recibir una respuesta positiva, en los 4 meses siguientes de diciembre 2014 a marzo 2015, se iniciaría con la implementación del medio de comunicación, en su parte técnica, tecnológica y de personal en base al proyecto establecido. Capacitando a los nuevos gestores del proyecto, estableciendo reuniones entre los administradores para el correcto funcionamiento de la radio comunitaria.

En los meses siguientes se establecerían pruebas de sonido, pruebas de programación, sostenibilidad económica y aporte publicitario; así la radio comunitaria “La Voz del Sur” quedaría definida como un medio de comunicación de gran alcance y que llene las expectativas y aspiraciones de las cinco parroquias rurales del sur del cantón Loja y sociedad en general.

6. PRODUCTO:

PROYECTO COMUNICACIONAL

TEMA:

“INSTALACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA PARA LAS 5 PARROQUIAS RURALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA: MALACATOS, VILCABAMBA, SAN PEDRO DE VILCABAMBA, YANGANA Y QUINARA, PROVINCIA DE LOJA”

ADMINISTRACIÓN:

**GOBIERNOS AUTÓNOMOS PARROQUIALES (GAD'S),
DE LAS 5 PARROQUIAS RURALES DEL SUR DEL
CANTÓN LOJA**

RAZON SOCIAL:

LA VOZ DEL SUR – RADIO COMUNITARIA

1. LA INSTITUCIÓN

1.1. Nombre del medio

Nombre Comercial: La Voz del Sur.

Nombre Legal: Radio Comunitaria “La Voz del Sur”.

1.2. Tipo de medio

Radio - Medio de Comunicación Comunitario.

1.3. Datos de contacto del medio

Representante Legal: Presidentes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales de Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana.

Administradores: Presidentes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales de Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Constituir una radio comunitaria pluralista, inclusiva, de participación en el ámbito de las necesidades informativas del sector rural del sur del cantón Loja, impulsando la democracia para contribuir al desarrollo de la comunidad.

2.2. Objetivos Específicos

- Lograr las acciones a través de principios éticos de participación, igualdad, plurinacional, interculturalidad y solidaridad.
- Motivar el acceso de la comunidad al medio de comunicación para la difusión de sus problemas y necesidades.
- Apoyar la producción local independiente, a través de la programación con la apertura de espacios para distintos públicos.

- Brindar espacios de entretenimiento, distracción, educación, cultura.
- Promover fuentes de empleo entre los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja.
- Facilitar a los Gobiernos Parroquiales de Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara, su accionar en la comunidad a través de la participación directa de la comunidad para la toma de decisiones.

3. LUGAR DE LA INSTALACIÓN

3.1. De los estudios de transmisión (estudio técnico)

3.2. De los transmisores (estudio técnico)

4. COBERTURA Y PÚBLICOS OBJETIVO

4.1. Públicos Objetivo

Habitantes de las cinco parroquias rurales del sur del cantón Loja. Según el censo INEC 2010, la población es de 16.084 habitantes. Las áreas de influencia de la programación llegarán a un total de 3.413 niños y niñas en edades de 5 a 14 años, 1.671 adolescentes, 2.422 jóvenes, un total de 4.065 personas adultas y 2.313 personas mayores, de nacionalidad mestiza, indígenas y extranjeros radicados, de características sociales diversas, se llegará con un enfoque pluralista respetando la diversidad poblacional, con programación adecuada para cada segmento de edad.

5. PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN

5.1. Rejilla de programación

Programa:

1. NOTICIERO EN LA COMUNIDAD.

Clasificación de contenido: Informativo

Descripción del contenido: Informar a la comunidad de las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Origen: Producción Nacional.

Público Objetivo: Todo Público.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:05

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:25

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:30

Día de transmisión: Lunes a viernes.

Observaciones: Información local de las parroquias, contacto directo, entrevistas, noticias locales, nacionales e internacionales.

Programa:

2. ES BUENO SABER DE. (radiorevista)

Clasificación de contenido: Formativo/educativos/culturales.

Descripción del contenido: Temas de equidad de género, interculturalidad, salud, religión, cultura, educación en lenguaje coloquial.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:30

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:30

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 02:00

Día de transmisión: Lunes, martes y jueves.

Observaciones: Dirigido por un profesional que guiará en temas de intereses para la comunidad.

Programa:

3. FUERA DE JUEGO- DEPORTES.

Clasificación de contenido: Deportivos.

Descripción del contenido: Temas deportivos locales, generados en las parroquias, del cantón Loja e internacionales.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: niños, adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 00:45

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:15

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:00

Día de transmisión: Lunes a viernes.

Observaciones: Expertos en el deporte analizarán los temas más sobresalientes del deporte local y nacional con un lenguaje adecuado y temas de deportes barriales propios de las parroquias.

Programa:

4. LOS GAD'S INFORMAN.

Clasificación de contenido: Informativos.

Descripción del contenido: Presidentes y autoridades de los Gobiernos Parroquiales darán un informe semanal de sus actividades.

Origen: Producción Nacional.

Público Objetivo: Adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:10

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:20

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:30

Día de transmisión: Lunes.

Observaciones: Este programa brinda espacios de participación y opinión a los ciudadanos para conocer las actividades que realizan las autoridades.

Programa:

5. DEBATIENDO EN LA COMUNIDAD.

Clasificación de contenido: De opinión.

Descripción del contenido: Opinión de los ciudadanos acerca de los principales temas que se generen en las parroquias.

Origen: Producción Nacional.

Público Objetivo: Adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:10

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:20

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:30

Día de transmisión: Jueves.

Observaciones: Democracia, intervención, opinión, de la comunidad para el fortalecimiento de la política interna.

Programa:

6. COMPRA Y VENTA.

Clasificación de contenido: Publicitario.

Descripción del contenido: Opinión de los ciudadanos acerca de los principales temas que se generen en las parroquias.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niños, adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01: 05

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:25

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:30

Día de transmisión: Lunes, Miércoles y Viernes.

Observaciones: Avisos clasificados para comprar, vender, anunciar trabajo.

Programa:

7. MIX MUSICAL.

Clasificación de contenido: Entretenimiento.

Descripción del contenido: Música ecuatoriana de distintos ritmos, con preferencia artistas locales.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niños, adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 02:05

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:55

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 03:00

Día de transmisión: Sábados y domingos.

Observaciones: Rescate de la música popular ecuatoriana, cultura de los pueblos, difusión musical variada.

Programa:

8. CONSULTORIO EN LA COMUNIDAD.

Clasificación de contenido: Formativos/educativos/culturales.

Descripción del contenido: Temas de consulta en salud, temas jurídicos, de salud sexual y reproductiva, laborales, de derechos, legales, religiosos, veterinarios y agrícolas, con invitados especiales.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niños, adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:10

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:20

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:30

Día de transmisión: Viernes.

Observaciones: Apoyo a la comunidad en necesidades informativas básicas para la satisfacción informativa, conducida por un profesional.

Programa:

9. COSAS DE MUJERES Y ALGO MÁS...

Clasificación de contenido: Entretenimiento.

Descripción del contenido: Radio revista dirigida a diversos públicos, temas de interés capaces de cautivar a hombres y mujeres, desde una perspectiva femenina tratando con sutileza la programación.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Responsabilidad Compartida.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 00:45

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:15

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:00

Día de transmisión: Viernes.

Observaciones: Conducida por una mujer y un hombre. Interesante para los dos géneros. No discriminación, cero sexismo, apoyo y protección a los derechos.

Programa:

10. LEYENDAS DE BOCA EN BOCA.

Clasificación de contenido: Formativos/educativos/culturales.

Descripción del contenido: Programa en el que se contarán las leyendas más relevantes de las parroquias, contadas por personas mayores con la intervención de jóvenes y adultos.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niños, adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 00:45

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:15

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:00

Día de transmisión: Miércoles.

Observaciones: El programa actúa en rescate de la cultura popular mediante la difusión de sus leyendas y tradiciones.

Programa:

11. PREVENCIÓN AL DÍA.

Clasificación de contenido: Informativos.

Descripción del contenido: Espacio de prevención de enfermedades, tips para cuidar a salud, mejorar el estado físico y más.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niños, adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 00:45

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:15

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:00

Día de transmisión: Martes, jueves y sábado.

Observaciones: En base a las necesidades informativas se precautela la salud de los habitantes de las parroquias rurales.

Programa:

12. LA TERCERA NO ES LA VENCIDA.

Clasificación de contenido: Formativo/Educativo/Cultural.

Descripción del contenido: Espacio para personas mayores.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:10

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:20

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:30

Día de transmisión: Sábados y Domingos.

Observaciones: Atención a grupos prioritarios y vulnerables para la difusión de sus historias.

Programa:

13. EL TOQUE ESPECIAL DE LA SEMANA

Clasificación de contenido: Formativo/Educativo/Cultural.

Descripción del contenido: Espacio para personas con capacidades especiales.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niño, adolescentes, jóvenes, adultos, personas mayores.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:20

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:40

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 02:00

Día de transmisión: Sábados y Domingos.

Observaciones: Criterios de inclusión para personas con capacidades especiales en donde se podrá disfrutar de experiencias, anécdotas, ejemplos de vida, derechos y más.

Programa:

14. TARDES JUVENILES

Clasificación de contenido: Entretenimiento.

Descripción del contenido: Dirigido por jóvenes, programa para el disfrute de niños, adolescentes y juventud con temas de interés actual y música del momento.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niño, adolescentes, jóvenes.

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 02:20.

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:50

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 03:00

Día de transmisión: Sábados y Domingos.

Observaciones: Dirigido por jóvenes se tratarán temas interesantes para adquirir conocimientos, temas culturales y educativos, música y más.

Programa:

15. ¡LA BUENA NOTICIA!

Clasificación de contenido: Formativos/Educativos/Culturales.

Descripción del contenido: Programa religioso que contiene mensajes católicos, dirigido por religiosos se resolverán dudas, se brindará apoyo y motivación.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Jóvenes, adultos, personas mayores

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 00:45.

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:15

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 01:00

Día de transmisión: Sábados y Domingos.

Observaciones: Criterios de inclusión religiosa.

Programa:

16. MARAVILLAS DE MI COMUNIDAD.

Clasificación de contenido: Formativos/Educativos/Culturales.

Descripción del contenido: Reportajes turísticos del sector, consejos para cuidar el medio ambiente, como prevenir desastres, cuidado ambiental.

Origen: Producción Nacional Independiente.

Público Objetivo: Niños, jóvenes, adolescentes, adultos, personas mayores

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:20.

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:40

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 02:00

Día de transmisión: Lunes y Sábado.

Observaciones: Criterios ambientales de protección y cuidado de la naturaleza.

Programa:

17. INTERROGANTES VETERINARIAS Y AGRÍCOLAS.

Clasificación de contenido: Informativos.

Descripción del contenido: Profesional en el tema responderá las principales dudas de la comunidad en el tema veterinario y agrícola brindando asesoría y consejos para el cuidado.

Público Objetivo: Adolescentes, adultos, personas mayores

Franja horaria: Familiar.

Tiempo de duración del programa:

Duración del programa sin publicidad (hh:mm): 01:20.

Duración de la publicidad (hh:mm): 00:40

Tiempo total de duración del programa (hh:mm): 02:00

Día de transmisión: Jueves y domingo.

Observaciones: Respuesta a necesidades informativas del sector.

6. IMPACTO SOCIAL QUE PROYECTA GENERAR

6.1. Criterios de inclusión

6.1.1. Mecanismo de acceso de las personas con discapacidad a los contenidos comunicacionales.

Diseño e implementación de programas radiales dirigidos por personas con discapacidad, de conformidad con lo indicado en el artículo 37 de la LOC, en los que se trate temas variados como: historias de la vida, enseñanzas, valores morales, sucesos del diario acontecer, leyes para discapacitados y más.

6.1.2. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, al menos un 50% de mujeres en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación.

El medio de comunicación - radio Comunitaria “La Voz del Sur”, declara su compromiso de incluir en su nómina de trabajadores un 50% de mujeres.

Actualmente en la lista de 8 trabajadores, 4 son mujeres.

6.1.3. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, al menos un 10% de personas pertenecientes a pueblos y nacionalidades indígenas, montubios y afroecuatorianos en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación.

El medio de comunicación - radio Comunitaria “La Voz del Sur”, declara su compromiso de incluir, un 10% de personas pertenecientes a pueblos, nacionalidades, indígenas, montubios y afroecuatorianos en la nómina de trabajadores.

En la nómina de 8 trabajadores existen 2 servidores que pertenecen a la nacionalidad indígena.

6.1.4. Compromiso de incluir, a partir del segundo año de adjudicada la concesión, a personas con discapacidad en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación en un porcentaje superior al establecido en la Ley Orgánica de Discapacidades.

El medio de comunicación - radio Comunitaria “La Voz del Sur”, declara su compromiso de incluir a personas con discapacidad en la nómina de trabajadores permanentes del medio de comunicación en un porcentaje superior al establecido en la Ley Orgánica de Discapacidades.

En la nómina de trabajadores se incluye a 2 personas con discapacidad.

Para los puntos 6.1.2, 6.1.3, 6.1.4 y 6.2.3, se detalla la nómina de trabajadores permanentes del medio por sexo, personas pertenecientes a pueblos y nacionalidades y por discapacidad, según:

No	Nombres y apellidos	Sexo	Detalle el Pueblo o nacionalidad a la que pertenece	Detalle la Discapacidad	Área/ departamento / gerencia de desempeño	Denominación del puesto que desempeña	Observaciones
1	----	Fem			Secretaría	Secretaria	
2	----	Mas		Visual	Locución	Locutor	
3	----	Fem	Indígena		Contabilidad	Contadora	
4	----	Mas			Control general	Servicios generales	
5	----	Fem			Reportera y presentadora	Periodista	
6	----	Mas			Reportero y presentador	Periodista	
7	----	Fem		Física	Locución	Locutora	
8	----	Mas	Indígena		Administración	Administrador	

6.2. Criterios de impacto social

6.2.1. Contenidos informativos que desarrollen temas de equidad de género, interculturalidad, diversidad, inclusión, participación y promoción de la cultura de paz, donde se impulse los derechos y se genere protagonismo de los grupos de atención prioritaria y los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

- ES BUENO SABER DE: Programa en el que se desarrollan temas de equidad, diversidad e inclusión, tratados desde una radio revista.
- CONSULTORIO EN LA COMUNIDAD: Se promueven los derechos y se da atención a grupos prioritarios para la solución de sus interrogantes.
- COSAS DE MUJERES Y ALGO MÁS: Inclusión de géneros.
- LA TERCERA NO ES LA VENCIDA: Atención a grupos de personas mayores.
- EL TOQUE ESPECIAL DE LA SEMANA: Inclusión de personas con capacidades diferentes en el medio de comunicación.

6.2.2. Contenidos informativos, formativos, culturales, educativos y de entretenimiento que no sean de producción nacional o producción

nacional independiente, que promuevan la eliminación de estereotipos de género, etarios y raciales.

- COSAS DE MUJERES Y ALGO MÁS: La radio revista elimina los estereotipos asignados a la mujer desde la historia de la humanidad, rompiendo tabúes y demostrando la igualdad existente entre hombres y mujeres.
- ES BUENO SABER DE: Programa de inclusión social que promueve el no racismo la aceptación de la diversidad, temas analizados desde ópticas distintas con un alto sentido profesional y ético.

6.2.3. Talento humano clasificado por sexo en la producción y difusión de noticias y compromiso de incluir el 50% de mujeres a partir del segundo año.

Una mujer estará encargada de la difusión de noticias asumiendo el compromiso de incluir en la nómina de trabajadores el 50% a partir del segundo año.

6.2.4. Espacios de capacitación y jornadas de profesionalización para sus editores y editoras, periodistas, y demás trabajadores de la comunicación, sobre el tratamiento informativo en temas de género, interculturalidad, diversidad e inclusión.

Se realizarán mensualmente espacios de capacitación para los servidores y colaboradores de la radio comunitaria, principalmente en temas como: comunidad y desarrollo, periodismo comunitario, manejo de herramientas tecnológicas y de profesionalización, también capacitaciones en temas legales para el uso correcto de las normas y leyes vigentes en el país.

6.2.5. Espacios de educomunicación a personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos para que puedan mejorar su calidad de vida y promover la igualdad de oportunidades sociales y económicas.

A través de la programación radial y mediante el uso de las herramientas tecnológicas con las que cuenta el medio se dará charlas educomunicacionales a los integrantes de la comunidad existente en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, incluyendo temas de derechos, desarrollo, promoción en salud sexual y reproductiva, profesionales en el tema serán los encargados de difundir estas charlas a la comunidad.

PLAN DE GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 MISIÓN

Brindar espacios radiofónicos para el encuentro de culturas y atención a las necesidades informativas del sector rural del sur del país, en base a principios de interculturalidad, género y desarrollo social.

1.2 VISIÓN

Ser un medio de comunicación que oriente a la ciudadanía en participación social, convirtiéndose en un espacio de pluralidad e inclusión comunitaria.

1.3 ESTRATEGIAS

1.3.1 Estrategias de Mercado:

El nombre y el logotipo de la radio se crearán en colores llamativos, el logotipo representará a los valles del sur del cantón Loja, mediante la apreciación de de signos y símbolos característicos del sector como el agua, la producción, su gente y agradable clima, representados por la radio comunitaria.



Análisis de mercado:

Los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, no cuentan en la actualidad con medios de comunicación comunitarios, los medios privados existentes ofrecen servicios de difusión publicitaria en términos mercantilistas y de consumo, es por esta razón que a través de la radio comunitaria se podrá introducir en el mercado una nueva idea de

vender al negocio a través de la correcta difusión del producto o negocio, porque la radio comunitaria contará con altos índices de sintonía no solo en un sector si no en 5 parroquias que comprenden barrios extensos llegando a un mayor número de oyentes.

Micro entorno.

La radio comunitaria por ser innovadora en su creación, contará con una mayor aceptación con referencia a la competencia existente en este sector rural, se identifica con los habitantes de estos sectores, brinda servicios sociales y culturales, su imagen está basada en la imagen de las parroquias y su administración será por autoridades parroquiales, todos estos elementos hacen que la radio comunitaria sea aceptada como un producto nuevo en las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Macro entorno:

Político: El Estado Ecuatoriano promueve la creación de medios comunitarios en todo el país a través de las leyes vigentes.

Cultural: Población con conocimientos culturales que ven en la radio comunitaria a oportunidad de expresar sus ideas e identificar su condición social.

Tecnológica: La radio comunitaria cuenta con tecnología de alta calidad, como equipos modernos, computadores, consolas, grabadoras de alta calidad para conseguir productos de audio impecables.

Análisis de los segmentos de mercado:

Segmentación por edad: Según el censo INEC 2010, la población de las 5 parroquias es de 16.084 habitantes. La población aproximada para sintonizar la radio es el intervalo de edad de 12 a 70 años, de las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Segmentación por nivel de estudios: La radio comunitaria llegará a todo público sin importar su nivel de estudios, porque brindará un servicio comunicacional que no requiere instrucción académica.

Segmentación por lugar de residencia: Habitantes de las parroquias: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Yangana y Quinara del sur del cantón Loja, provincia de Loja.

Competidores:

Radio Comunitaria “La Voz del Sur” VS Radios privadas de Malacatos y Vilcabamba.

FODA:

Fortalezas:

- Radio Comunitaria, servicio innovador en las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

- Posee objetivos definidos al servicio de la comunidad que la distinguen del resto de medios de comunicación.
- Radio comunitaria con características propias, programación, personal, tecnología, estructura.

Oportunidades:

- .Crecer como medio de comunicación para convertirse en una radio estable con sintonía adecuada.
- Su puesta en funcionamiento logrará que el medio cuente con altos niveles de sintonía, debido a lo llamativo de su programación.

Debilidades:

- Medio nuevo que depende de la acogida del público.
- Poca acogida en el mercado por ser un medio de comunicación nuevo.
- Radios comunitarias son proyectos recientes la gente desconoce de sus objetivos.

Amenazas:

- Fuerte competencia a nivel local y nacional.
- Teniendo varios administradores de los 5 Gobiernos Parroquiales puede verse alterada su imagen.
- Baja aceptación del medio para su mantenimiento económico, venta de publicidad y servicios.

MODELO DEL PLAN DE MARKETING:

Grupo objetivo: Público de edades aproximadas entre los 12 y 70 años de las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Características: Radios Comunitarias, constituidas en las leyes del país como radios de servicio a la comunidad.

Posicionamiento: Las radios comunitarias cuentan con un auge mediático debido a su reciente creación y los servicios que brindan.

Lema: “La Voz del Sur”, porque estamos al servicio de la comunidad.

Precio: Inicialmente los precios de publicidad estarán fijados en 0,09 centavos el segundo de transmisión para publicidades locales de las parroquias; 0,15 centavos para publicidades del cantón y provincia de Loja y 0,40 centavos por segundo para publicidades nacionales.

Plaza: Por medio de personal encargado en marketing se ofrecerá los servicios de publicidad, los contratados se encargarán de visitar los locales comerciales para promocionar la radio comunitaria y así conseguir vender espacios de publicidad.

Promoción: Se darán promociones durante los primeros meses de contratación con la radio comunitaria, como ofertas y paquetes.

Se promocionará al medio de comunicación comunitaria a través de medios locales de mayor sintonía y colocando afiches en puntos estratégicos para conocimiento de los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Objetivo	Estrategia	Táctica	Controles
Posicionar a la radio comunitaria en las parroquias rurales del sur del cantón Loja	Realizar una campaña publicitaria para promocionar la imagen del medio comunitario.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una campaña de persuasión en sitios estratégicos de la parroquias (parques, centros recreacionales y más) - Diseñar pancartas y afiches que promocionen al medio comunitario. - Colocar publicidad en los principales comercios de las parroquias 	<ul style="list-style-type: none"> - Reportes de aceptación. - Actitud de las masas. - Sintonía de la radio en sus primeras emisiones.
Incrementar las ventas de publicidad en el primer trimestre de funcionamiento de la radio comunitaria	Realizar campañas promocionales para ofertar a la radio comunitaria como la mejor opción a la hora de invertir en publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación interpersonal para convencer a los posibles clientes. - Mejorar la imagen y posicionamiento de la radio para atraer posibles inversionistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reportes económicos. - Auditorías de comunicación. - Declaraciones al SRI para medir ingresos.

1.3.2 Estrategias de Comunicación Interna y Externa:

Público Objetivo:

Interno:

- Personal del área administrativa.
- Personal que colabora en la radio.
- Administradores.

Externo:

- Medios de comunicación locales.
- Clientes de publicidad de la radio comunitaria.
- Público objetivo de las parroquias rurales del sur del cantón Loja que sintoniza la radio comunitaria.

Estrategias de comunicación Interna:

Se brindará una comunicación abierta en una relación amistosa y cordial que permita el buen trato entre los distintos trabajadores de la radio comunitaria “La Voz del Sur”.

HERRAMIENTAS:

Se utilizará **entrevistas** constantes con los trabajadores fijos y temporales de la radio comunitaria para acordar temas de interés común como bienestar, sueldo digno, trato cordial, espacios físicos, herramientas tecnológicas, entre otros.

También se implementará un **programa de sugerencias**, en donde los trabajadores internos podrán plasmar de forma anónima sus aportes para mejorar la radio, en temas diversos que serán acogidos por los administradores.

Los administradores utilizarán **cartas al personal**, para indicar de forma personalizada los aspectos en los que el trabajador está fallando y así mejorar su rendimiento profesional.

Las **carteleras**, serán ubicadas en lugares visibles para el personal y contendrán información referente a normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal.

Cuadernillo de bienvenida y manual de estilo, para los nuevos empleados que se incorporan al medio de comunicación en donde se indicará las normas básicas que rigen a la radio, antecedentes históricos, objetivos, estrategias, públicos, estilos y formas de expresión adecuadas para la radio comunitaria.

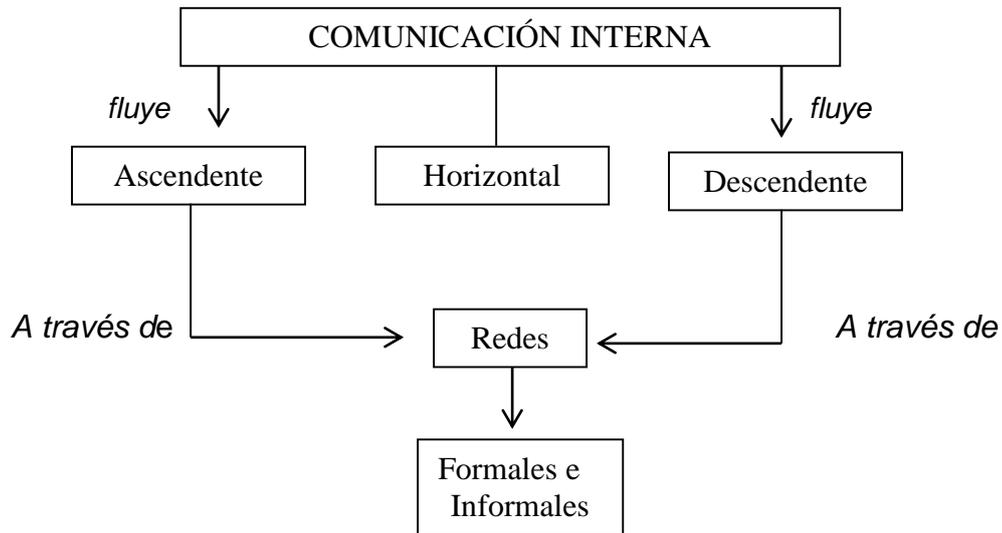
Otro de los factores importantes en la comunicación interna son las **reuniones**, se efectuarán cada semana junto a los administradores para la evaluación del medio, información relevante, capacitaciones, toma de decisiones y compromisos asumidos por los integrantes.

Medios electrónicos, a través del uso de redes sociales y correos electrónicos se establecerá una comunicación directa entre los servidores del medio comunitario para una correcta relación de compañerismo y fraternidad.

INSTRUMENTOS:

Evaluaciones periódicas: Que permitirán a los directivos medir el nivel de eficiencia y compromisos de los servidores del medio radial, mediante encuestas y sondeos de opinión internos.

RADIO COMUNITARIA “LA VOZ DEL SUR”



Estrategias de Comunicación externa:

Se generarán actividades con mensajes dirigidos a crear la relación con los diferentes públicos que acceden a la radio comunitaria, imagen favorable del medio y promoción de actividades, servicios con la comunidad en la cual se inscribe en el caso particular habitantes de las 5 parroquias rurales del sur del cantón Loja.

Publicidad: Se colocará una publicidad en la prensa escrita de mayor acogida en las parroquia rurales del sur del cantón Loja, en donde conste el logo de la empresa, su lema principal y el dial de la frecuencia para generar interés colectivo.

E-mails: Se enviarán emails con promociones publicitarias a los dueños de locales comerciales tanto locales como provinciales para que puedan ofertar sus productos en la radio comunitaria.

Página web: Sitio web institucional en donde se publicará la información que genera el medio comunitario, para que pueda ser visualizado por un mayor público, la página contendrá distintas secciones con fácil navegación en donde se podrá encontrar: misión, visión del medio, objetivos, programación, horarios, ranking de sintonía, noticias y link de interés, vinculación con la comunidad, información administrativa, entre otros.

Campañas publicitarias: Se realizarán campañas publicitarias frecuentes para promocionar al medio de comunicación en las 5 parroquias, llegando a un mayor número de oyentes.

Relaciones públicas: La persona encargada de dirigir los procesos comunicacionales que genera el medio difundirá la información de

interés que se genere a través de la elaboración de boletines de prensa, noticias, reportajes, etc.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General.

Constituir una radio comunitaria pluralista, inclusiva, de participación en el ámbito de las necesidades informativas del sector rural del sur del cantón Loja, impulsando la democracia para contribuir al desarrollo de la comunidad.

1.4.2 Específicos.

1.4.2.1 Objetivos de Corto Plazo

Lograr la implementación de la radio comunitaria, ubicando el personal que laborará de acuerdo a un concurso público de méritos y oposición para seleccionar al personal adecuado, incrementando las publicidades, llegando a acuerdos para lograr un impacto positivo con la programación inicial y así consolidar el medio comunitario en las parroquias rurales del sur del cantón Loja.

1.4.2.2 Objetivos de Mediano Plazo

Consolidar al medio de comunicación en el tema financiero, con la búsqueda de publicidades fijas. Lograr que la radio llegue a un número mayor de perceptores. Conseguir sostenibilidad económica, de personal y social.

1.4.2.3 Objetivos de Largo Plazo

Contar con una radio comunitaria de gran prestigio que llegue a un alto índice de oyentes en las parroquias rurales del sur del cantón Loja. Conseguir su supremacía en el sector, tener sostenibilidad financiera y una programación variada capaz de satisfacer a distintos públicos.

1.5 METAS

1.5.1 Objetivos de Corto Plazo

1.5.1.1 Meta 1: Incrementar las ventas de publicidad en un 5% mensual.

1.5.1.2 Meta 2: Crear una imagen favorable del medio a través de campañas de comunicación mensualmente.

1.5.2 Objetivos de Mediano Plazo

1.5.2.1 Meta 1: Incrementar ventas de publicidad en un 30% anual, mediante promociones y ofertas.

1.5.2.2 Meta 2: Rotar trimestralmente al personal que dirige la programación para establecer el más indicado y aceptado por el público.

1.5.3 Objetivos de Largo Plazo

1.5.3.1 Meta 1: Establecer una estrategia de comunicación semestral a nivel local, regional y nacional para consolidar la imagen del medio de comunicación.

1.5.3.2 Meta 2: Realizar auditorías de comunicación anuales para reconocer errores y mejorar la administración de la radio comunitaria.

2. FILOSOFÍA:

La comunicación se ha convertido en un tema de debate, no solo por la complejidad de las relaciones mediáticas si no por el poder que se le ha atribuido a este acto humano de interrelación.

Los seres humanos estamos conscientes del poder que tiene la comunicación y está en nuestras manos darle el uso adecuado, moldeando la opinión y favoreciendo la participación para la construcción de una sociedad libre y democrática.

Una radio comunitaria no solo es un medio de comunicación más, si no una herramienta clave en la construcción de una mejor calidad de vida, promocionando la unión, atendiendo a sus necesidades, priorizando la cultura local, comprometida con los derechos humanos y ciudadanos, inscrita en la más alta cúspide de los procedimientos comunicacionales que determinan el desarrollo social y humanitario de las comunidades.

2.1 POLÍTICAS ECONÓMICAS DEL MEDIO

2.1.1 Política 1:

La radio comunitaria “La Voz del Sur”, brindará a través de sus administradores, servidores y colaboradores un servicio de calidad a la comunidad de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, mediante un trato justo, amable, atención personalizada y eficiencia administrativa.

2.1.2 Política 2:

Los servidores de la radio comunitaria mantendrán un manejo ético de la información basada en las normas deontológicas y contextualizando sus informaciones para la comunidad rural a la que se brinda servicios de comunicación.

2.1.3 Política 3:

Los servidores y colaboradores de la radio podrán usar la vestimenta según su interés, manteniendo siempre una imagen favorable y de respeto para los demás compañeros. El uso y manejo de las herramientas de la radio será absoluta responsabilidad del periodista o servidor que utiliza la herramienta, responsabilizándose de posibles daños a la parte física.

3. PÚBLICO OBJETIVO:

El público objetivo al que llegará la Radio Comunitaria “La Voz del Sur”, son habitantes de la Región Sierra, Provincia de Loja, Cantón Loja, parroquias rurales del sur: Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Yangana, de entre 12 y 70 años de edad, de nacionalidades mestizas, indígenas y extranjeros, que hablan el español como lengua autóctona, dedicados a actividades académicas, comerciales, turísticas, agrícolas, ganaderas, mineras, religiosas, culturales, disfrutan de la radio como herramienta de información y de adquisición de conocimientos educativos, entretenimiento, musicales, disfrutando mayoritariamente de programas informativos (información local en base a necesidades informativas), musicales (música nacional) y deportivos (locales).

De igual forma a 5 presidentes, vocales y funcionarios de los Gobiernos Autónomos Parroquiales, como actores sociales generadores de desarrollo.

4. PLAN GENERAL:

4.1 SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA:

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL SOLICITANTE:

RADIO COMUNITARIA “LA VOZ DEL SUR”

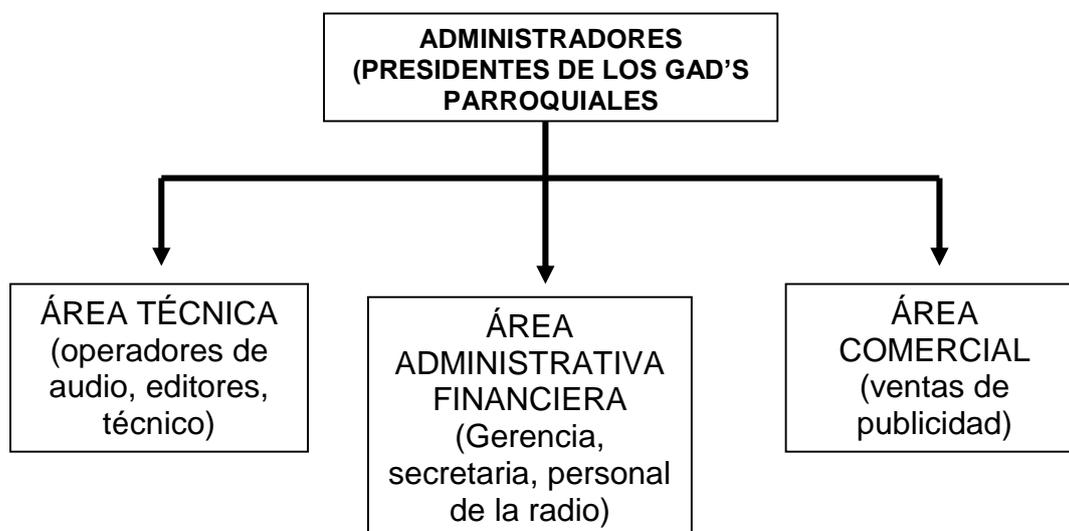
Sector: Radiodifusión Sonora.

Medio de Comunicación Social: Comunitario.

A. DATOS GENERALES DE LA UBICACIÓN:

PROVINCIA: LOJA **CANTÓN:** LOJA
PARROQUIA: MALACATOS, SAN PEDRO DE VILCABAMBA,
VILCABAMBA, QUINARA Y YANGANA.

B. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

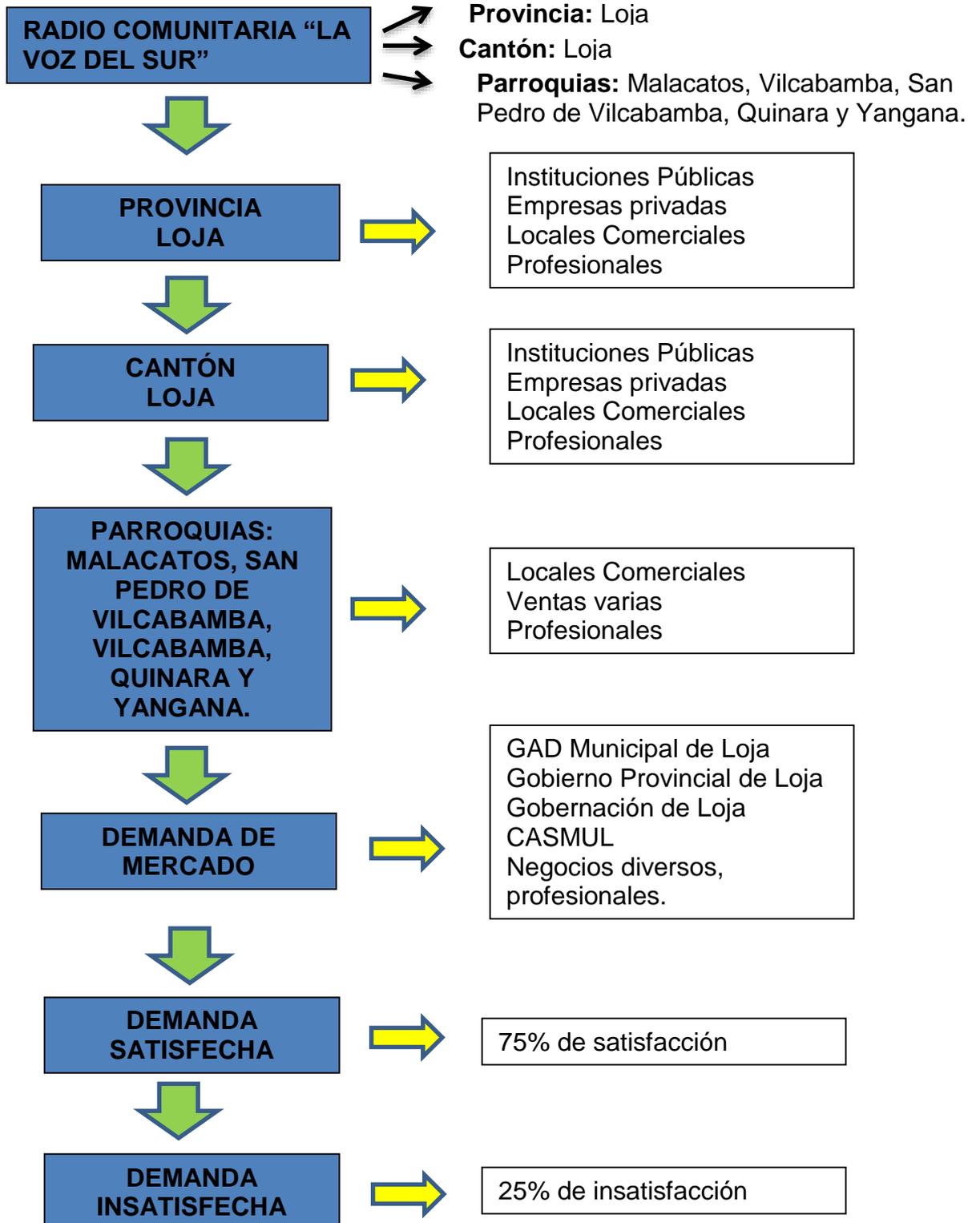


PROYECCIÓN DE REMUNERACIONES.

Personal Operativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descripción	Costo USD				
Administradores	0	0	0	0	0
Técnico para manejo de equipos	7000	7000	7000	7000	7000
Secretaria	6000	6000	6000	6000	6000
Periodista 1	8500	8500	8500	8500	8500
Periodista 2	8500	8500	8500	8500	8500
Ventas	5500	5500	5500	5500	5500

ESTUDIO DE MERCADO-DIMENSIONAMIENTO.

Servicio: La radio Comunitaria “La Voz del Sur”, brindará servicios publicitarios, para anunciar locales comerciales, productos, servicios varios, propaganda, y la venta de bienes raíces o de bienes muebles e inmuebles.



ANÁLISIS FINANCIERO.

INGRESOS ANUALES 14.000	——— ———	PRECIO DEL ANUNCIO Institución Privada = 320,00 Institución Pública = 500,00 Negocio = 120,00 Extras= 200,00
-----------------------------------	------------	---

INGRESOS ANUALES	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos anuales 1	Venta de Publicidad	9000	10000	8500	9000	8000
Ingresos anuales 2	Anuncios y publicidades flash	3500	4000	4000	4000	3500
Otros ingresos	Ventas ocasionales	1500	1000	1500	3000	2500
Ingresos Totales (USD)		14.000	15.000	14.000	16.000	15.000

ANÁLISIS FINANCIERO – COSTOS Y GASTOS.

Síntesis de los costos y gastos de explotación.

Descripción consolidada de costos y gastos	TOTAL
Costos Operacionales	4.000
Costo Terminales/ Equipos	30.000
Gastos Administrativos	10.000
Gastos de Mercadeo y Ventas	5.000
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE EXPLOTACIÓN	49.000

4.2 IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO:

- La creación de una radio comunitaria ayuda a los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, a mejorar su calidad de vida, ya que obtendrán del medio de comunicación beneficios como; información, prevención, apoyo y participación social. Los 5 Gobiernos Parroquiales podrán mejorar su gestión y compromiso de servicio al pueblo a través del medio de comunicación.

- El nivel de incidencia es mayoritario, al cubrir las necesidades informativas de estos sectores se contribuye a la solución de problemáticas vigentes como: desinformación, desatención social, política, enfermedades comunes que se pueden prevenir, entre otros.
- La radio comunitaria podrá aportar desde su programación con soluciones a problemas sociales a través de la producción radiofónica y por medio de especialistas que informen con veracidad en temas de interés colectivo. Además la vinculación con las autoridades de los Gobiernos Parroquiales permitirá exigir obras y la rendición de cuentas de las actividades que realizan los mandatarios en beneficio de la comunidad,
- Generará fuentes de empleo para los habitantes de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, ya que se requiere los servicios de personal encargado de manejar el medio de comunicación.
- A través de la programación radial, se impartirá conocimientos ambientales que evitarán la contaminación, el desconocimiento del uso de recursos naturales, conciencia ambiental y adecuado manejo de valiosos recursos existentes en estos sectores.
- La educación es uno de los elementos prioritarios en la radio comunitaria “La voz del Sur”, trabajando de forma conjunta con los establecimientos educativos del sector para la difusión de temáticas educativas impartidas para distintas edades, permitiendo reforzar o acceder a la educación formal a través de la programación.
- La integración cultural, elemento básico de interacción, la radio comunitaria no excluirá a grupos sociales, brindando la apertura para la creación de programas que reflejen la cosmovisión, tradición, religión y saberes ancestrales de los grupos sociales que habitan en las parroquias rurales del cantón Loja, sin definir edades determinadas, siendo posible la interacción de diversos grupos, comunidades, asociaciones y más, que no contengan interés políticos o de imposición ideológica.

5. MAPA DE PROGRAMACIÓN.

5.1 TIPO DE PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES:

Programas informativos, culturales, musicales, educativos, radio revistas, tratados con objetividad, veracidad, respetando la honra y reputación de las personas, su dignidad, sin incitar a la violencia, sexismo o machismo.

Con respeto a la libertad de expresión y de opinión.

5.2 PROGRAMACIÓN DE SÁBADOS, DOMINGOS Y FERIADOS:

Programas musicales, de salud, veterinarios y agrícolas, religiosos, tratados desde una óptica pluralista sin violar ninguna de las normas

establecidas en las normas deontológicas de la Ley Orgánica de Comunicación.

6. IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

1. Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad

Para conseguir este objetivo se propiciará la integración a través de la programación radial, con la implementación de programas dirigidos a públicos diferentes en los que se pueda transmitir una cosmovisión diversa y pluricultural.

2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

Mediante capacitaciones en temas de: locución, manejo tecnológico, dirección, coordinación, a la ciudadanía se logrará mejorar sus capacidades de comunicación y se potenciará el acceso de los ciudadanos como actores de la comunicación, desarrollando sus habilidades.

3. Mejorar la calidad de vida de la población

Para el mejoramiento de la calidad de vida, es necesario que se cuente con la atención a necesidades básicas, en este caso concreto brindando la atención a las principales necesidades informativas de las parroquias rurales del sur del cantón Loja, se mejora su calidad de vida, porque se brindará información, precisión, veracidad que mejore su desarrollo social.

4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable

A través de las distintas programaciones se impulsará campañas de concienciación ambiental, se tratará temas ecológicos y de cuidado de la naturaleza, explicando las características del ecosistema existente en estos sectores que poseen una gran diversidad de bosques y montañas.

5. Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

La mejor forma de conseguir la paz es luchar por ella, a través de la implementación de la radio comunitaria "La Voz del sur" se dará atención a problemas que causan caos e inestabilidad para encontrar una salida, se impulsará la integración en un primer instante de las parroquias con el cantón y a través de esto con el país y el mundo entero.

6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas

La implementación de la radio comunitaria generará fuentes de empleo para los habitantes de este sector, mismos que contarán con salarios dignos, trabajo estable y ambiente de superación, garantizando la diversidad en el personal sin discriminaciones de ningún tipo.

7. Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común

A través de la radio comunitaria se puede incluir espacios radiales que promuevan la difusión cultural de distintos grupos étnicos y sociales, siendo el medio de comunicación el lugar de encuentro común de culturas, ideologías, tradiciones y cosmovisiones que nos ayuden a entender la diversidad propia existente en el Ecuador.

8. Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

En las parroquias rurales del sur del cantón Loja existen identidades diversas, por lo tanto, la radio comunitaria “La Voz del Sur”, fortalecerá la identidad a través de la correcta difusión de las características propias de la diversidad de identidades para evitar discriminaciones, dando cabida a la aceptación y propiciando un ambiente de igualdad y justicia.

9. Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia

La comunicación se utiliza como herramienta de poder o de servicio común, en este caso, la comunicación a través de la radio no se orientará a la búsqueda del poder, al contrario, se garantizará la vigencia de los derechos humanos y la justicia.

10. Garantizar el acceso a la participación pública y política

La radio comunitaria será administrada por Gobiernos Parroquiales, por lo tanto, se garantiza el acceso a la participación pública, será la ciudadanía de las 5 parroquias la encargada de exigir el cumplimiento de los ofrecimientos de las autoridades, vigilando sus actuaciones políticas, el medio de comunicación se convertirá en un mediador entre el pueblo y la autoridad para el desarrollo.

11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

El medio de comunicación propenderá al establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible, con intervenciones radiales de profesionales en el tema económico que garanticen la economía a través del uso de los recursos existentes, ganadería, agricultura, turismo, comercio y talento humano.

12. Construir un Estado Democrático para el Buen Vivir

La democracia se consigue con participación social en la toma de decisiones que contribuyan a mejorar la calidad de vida, la radio comunitaria dará apertura a diversos actores sociales garantizando la participación que construya parroquias en las que prima la justicia, extendiendo las leyes y la interacción.

7. FODA

<p>FORTALEZAS (Internas)</p> <ul style="list-style-type: none">• Medio de comunicación comunitario al servicio de los habitantes.• Primera radio comunitaria en el cantón Loja.• Administración de los presidentes de los Gobiernos Parroquiales.• Programación basada en las necesidades informativas del sector.• Apertura para la participación de la comunidad en la programación.• Interacción entre autoridades y el pueblo.• Participación en el medio de comunicación de 5 parroquias rurales del sur del cantón Loja.	<p>OPORTUNIDADES (Externas)</p> <ul style="list-style-type: none">• Apertura del estado ecuatoriano a la creación de medios comunitarios.• Leyes favorables para los medios comunitarios.• Ley de comunicación que garantiza la labor de los periodistas.• Apoyo estatal para el mantenimiento económico del medio.• Apoyo de empresas privadas existentes en estas parroquias que apoyan a la creación del medio comunitario.• Positivismo de los habitantes de las parroquias rurales para la creación de la radio comunitaria.
<p>DEBILIDADES (Internas)</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de personal capacitado para cubrir las distintas áreas.• Falta de herramientas tecnológicas al servicio de la comunidad.• Bajo presupuesto para la creación.• Competitividad con medios de comunicación privados que existen en el sector en el tema de publicidad.• Gobiernos Parroquiales en pugna por quien dirigirá mayoritariamente el medio.	<p>AMENAZAS (Externas)</p> <ul style="list-style-type: none">• Bajo apoyo de la empresa privada del sector.• Mala campaña de imagen contra el medio de comunicación.• Rechazo de la comunidad a la programación.• Leyes que desfavorezcan a los medios comunitarios.• Autoridades seccionales en contra de la programación emitida.• Cierre del medio por falta de presupuesto.

ESTUDIO TÉCNICO

Servicio:

RADIODIFUSIÓN SONORA EN FRECUENCIA MODULADA (FM)

Nombre propuesto de la estación o sistema:

RADIO COMUNITARIA “LA VOZ DEL SUR”

UBICACIÓN DE LA ESTRUCTURA:

Provincia de Loja, Cantón Loja, Parroquias rurales del sur: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Vilcabamba, Quinara y Yangana.

La sede principal del estudio estará ubicada en la parroquia Malacatos, existiendo cabinas de grabación para la transmisión en las parroquias Vicabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Quinara.

Aspectos tecnológicos.

Se divide en dos partes: El equipamiento del sonido y el de radiofrecuencia.

Sonido.

Relacionado con la grabación de entrevistas, reproducción de audio, edición de archivos, programación, etc.

La radio comunitaria “La Voz del Sur”, contará con:

- Sala acondicionada para las grabaciones



Fuente: www.google.com

- Computadora marca DELL Pentium 4 con procesador Corel duo 2.0 con capacidad de 180 GB



Fuente: www.google.com

- Consola marca MACKLIE para programación.



Fuente: www.google.com

- Dos micrófonos profesionales marca Shure SM- 58 y dos micrófonos inalámbricos



Fuente: www.google.com

- Grabadora profesional marca SONY para las grabaciones de las entrevistas



Fuente: www.google.com

- Cable multipar destinado a las conexiones de los equipos y a la fuente de energía, entre otros.



Fuente: www.google.com

Radiofrecuencia.

- Acondicionador de niveles, limitador, ecualizador y modulador de estéreo. La salida de este equipo será modulada en Radiofrecuencia y transmitida con una potencia de 250W. Se considera imperante la refrigeración de este equipo mediante ventiladores orientados directamente sobre el disipador del transmisor.



Fuente: www.google.com

La potencia del transmisor determinará la cantidad de señal que se vaya a irradiar. El área de cobertura de la señal depende del tipo de antena, altura de la torre y su ubicación.

Las torres son el soporte metálico donde se coloca las antenas propiamente dichas que estarán conectadas al transmisor por un cable llamado coaxial. En las FM hay antenas de diferentes tipos, pero las más usadas son los dipolos.

7. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Julio. 2014	Ago. 2014	Sep. 2014	Oct. 2014	Nov. 2014	Dic. 2014	Ene. 2015	Feb. 2015	Marz. 2015
Creación del proyecto comunicacional, plan de gestión y estudio técnico	x	x							
Socialización de la autora de tesis del PROYECTO COMUNICACIONAL con los presidentes de los GAD's parroquiales de las parroquias rurales del sur del cantón Loja.		x							
Presentación del proyecto ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)			X	x	x				
Implementación del medio de comunicación, en su parte técnica, tecnológica y de personal						x	x	x	x

j. BIBLIOGRAFÍA

Arévalo, J., & Quizhpe, C. (2010). *La programación de las radios comunitarias de los cantones Saraguro y Paltas de la provincia de Loja y su incidencia en desarrollo rural*. (Tesis de grado) Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

Asociación de Gobiernos Parroquiales Rurales de Loja. Asogopal.gob.ec

Barbero, J.M. (1999). *El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación*. Nueva Sociedad 161. Mayo/junio. Recuperado de: <http://bit.ly/17tkUKL>

Bejarano, J. (2009, octubre 13). *Ley de Comunicación*. Diario El Comercio Quito. Pág. 12.

Botero, H. (2006). *Teoría de públicos: lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*. Colombia: Invitro.p.45

CIESPAL. Mediaciones. Ensayos, 2012.

CONATEL. Plan Nacional de Frecuencias. 2012. p. 11

Cutimbo, M. (2011). *“Ecuador: Hacia una democratización de la comunicación”*. Maestría. FLACSO. Ecuador.

INSITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC).
www.inec.gob.ec

www.senatel.gob.ec. *Estadísticas septiembre 2013*. Recuperado de:
<http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/biblioteca/>

- Real Diccionario de la Lengua Española. (2013). Democratizar. (parr 1)
- Mastrini & Becerra. 2003. *50 años de concentración de Medios en América Latina*, p.1
- León, O. (2009). *La democratización de la comunicación: señales favorables. CIESPAL MEDIACIONES*. Recuperado de <http://www.ciespal.net>
- León, O. (2013). *Comunicación, democracia y movimientos sociales. ALAI. América latina en movimiento*. Recuperado de: <http://alainet.org/active/61909>
- Ley Orgánica de Comunicación Ecuador (2013). Ecuador. Pág. 18,
- Luzuriaga, C. (2010). *Políticas de concesión del espectro radioeléctrico en el Ecuador*. (Tesis de post-grado). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- López, J. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito, Ecuador.
- López, J. (2008). Ciudadana Radio. *El poder del periodismo de intermediación*. Colección análisis. Venezuela. 2008.
- SENATEL. 2013. Pág.1 Recuperado de <http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/espectro-radioelectrico/>
- Secretaría Nacional de Telecomunicaciones. (2014). Reportes de Radio y TV. Marzo. Recuperado de <http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/biblioteca/>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). (2014). Recuperado de:
<http://alc.amarc.org/>

Pupiales, D. (2013). *APORTE DE LA RADIO COMUNITARIA AL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD: estudio de caso Fundación Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador – ERPE. Parroquias rurales del cantón Riobamba donde se ubican los telecentros "Llaktanet"*. (Tesis de grado). Universidad Central del Ecuador. Quito. Ecuador.

k. ANEXOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

TEMA:

**“LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPECTRO
RADIOELÉCTRICO EN EL ECUADOR Y SU
APORTE A LA CREACIÓN DE RADIOS
COMUNITARIAS EN LAS PARROQUIAS
RURALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA.
PERIODO MARZO- JULIO 2014”**

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA:

Gianella Patricia Armijos Macas

LOJA-ECUADOR

2014

a. TEMA

**“LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO
EN EL ECUADOR Y SU APORTE EN LA CREACIÓN DE RADIOS
COMUNITARIAS EN LAS PARROQUIAS RURALES DEL SUR
DEL CANTÓN LOJA. PERÍODO MARZO - JULIO DE 2014**

b. PROBLEMÁTICA

La democratización de los medios de comunicación es parte de la lucha histórica en varios países de Latinoamérica entre ellos Argentina, Venezuela y Bolivia, donde se dejó de lado la comunicación monopolizada en manos de grupos de poder económico, logrando que se desconcentre el poder a sectores sociales, lo que ha generado una comunicación más abierta, en la que la participación ciudadana es el eje primordial.

En el Ecuador, la comunicación fue durante muchos años una herramienta de poder de grupos económicos reinantes, quienes controlaban la información según sus intereses, la existencia minoritaria de medios independientes hacía que la información que se presentaba sea tomada como verdadera, en muchos casos carecía de investigación y atacaba a los interés contrapuestos. La ideología impuesta fue una de las características fundamentales la cual respondía a intereses políticos y no a niveles de objetividad que busquen mejorar la sociedad, tenían poco interés en la población que habitaba en zonas rurales.

A partir de la creación de la Asamblea Nacional en el año 2008, se presentan varios proyectos de ley, entre ellos la Ley de Comunicación, la cual fue parte de un proceso de reestructuración del sistema de leyes en el país, el objetivo principal fue crear una ley luego de 38 años, la última ley existente fue la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista promulgada en septiembre de 1975.

En primera instancia no se aceptaba el Proyecto de Ley de Comunicación presentado, aduciendo que violentaba la libertad de expresión, otorgaba demasiado control al Estado y perjudicaba a los medios de comunicación privados, luego de un proceso largo, posicionamientos en favor y en contra, se presentaron varios borradores a la ley, desde

el año 2009 existieron debates, protestas y oposición, pero, finalmente el proceso llegó a su fin el 14 de Junio de 2013, cuando la ley fue aprobada por mayoría en la Asamblea Nacional, mandatada por la Constitución del 2008.

El Título VI, de la Ley de Comunicación, en el artículo 106, exige la distribución de las frecuencias del espectro radioeléctrico, equitativamente en tres partes 33% medios privados, 33% medios públicos y 34% medios comunitarios.

En Ecuador, el 83,3% de las frecuencias son de carácter privado, existiendo una concentración muy alta en este sector, la presencia de medios públicos es de 15,01% y la de medios comunitarios se ha mantenido en rangos muy bajos, al contar con apenas el 1,76 % del porcentaje total.

Los medios comunitarios han sido vistos como aquellos que se desarrollan en lugares lejanos, marginales, propia de campesinos que no aportan a lo mediático y político que acostumbra nuestro país, existiendo un gran déficit histórico con este sector de la comunicación.

Según datos de la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), en la Provincia Loja, existen alrededor de 69 estaciones de radio, de las cuales 59 son de carácter privado y las otras 10 de carácter público. No existen estaciones de radio comunitarias.

La principal función de las radios comunitarias es orientar su labor al fortalecimiento de la comunidad a la cual están sujetas sin fines lucrativos, la defensa de sus valores, el rescate cultural y la difusión de temas que reflejen su cosmovisión, cultura, conocimientos y saberes ancestrales. Pese a ello, en las parroquias rurales del Cantón Loja, aún no existen radios de orientación comunitaria, a pesar de que coexiste la organización y la conformación de una comunidad.

La Ley de Comunicación, exige democratizar el espectro radioeléctrico, en las parroquias rurales del sur del cantón Loja no existen radios comunitarias, existe desconocimiento acerca de la designación de frecuencias, lo que limita a las comunidades a formar parte de los beneficios de la ley. Si la ley exige igualdad en las frecuencias, en el cantón Loja, priman los medios privados, la mayoría de ciudadanos desconoce, hasta el momento, el alcance de la Ley de Comunicación.

c. JUSTIFICACIÓN

La Universidad Nacional de Loja en su afán de procurar la formación de profesionales competentes, capaces de evidenciar, comprender y solucionar las necesidades de la sociedad, exige a los estudiantes el desarrollo de un proyecto de tesis, previo a la obtención de un título profesional para dar solución a problemáticas sociales relacionadas con su profesión.

La carrera en Ciencias de la Comunicación Social está orientada a la solución de problemas de la comunidad, presentando alternativas que coadyuven al desarrollo humano de la Región Sur. Por tal razón, he considerado realizar una investigación de carácter científica, como lo es la “LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPECTRO RADIO ELÉCTRICO Y SU APOORTE EN LA CREACIÓN DE RADIOS COMUNITARIAS DE LAS PARROQUIAS RURALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA. Periodo marzo-julio 2014, la cual se encuentra dentro de los lineamientos académicos. Su desarrollo se ajustará a la normativa vigente, cumpliendo además con un requisito para aspirar a obtener el título de tercer nivel en Licenciatura en Comunicación Social.

Existe la necesidad de conocer como la Ley de Comunicación aprobada en junio de 2013 transformó aspectos relacionados con el acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación, de esta manera se puede tener una idea clara y fundamentada de la forma en que se obtienen los beneficios de la ley para ejercer los derechos a la comunicación.

En el cantón Loja, en sus parroquias rurales, existen individuos que comparten elementos en común, cultura, costumbres, valores, saberes ancestrales, formando una comunidad. La investigación proveerá una visión clara de lo que significa una radio

comunitaria, los requisitos para acceder a su creación, el tipo de programación que se transmitirá, el personal que podrá laborar en el medio y las normativas necesarias para mantenerlo, esto contribuirá al desarrollo del grupo comunitario tanto de adultos, jóvenes y niños, mejorará su nivel de comunicación, permitirá ampliar la opinión, creará nuevas plazas de trabajo y sobre todo dará voz a sectores sociales para ampliar el sentido de la democracia.

El resultado de la investigación beneficiará a los sectores comunitarios de las 5 parroquias rurales del sur del Cantón Loja, al establecer las pautas claras de qué es y cómo se constituye una radio comunitaria, explicando los beneficios que trae para sus condescendientes se mejorará las condiciones sociales del sector.

Los conocimientos obtenidos de la investigación conceden un aporte significativo a la solución de problemas sociales, brindan un nuevo enfoque del concepto de comunicación e información, al transformar el concepto tradicional de la información en los medios de comunicación que observamos a diario a la información que se brinda en las radios comunitarios las cuales responden a los intereses del grupo al que representan, forjando identidad, cultura, reflejando las necesidades y proyectos.

El objetivo principal será dejar claro el panorama de lo que actualmente representa una radio comunitaria, analizar los reglamentos vigentes, explicando a la comunidad lo fundamental para entender y participar del proceso democrático de designación de frecuencias del espectro radioeléctrico, coadyuvando a la creación de radios comunitarios en las 5 parroquias rurales del sur del Cantón Loja, o al menos, tipificando propuestas para su creación.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Analizar como la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador aporta a la creación de radios comunitarias en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar el nivel de conocimiento sobre el proceso de democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador, aspectos positivos y negativos.
- Establecer si en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja existe la posibilidad de crear una radio comunitaria.
- Conocer las necesidades informativas de las comunidades que habitan en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja.
- Determinar los mecanismos de creación, que establece la ley, para la asignación de frecuencias y creación de radios comunitarias y así informar a la comunidad de las parroquias rurales del sur del Cantón Loja.
- Elaborar una propuesta alternativa que permita la creación de una radio comunitaria en las parroquias rurales del sur del cantón Loja, con el fin de contribuir al desarrollo social.

e. MARCO TEÓRICO

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

DEMOCRATIZACIÓN.

Definición: La democratización puede ser entendida desde distintas acepciones, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2006) afirma: “Democratizar. Hacer demócratas a las personas o democráticas las cosas” (parr.1). Desde esta breve definición podemos entender que democratizar es ampliar el campo de una determinada situación para hacerlo accesible a un grupo mayor de individuos.

Aunque el concepto democratización se encuentre estrechamente relacionado con temas políticos, no es necesariamente el único campo de su definición, puede ser aplicado a distintos ámbitos, así la democratización es poner en igualdad de condiciones, con libertad oportunidades que anteriormente eran negadas o estaban a un nivel de alcance dificultoso.

En este caso en particular, la explicación se centra en el concepto democratización de los medios de comunicación, lo cual significa que el poder ya no forma parte de personas privadas, sino que se ha repartido en forma igualitaria a distintos sectores.

Democratización de los medios:

Antecedentes: El proceso de democratización en América Latina ha traído enormes beneficios a los países del Tercer Mundo, la desvinculación económica y de poder aumentado considerablemente las oportunidades de desarrollo.

Una de las características distintivas de la llamada revolución en las comunicaciones producida en los últimos años del Siglo XX es la alteración de lógicas de acción y funcionamiento de las principales industrias y la consecuente modificación de los roles y perfiles de respectivamente. En América Latina esta tendencia es complementada por la concentración de los mercados informacionales, cuyos actores fundamentales son los grupos de mayor envergadura de la región y su alianza con los principales grupos globales. (Mastrini & Becerra. 50 años de concentración de medios en América Latina, p.1)

“Sin democratización de la comunicación, no hay democracia”, fue una de las consignas de grupos activistas, que reclamaron durante mucho tiempo la oportunidad de acceder a los medios para debatir su rol y responsabilidad social.

Cuando ante la incapacidad del neoliberalismo de resolver los problemas que prometió hacerlo-y que por el contrario los agravó-el mapa político cambia de color, paulatinamente va cobrando fuerza esa demanda básica de abrir el debate sobre los medios de comunicación y sus responsabilidades sociales. Y el imposible se revierte: los medios del establecimiento se atrincheran en el sentido patrimonialista de la “libertad de expresión”, a partir de la cual tratan de imponer un gran monólogo (...); pero resultan rebasados por un proceso de democratización que aspira garantizar como mínimo la pluralidad y diversidad informativas, abriendo y asegurando condiciones para que los sectores sociales tradicionalmente excluidos puedan irrumpir en tal espacio. Y es así como el debate está abierto. (León Osvaldo. 2009. La democratización de la comunicación: señales favorables. CIESPAL MEDIACIONES. Recuperado de <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/276-la-democratizacion-de-la-comunicacion-senales-favorables.html>)

Estas fuerzas comenzaron a ganar espacios de gobierno. Así la primera muestra de la democratización de los medios se dio en Venezuela con el Presidente Hugo Chávez, el cual en el 2002 reconoció a los medios comunitarios como ejes de desarrollo, se creó la “Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión”

En Bolivia, el nuevo texto Constitucional del 2009, abrió un nuevo escenario para acelerar el proceso de cambio. La legislación reconoce el derecho a la comunicación y a la información.

En el 2009, el senado Argentino aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la ley propone la desmonopolización del sector de grandes conglomerado.

De igual forma en Brasil y Uruguay, las leyes se han volcado hacia la construcción de leyes que regulen el aspecto comunicacional, interesándose en el libre acceso de los medios de comunicación y en la comunicación como eje de desarrollo.

Oswaldo León (2009) afirma: “La causa de la democratización de la comunicación que cada vez más es asumida por una diversidad de movimientos sociales, y ya no únicamente por actores relacionados directamente con este campo, con ritmos y particularidades propias de los respectivos países”. (parr 2)

Situación del Ecuador:

En primer lugar la Constitución de la República del Ecuador aprobada en el 2008 contiene un capítulo dedicado a los derechos de la comunicación en el que se garantiza la existencia y funcionamiento de medios públicos, privados y comunitarios en igualdad de condiciones. Reconoce a la comunicación y la información como derechos humanos

El artículo 16 inciso 3 de la Constitución se refiere al derecho de toda persona de crear medios de comunicación social.

El artículo 17 señala que el estado garantiza la asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias.

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 legislación a los medios (...) en la búsqueda de un derecho humano fundamental e inalienable: el derecho a la comunicación. (Cutimbo, 2011, p.11)

La democratización de los medios en nuestro país ha sido trascendental, a partir de la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación se estableció la democratización del espectro radioeléctrico, en su artículo 106 establece la distribución equitativa de frecuencias determinando el 33% para medios privados, 33% medios públicos y el 34% medios comunitarios.

La convergencia de distintos sectores en el control de la comunicación le brinda el carácter democrático, siglos atrás la comunicación e información era manejada por grandes grupos de poder económico existiendo un monopolio en la comunicación. Actualmente la distribución equitativa del espectro radioeléctrico permite ejercer el derecho a la comunicación establecido en la Carta Magna que rige nuestro país.

ESPECTRO RADIOELÉCTRICO.

Definición: Técnicamente el espectro radioeléctrico es definido como:

“Un conjunto de ondas electromagnéticas que se propagan por el espacio sin necesidad de guía artificial utilizado para la prestación de servicios de telecomunicaciones, radiodifusión sonora y televisión, seguridad, defensa, emergencias, transporte e investigación científica, así como para un elevado número de aplicaciones industriales científicas y médicas” (CONATEL, 2012, p.11)

El espectro radioeléctrico constituye un subconjunto de ondas electromagnéticas u ondas hertzianas fijadas convencionalmente por debajo de 3000 GHz, que se propagan por el espacio sin necesidad de una guía artificial.

Además el espectro radioeléctrico brinda una gran variedad de beneficio a la ciudadanía en general, mediante la prestación de servicios de telecomunicación y la Constitución del Ecuador controla todo el sistema, mediante la asignación de frecuencias.

El espectro radioeléctrico es considerado por la Constitución de la República como un sector estratégico, por tanto, el Estado se reserva el derecho de su administración, regulación, control y gestión. Dentro de este contexto, La legislación de telecomunicaciones ecuatoriana lo define como un recurso natural limitado, perteneciente al dominio público del Estado, inalienable e imprescriptible. (SENATEL, 2013)

Ley de Comunicación: El artículo 105 de la Ley Orgánica de Comunicación, se refiere a la administración del espectro radioeléctrico como “un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable. La administración para el uso y aprovechamiento técnico de este recurso público estratégico la ejercerá el Estado central a través de la autoridad de telecomunicaciones. En ningún caso, la administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación.

Manejo del espectro radioeléctrico:

“El uso de frecuencias radioeléctricas para los servicios de radiodifusión y televisión, requiere de una concesión previa, otorgada por el Estado, que dará lugar al pago de los derechos que corresponda(...) En la Ley de Radiodifusión y Televisión se establece, que las frecuencias de radiodifusión y televisión constituyen patrimonial estatal, por lo que el Estado Ecuatoriano, a través del Consejo nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), otorgará las frecuencias o canales, así como regulará y autorizará estos servicios en todo el territorio nacional.” (Luzuriaga, 2010, p.13)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Definición: Los medios de comunicación social son los canales a través de los cuales se difunde información. Estos pueden ser radios, prensa, televisión, medios digitales, etc.

Los medios de comunicación social son canales de expresión, medios de difusión que tienen como fin dirigirse a un público, poseen una influencia decisiva en la sociedad pues moldean las decisiones, la opinión e incluso las formas de reconocimiento social y las formas de hacer política. Sin embargo, los sujetos receptores de los mensajes tienen la capacidad de reinterpretar y decodificar su contenido, según su forma de ver y pensar al mundo. (Barbero.1999.p.11)

Los medios de comunicación social mantienen responsabilidades con los ciudadanos entre estas constan: respetar los derechos humanos, desarrollar el sentido crítico, contribuir a la paz, no presentar publicidad engañosa, fortalecer la democracia, entre otros.

Tipos de medios de comunicación social: Se los clasifica en medios públicos, privados y comunitarios.

Medios Públicos: Lo que es común y disponible para todos. Botero (2006) lo plantea “como un lugar de intercambio de ideas, pasiones, visiones, espacios, imágenes, intereses y autores que desfilan como un mar de representaciones heterogéneas” (p.45).

Art.- 78.- Definición.- Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público.

Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea. Los medios públicos son financiados por el Estado, cuentan con un consejo editorial y ciudadano. Se garantiza su autonomía editorial. (Ley de Comunicación, 2013, p.15)

Medios privados: Lo privado hace referencia al uso exclusivo de algo, en este caso el uso privado de un medio de comunicación social, no estatal.

Art.- 84.- Definición.- Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas de derecho privado con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social. (Ley de Comunicación, 2013, p.15)

Medios Comunitarios: Entidades sociales sin fines de lucro cuyo fin es contribuir al desarrollo de la comunidad a la que se pertenecen, involucra intereses compartidos.

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. (Ley de Comunicación, 2013, p.15)

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, e interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa administrativa y técnica de los medios comunitarios(...)(Ley de Comunicación, 2013, p.15)

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.

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas podrán generar fondos concursables para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios. (Ley de Comunicación, 2013, p.16)

Como hemos analizado los medios de comunicación comunitarios orientan sus intereses al bienestar colectivo de la comunidad a la que pertenecen por lo tanto su misión es social, al no ser parte de negocios lucrativos puede brindar un servicio de calidad sin responder a intereses económicos, el personal que lo conforma es parte del grupo social y existe un ambiente de mayor cordialidad entre los colaboradores.

RADIOS COMUNITARIAS:

Las radios comunitarias son muy importantes ya que dan un rol protagónico a la ciudadanía, presentando a las comunidades como factores principales de desarrollo.

Además promueve la democratización de las sociedades, permitiendo el acceso de comunidades y organizaciones sociales a la comunicación y a las formas de expresión.

Promueven el desarrollo local a través de la organización en temas recurrentes de interés general.

Calleja (citado por Arévalo & Quizhpe, 2010) “Las radios comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de

diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales” (p.7)

“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria.

No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda las emisoras que así se denominan. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva -y por ello, el nombre de construir comunidad” (López, 1997, p, 325)

IMPORTANCIA DE LAS RADIOS COMUNITARIAS:

Su surgimiento y desarrollo se ubica en los procesos democratizadores de América Latina y su importancia radica en el proyecto político democratizador y pluralista que las sustenta. Buscan dar un rol protagónico a la ciudadanía y visibilización de los sectores populares y de las comunidades presentándolos como protagonistas. En este sentido, tratan de fortalecer procesos de inclusión de los sujetos excluidos por la sociedad y el modelo neoliberal.

Un eje muy fuerte de su trabajo está en que apunta al desarrollo de una sociedad democratizadora y dentro de ella promueve la democratización de los medios y de las comunicaciones.

Son radios con incidencia e impacto en las poblaciones y ámbitos en que se encuentran, generando corrientes de opinión pública y procesos educativos en los sectores más necesitados.

Destacamos su importancia en los procesos de desarrollo local y de descentralización. Son particularmente fuertes en municipios, comunas y provincias. Su importancia se acrecienta en la medida en que apuntan al desarrollo e incorporación de innovaciones, otorgándole visibilidad pública a los esfuerzos por progresar y cambiar la realidad, desde el escenario radiofónico (ÁREVALO & QUIZHPE, 2010, p. 253)

Las radios comunitarias poseen espacios de difusión de contenidos culturales, parten de contenidos locales y sus espacios de difusión se relacionan con el espacio geográfico al que pertenecen.

Los temas que se emiten son de principal interés para la comunidad y se relacionan con: campañas de vacunación, prevención de enfermedades comunes en la zona, fiestas religiosas, juventud, se da prioridad al tema de la organización social y al tema informativo con enfoques locales.

2. MARCO REFERENCIAL.

La Ley Orgánica de Comunicación que fue aprobada en junio del 2013, ha establecido mecanismos de democracia, parte de estos mecanismos es el relacionado a la democratización del espectro radioeléctrico que exige repartir el espectro para medios comunitarios, privados y públicos en partes iguales, lo que otorga mayores beneficios a distintos sectores de la comunicación como los medios comunitarios que brindan mayores oportunidades de desarrollo social.

En los momentos actuales el Cantón Loja, no cuenta con medios comunitarios pesar de que exista una ley que otorga estos beneficios.

El Cantón Loja, cuenta con 5 parroquias rurales que se encuentran ubicadas en el sector sur del Cantón Loja: Yangana, Malacatos, Vilcabamba, Quinara, San Pedro de Vilcabamba. En estas parroquias existen grupos sociales que conforman una

comunidad, según el Diccionario de la Real Academia Española (2013) “comunidad es un conjunto de personas vinculadas por características o elementos comunes” (parr, 4).

Las comunidades trabajan por el bienestar común de todos sus miembros, emprendiendo proyectos para el desarrollo local, organizando a sus representantes para defender y definir su autonomía, por lo tanto, es fundamental que puedan contar con mecanismos de difusión de obras, trabajos, proyectos, ideas; esto puede realizarse a través de la conformación de medios comunitarios que puedan obrar conjuntamente con la comunidad u organizaciones sociales para proyectar programas de interés social con temas relacionados a la agricultura, cultura, religión, música y más; los medios serán definidos por los miembros de la comunidad según sus intereses, además establecerán a sus representantes.

Lo fundamental es que las radios comunitarias contribuyan al desarrollo de las parroquias rurales, sabiendo que es aquí en donde se concentra la producción agrícola del Cantón Loja, en donde se conservan las tradiciones y costumbres autónomas, existiendo un patrimonio tangible e intangible de alta calidad.

f. METODOLOGÍA

1. MÉTODOS

1.1. Método Científico

El método científico utiliza un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización o sistematización y expresión o exposición de conocimientos, tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental, por lo que constituye el primer método de investigación principal a utilizar en el desarrollo del presente proyecto.

La presente investigación nace de la necesidad de establecer los mecanismos que utiliza la Ley de Comunicación para democratizar la comunicación y permitir el acceso a organizaciones y grupos sociales que fomenten un sistema informativo pluralista, sin enfoques determinados, respondiendo a la necesidades informativas de distintos sectores, a partir de los procesos de los que se vale el método científico que son observación y recolección de información, permitirá la adquisición de la información de campo necesaria para luego exponer los resultados de los indicadores calculados.

Es el método más general y factible para la construcción de los objetivos generales y específicos, para la elaboración de instrumentos y técnicas que permitan rescatar la información, sistematizarla a partir del razonamiento lógico, analizarla y generalizarla para llegar a conclusiones.

1.2. Método Inductivo

La inducción es ante todo una forma de raciocinio, a partir de verdades particulares se llegan a establecer verdades generales, permite la observación de hechos particulares y concluir proposiciones que explican el problema investigado.

Así a partir de la observación y del análisis de la información recolectada en el campo, en aspectos relacionados a los conocimientos sobre el proceso de democratización en el Ecuador y las necesidades informativas del sector escogido, se podrá determinar los respectivos indicadores a través de métodos estadísticos y establecer cuál es el porcentaje de los mismos, para poder llegar a una conclusión general acerca de lo que se requiere en el tema comunicativo.

1.3.Método Deductivo

El método deductivo se complementa con el método inductivo. El conocimiento deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es, que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Así, de la teoría general acerca de los conocimientos del proceso de democratización en el Ecuador y una teoría sobre el nivel de necesidades informativas de las 5 parroquias en estudio, será posible generalizar cual es la situación por la que atraviesan las comunidades y organizaciones sociales que habitan en estas parroquias y sobre todo generalizar cuales serían sus oportunidades de acceder a la creación de una radio comunitaria que les permita un mejor desarrollo social.

1.4. Método Analítico - Sintético

El análisis y síntesis son procesos que permiten al investigador conocer la realidad, son métodos que se complementan, en el cual la síntesis debe seguir al análisis. El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación.

En la presente investigación el análisis partirá de la identificación de cada uno de los indicadores de conocimientos sobre el proceso de democratización en el Ecuador y necesidades informativas; de esta manera y a través de la información recolectada en la encuesta y por la observación será posible establecer las causas de dichos resultados y cuáles son los efectos visibles en las parroquias analizadas.

La síntesis implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno de ellos pueda relacionarse con el conjunto en la función que desempeñan con referencia al problema de investigación.

2. TÉCNICAS

Para el uso de los métodos de investigación, será necesario recurrir a las técnicas de investigación, mismas que cumplen la tarea de recolectar la información que luego con la aplicación de los métodos se les dará el tratamiento correspondiente.

2.1.Observación

La observación es una técnica que se la puede definir como el uso sistemático de los sentidos en la búsqueda de los datos que se requieren para resolver un problema de investigación. La observación como técnica de la investigación científica conoce la realidad y permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación.

Supone un conocimiento profundo de un marco teórico que oriente al investigador. Por lo tanto el empleo de esta técnica empezará desde el momento que se empieza a recopilar la información acerca de la parroquia a estudiar.

2.2. Encuesta

La recolección de información utiliza la encuesta como una técnica que permite llegar a un mayor número de informantes. Para el presente tema de investigación es necesario investigar una muestra representativa de ciudadanos de las 5 parroquias rurales del sur del cantón Loja, para conocer cuál es su criterio acerca del problema a investigar.

La encuesta será aplicada directamente por el investigador, quien está en capacidad de obtener, discernir y concretar la información solicitada, observando y procurando en todo momento la confiabilidad y seguridad de las respuestas obtenidas para de esta manera asegurar resultados.

La encuesta se aplicará a un total de 203 personas, repartidas entre las 5 parroquias objeto de estudio la muestra se obtuvo a partir de la aplicación de una fórmula que se encuentra anexa.

2.3. Técnica Bibliográfica.

Permite obtener información a través de libros, revistas, folletos, e Internet, para conocer de mejor manera el problema en cuestión. Ayudará a encontrar las pautas y herramientas necesarias para desarrollar de mejor manera el trabajo de investigación.

2.4. Técnica de la Entrevista.

La Entrevista es una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos que nos permitirá conocer los criterios de un público objetivo, a fin de sustentar la investigación. n.

g. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	AÑO 2014											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUB	NOVIEM	DICIEMB
Elaboración del proyecto de investigación	x											
Presentación del proyecto		x										
Revisión y correcciones del proyecto			x									
Aprobación del proyecto			x	x								
Investigación de campo					x	x						
Análisis de resultados						x	x					
Elaboración y diseño de propuesta								x				
Aprobación del informe final									x	x		
Empastados de tesis											x	
Sustentación y defensa de la investigación e incorporación												x

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

❖ Recursos humanos

- Postulante a la graduación
- Director de tesis
- Docentes que conformarán el Tribunal de tesis

❖ Recursos materiales

- Computadora
- Flash memory.
- Grabadora de voz digital.
- Hojas de papel bond.
- Internet
- Bibliografía

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO
SUMINISTROS DE OFICINA		
1	Caja de esferos	3,00
1	Resma de papel bond A4	4,00
2	Cartucho de tinta negra	10,00
1	Cartucho de tinta a color	5,00
500	Copias	15,00
2	Flash memory	20,00
1	Empastado	12,00
1	Anillado	2,00
TRANSPORTE Y MOVILIZACION		
	Pasajes	40,00
	Hospedaje	50,00
	Comida	50,00
	Transporte publico	10,00
	Imprevistos	300,00
TOTAL		520,00

a. FINANCIAMIENTO

El desarrollo de la tesis será cubierto con recursos propios de la autora.

i. BIBLIOGRAFÍA

Arevalo, J & Quizhpe, C (2010). *La programación de las radios comunitarias de los cantones Saraguro y Paltas de la provincia de Loja y su incidencia en desarrollo rural*. (Tesis de grado) Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.

Barbero, J. (1999). *El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación*. Nueva Sociedad 161. Mayo/junio. Recuperado de: <http://bit.ly/17tkUKL>

Bejarano, J. (2009, octubre 13). *Ley de Comunicación*. Diario El Comercio Quito. Pág. 12.

Botero, H. (2006). *Teoría de públicos: lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*. Colombia: Invitro.p.45

CIESPAL. Mediaciones. Ensayos, 2012.

CONATEL. Plan Nacional de Frecuencias. 2012. p. 11

Cutimbo, M. (2011). *“Ecuador: Hacia una democratización de la comunicación”*. Maestría. FLACSO. Ecuador.

INSITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC). www.inec.gob.ec

www.senatel.gob.ec. *Estadísticas septiembre 2013*. Recuperado de: <http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/biblioteca/>

Real Diccionario de la Lengua Española. (2013). Democratizar. (parr 1)

Mastrini & Becerra. *50 años de concentración de Medios en América Latina*,p.1

León, O. (2009). *La democratización de la comunicación: señales favorables*. CIESPAL MEDIACIONES. Recuperado de <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/ensayos/276-la-democratizacion-de-la-comunicacion-senales-favorables.html>

SENATEL. 2013. Recuperado de <http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/espectro-radioelectrico/>

Ley Orgánica de Comunicación Ecuador (2013). Ecuador.

Luzuriaga, C. (2010). *Políticas de concesión del espectro radioeléctrico en el Ecuador*. (Tesis de post-grado). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

López, J. (1997). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito, Ecuador.

ANEXO 2:

Calculo de la Muestra

Datos para Cálculo Muestra

Datos	
Población de las 5 parroquias rurales del sur del Cantón Loja	16094
Población de 20 a 69 años, informantes de calidad.	8146
P	0,50
Q	0,50
E	0,0679
Z	1,96
Muestra	203

5. Dato tomado del V Censo de Población y VI de Vivienda 2010,

Formula estadística:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 8146}{0,0679^2(8146 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 203$$

NÚMERO DE ENCUESTAS POR PARROQUIAS (población de 20 a 69 años)

8. MALACATOS (3,335 habitantes)	83 encuestas
9. QUINARA (662 habitantes)	16 encuestas
10. VILCABAMBA (2576 habitantes)	64 encuestas
11. YANGANA (827 habitantes)	21 encuestas
12. SAN PEDRO DE VILCABAMBA (746 habitantes)	19 encuestas

TOTAL

203 ENCUESTAS

ANEXO 3:



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Como estudiante de la Carrera en Ciencias de la comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, se está desarrollando un trabajo de investigación en las parroquias rurales del sur del Cantón Loja, el mismo que se relaciona con la creación de radios comunitarias, para lo cual solicito su apoyo, contestando las interrogantes planteadas. Sus respuestas serán anónimas, los resultados se aplicarán al tema. **La democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte a la creación de radios comunitarias en las parroquias rurales del sur del cantón Loja.**

DATOS GENERALES:

Nombre de la Parroquia:
Género: MASCULINO () FEMENINO ()
Edad:
Ocupación:

1. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza?

RADIO ()
PERIÓDICO ()
TELEVISIÓN ()

2. ¿Qué beneficios recibe de los medios de comunicación que sintoniza?

Información () Cultura ()
Entretenimiento () Educación ()
Distracción () Otros ().....

3. ¿Considera que los contenidos que se difunden en estos medios se relacionan con su comunidad?

SI () NO ()

¿Porqué?.....
.....

4. Estaría de acuerdo que se cree una radio comunitaria que se ajuste a los intereses de su parroquia?

SI () NO ()

5. Marque con una X cuál de las siguientes alternativas son necesidades informativas de su comunidad

- Prevención de enfermedades ()
- Noticias de su parroquia ()
- Conocimientos veterinarios ()
- Temas agrícolas ()
- Temas religiosos ()
- Programas culturales ()
- Tradiciones y leyendas ()
- Temas de salud, deportes, etc., ()
- Música nacional y local ()
- Otros ()

¿Cuáles?.....

6. ¿Qué programas son los que más sintoniza en la radio?

- | | | | |
|--------------|-----|-------------------------|-----|
| Informativos | () | Variedades | () |
| Musicales | () | Anuncios | () |
| Deportivos | () | Educativos y culturales | () |
| Otros | () | | |

7. ¿En qué horario usted sintoniza mayor tiempo la radio?

- | | | | |
|---------------|-----|---------------|-----|
| 04h00 a 06h00 | () | 12h00 a 13h00 | () |
| () | | | |
| 06h00 a 07h00 | () | 13h00 a 18h00 | () |
| () | | | |
| 07h00 a 12h00 | () | 18h00 a 22h00 | () |
| () | | | |

8. Considera usted que su comunidad estaría en condiciones de colaborar con el financiamiento para la creación de una radio comunitaria conjuntamente con el Estado. ¿En qué porcentaje?

- | | | | |
|-----------|-----|-----------|-----|
| 1 al 10% | () | 31 al 50% | () |
| 11 al 30% | () | 51% o más | () |

9. Quién le gustaría que esté a cargo de la radio?

- GAD parroquial ()
- Organización social ()
- Líderes de barrios ()
- Otros ()

¿Quiénes?.....

10. ¿Cómo se podría financiar esta radio?

- Publicidad particular ()
- Aportes de la comunidad ()
- Empresas privadas ()

Apoyo del Estado ()

11. ¿Qué nombre le gustaría para la radio comunitaria?

La voz del sur ()

Loja rural ()

Valles del sur ()

Melodías rurales ()

Otros ()

12. ¿Conoce acerca de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador?

SI ()

NO ()

13. ¿Le gustaría informarse acerca de la democratización espectro radioeléctrico en el Ecuador?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO CUATRO:



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENTREVISTA

Ph.D. Hernán Yaguana Romero.
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

En forma muy comedida le solicitamos se me permita realizarle una entrevista relacionada con la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte en la creación de radios comunitarias.

Esta información será de absoluta reserva y solamente utilizada con fines de investigación para la tesis de grado, previa a la obtención de la licenciatura en comunicación social.

- 1. ¿Cuáles son los beneficios de la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador?**
- 2. ¿Cómo se puede acceder a la creación de radios comunitarias?**
- 3. ¿Cómo se financian las radios comunitarias en el Ecuador?**
- 4. ¿Qué programas debe emitir una radio comunitaria?**
- 5. ¿Cuál es la importancia de las radios comunitarias?**

ANEXO CINCO:



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

ENTREVISTA

Dr. Rubén Torres Paz.

INDENTE ZONAL DE LA SUPERINTENDENCIA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (SUPERCOM)

En forma muy comedida le solicitamos se me permita realizarle una entrevista relacionada con la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte a la creación de radios comunitarias.

Esta información será de absoluta reserva y solamente utilizada con fines de investigación para la tesis de grado, previa a la obtención de la licenciatura en comunicación social.

- 1. ¿Qué mecanismos establece la ley para la creación de radios comunitarias en Ecuador?**
- 2. ¿Qué organismo se encarga del control de radios comunitarias en Ecuador?**
- 3. ¿Cómo beneficia la democratización del espectro radioeléctrico a las comunidades con la creación de radios comunitarias?**
- 4. ¿Qué requisitos se necesitan para la asignación de frecuencias de radios comunitarias?**

ANEXO SEIS:



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRESIDENTES DE LOS GAD'S
PARROQUIALES, DE LAS PARROQUIAS QUINARA, YANGANA,
VILCABAMBA, MALACATOS Y SAN PEDRO DE VILCAMBA DEL
CANTÓN LOJA.**

En forma muy comedida le solicitamos se me permita realizarle una entrevista relacionada con la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte en la creación de radios comunitarias.

Esta información será de absoluta reserva y solamente utilizada con fines de investigación para la tesis de grado, previa a la obtención de la licenciatura en comunicación social.

Datos Informativos:

Nombre de la institución a quien representa:

.....

- 1. ¿Qué medios de comunicación emplea para dar a conocer las diferentes actividades de su gestión?**
- 2. ¿Considera que la implementación de una radio comunitaria mejorará la relación entre la institución y la comunidad?**
- 3. ¿Le gustaría participar de un proyecto de creación de radio comunitaria?**
- 4. ¿Podría colaborar con el financiamiento económico, conjuntamente con el Estado para la creación de una radio comunitaria, en qué porcentaje?**
- 5. ¿Conoce los beneficios de la democratización del espectro radioeléctrico?**

ANEXO SIETE:



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS LÍDERES BARRIALES DE LAS
PARROQUIAS QUINARA, YANGANA, VILCABAMBA, MALACATOS Y
SAN PEDRO DE VILCAMBA DEL SUR DEL CANTÓN LOJA.**

En forma muy comedida le solicitamos se me permita realizarle una entrevista relacionada con la democratización del espectro radioeléctrico en el Ecuador y su aporte en la creación de radios comunitarias.

Esta información será de absoluta reserva y solamente utilizada con fines de investigación para la tesis de grado, previa a la obtención de la licenciatura en comunicación social.

Datos Informativos:

Nombre de la institución a quien representa:

.....

- 1. ¿Qué medios de comunicación emplea para dar a conocer las diferentes actividades que realiza como líder barrial?**
- 2. ¿Los medios de comunicación existentes en su parroquia, brindan espacios para la difusión de las actividades que genera con qué frecuencia?**
- 3. ¿Le gustaría participar de un proyecto de creación de radio comunitaria?**
- 4. ¿Considera que la implementación de una radio comunitaria serviría para mejorar la difusión de los proyectos que dirigen?**
- 5. ¿Qué tipo de programación considera adecuada para la radio comunitaria según sus intereses?**

ANEXO OCHO:

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

TÍTULO V

Medios de comunicación social

Art.- 70.- Tipos de medios de comunicación.- Los medios de comunicación social son de tres tipos:

1. Públicos;
2. Privados, y;
3. Comunitarios.

Art.- 71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de Interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;

6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas.
8. Promover el diálogo Intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación.

SECCIÓN III

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 impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la 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.

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas podrán generar fondos concursables para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios.

TÍTULO VI

Del espectro radioeléctrico

Art.-105.- Administración del espectro radioeléctrico.- El espectro radioeléctrico es un bien de dominio público del Estado, inalienable, imprescriptible e inembargable.

La administración para el uso y aprovechamiento técnico de este recurso público estratégico la ejercerá el Estado central a través de la autoridad de

telecomunicaciones. En ningún caso, la administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación.

Art.-106.- Distribución equitativa de frecuencias.- Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios.

Esta distribución se alcanzará de forma progresiva y principalmente mediante:

1. La asignación de las frecuencias todavía disponibles;
2. La reversión de frecuencias obtenidas ilegalmente, y su posterior redistribución;
3. La reversión de frecuencias por incumplimiento de las normas técnicas, jurídicas para su funcionamiento o fines para los que les fueron concesionadas, y su posterior redistribución;
4. La distribución de frecuencias que regresan al Estado conforme a lo dispuesto por la ley; y,
5. La distribución equitativa de frecuencias y señales que permitirá la digitalización de los sistemas de transmisión de radio y televisión.

En todos estos casos, la distribución de frecuencias priorizará al sector comunitario hasta lograr la distribución equitativa que establece este artículo.

Art.-108.- Modalidades para la adjudicación de concesiones.- La adjudicación de concesiones o autorizaciones de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación es potestad exclusiva de la autoridad de telecomunicaciones y se hará bajo las siguientes modalidades:

1. Adjudicación directa de autorización de frecuencias para los medios públicos.
2. Concurso público, abierto y transparente para la adjudicación de frecuencias para los medios privados y comunitarios.

Art.-110.- Adjudicación por concurso para medios privados y comunitarios.- La adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de medios de comunicación social privados y comunitarios de radio y televisión de señal abierta se realizarán mediante concurso público abierto y transparente en el que podrán intervenir todas las personas naturales y jurídicas que no tengan inhabilidades o prohibiciones legales.

Los requisitos, criterios de evaluación y formas de puntuación del concurso público serán definidos mediante reglamento por la autoridad de telecomunicaciones, teniendo en consideración las normas establecidas en la presente ley y la Ley de Telecomunicaciones; sin perjuicio de lo cual en todos los casos el solicitante deberá presentar:

1. El proyecto comunicacional, con determinación del nombre de medio, tipo de medio, objetivos, lugar de instalación, cobertura, propuesta de programación e impacto social que proyecta generar;
2. El plan de gestión y sostenibilidad; y,
3. El estudio técnico.

Realizado el concurso, se remitirá al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación los expedientes de hasta los 5 solicitantes mejor puntuados.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación volverá a revisar el plan de comunicación de cada uno de ellos y en base a su evaluación emitirá el informe vinculante para la adjudicación de la concesión, con el cual la Autoridad de Telecomunicaciones procederá a realizar los trámites administrativos para la correspondiente adjudicación.

Art.-111.- Inhabilidades para concursar.- Se prohíbe la participación en los concursos públicos de adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones privadas y comunitarias de radio y televisión de señal abierta a las personas naturales o jurídicas postulantes que se hallen incursas en las siguientes circunstancias:

1. Quienes tengan relación de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad con cualquiera de los miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y con la autoridad de telecomunicaciones;
2. Quienes estén asociados o tengan acciones o participaciones superiores al 6% del capital social en una empresa en la que también son socios cualesquiera de los miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación o la autoridad de telecomunicaciones;
3. Quienes personalmente se encuentren en mora o estén impedidos de contratar con instituciones, organismos y entidades del sector público;
4. Quienes tengan acciones o participaciones de una empresa que se encuentre en mora o esté impedida de contratar con instituciones, organismos y entidades del sector público;
5. Quienes personalmente o como accionistas de una empresa hayan sido concesionarios de una frecuencia de radio o televisión y se la haya revertido al Estado por las infracciones determinadas en la ley; y,
6. Las demás que establezcan la ley.

Art.-112. Terminación de la concesión de frecuencia.- La concesión de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta terminará por las siguientes causas:

1. Por vencimiento del plazo de la concesión;
2. A petición del concesionario;
3. Por extinción de la persona jurídica;

4. Por pérdida de la capacidad civil del concesionario o disolución de la sociedad concesionaria;
5. Por incumplimiento comprobado de las disposiciones que impiden la concentración de frecuencias y medios de comunicación;
6. Por hallarse incurso de manera comprobada en alguna inhabilidad o prohibición para concursar en los procesos de adjudicación de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta, que no fue detectada oportunamente;
7. Por hallarse incurso de manera comprobada en la disposición que prohíbe la transferencia, arrendamiento o enajenación de la concesión;
8. Por incumplimientos técnicos o falta de pago de las obligaciones de la concesión;
9. Por incumplimiento de los objetivos establecidos en el proyecto comunicacional; y,
10. Por las demás causas establecidas en la ley.

La autoridad de telecomunicaciones, previo el debido proceso, resolverá la terminación de la concesión de frecuencias del espectro radioeléctrico para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión. En el caso del numeral 9 de este artículo, será necesario contar previamente con un informe del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación para tales efectos.

Art.-113.- Prohibición de concentración.- Está prohibido que las personas naturales o jurídicas concentren o acumulen las concesiones de frecuencias o señales para el funcionamiento de estaciones matrices de radio y televisión. La autoridad de telecomunicaciones no podrá adjudicar más de una concesión de frecuencia para matriz de radio en AM, una frecuencia para matriz de radio en FM y una frecuencia para matriz de televisión a una misma persona natural o jurídica en todo el territorio nacional.

Quien sea titular de una concesión de radio, ya sea en AM o FM, puede participar en los concursos públicos para la adjudicación de no más de una frecuencia de onda corta. En una misma provincia no podrá concesionarse una frecuencia para el funcionamiento de una matriz de radio o televisión a familiares directos de un concesionario con el que tengan parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

Art.-114.- Concesiones para repetidoras de medios privados y comunitarios.- Para fomentar la formación y permanencia de sistemas nacionales o regionales de radio y televisión privados y comunitarios, las personas naturales o jurídicas a quienes se ha adjudicado una concesión para el funcionamiento de una estación matriz de radio o de televisión pueden participar en los concursos públicos organizados por la autoridad de telecomunicaciones, y obtener frecuencias destinadas a funcionar exclusivamente como repetidoras de su estación matriz en otras provincias. Para favorecer el desarrollo de medios y contenidos locales, siempre que se concurse por la concesión de una frecuencia de radio o televisión, tendrán prioridad las solicitudes para el funcionamiento de estaciones matrices, las cuales recibirán una puntuación adicional equivalente al 20% de la puntuación total del concurso en relación a las solicitudes para el funcionamiento de estaciones repetidoras.

Art.-116.- Plazo de concesión.- La concesión para el aprovechamiento de las frecuencias de radio y televisión se realizará por el plazo de quince años y será renovable para el mismo concesionario por una vez mediante concesión directa, debiendo para las posteriores renovaciones ganar el concurso organizado por la autoridad de telecomunicaciones.

Art.-117.- Intransferibilidad de las concesiones.- Las concesiones de frecuencias que sean adjudicadas a cualquier persona natural o jurídica para el funcionamiento de medios de comunicación no forman parte de su patrimonio, y por lo tanto está prohibido todo acto que esté orientado a que otra persona natural o jurídica distinta disfrute o se beneficie del uso de dichas concesiones de frecuencias. Si alguna persona natural o jurídica, usando cualquier formato ilegal, pretende vender, revender, trasladar, transferir o alquilar las concesiones

de frecuencias otorgadas en su favor por el Estado, tales transacciones serán nulas y no generan ningún derecho para quien supuestamente las adquiere; por el contrario, esto será causa suficiente para que las concesiones queden inmediatamente revocadas y las frecuencias concesionadas vuelvan a la administración del Estado.

Los propietarios de las acciones de la persona jurídica concesionaria, no podrán transferir o ceder sus acciones sin la autorización previa y por escrito de la autoridad de telecomunicaciones. El beneficiario de la concesión deberá además pagar una multa al Estado equivalente al 50% de todo lo que hubiese obtenido o pactado obtener por la supuesta venta, transferencia o alquiler de la frecuencia concesionada, sin perjuicio de responder civil y penalmente por los perjuicios ocasionados a los particulares que aparentemente adquirirían derechos por estas transacciones ilegales.

Art.-118.- Concesiones al sector comunitario.- Dado que las concesiones de frecuencias para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión comunitarias se otorgan a organizaciones con personería jurídica y sin finalidad de lucro, cuyos directorios cambian periódicamente, se establece que dicho cambio no afecta el derecho de concesión que la organización ha adquirido al ganar el correspondiente concurso público, ni puede interpretarse como una transferencia de la concesión de unas a otras personas

Art.-119.- Enlaces de programación.- Para asegurar la comunicación intercultural y la integración nacional, los medios de comunicación podrán constituirse, sin necesidad de autorización, en redes eventuales o permanentes que libremente compartan una misma programación hasta por dos horas diarias.

ANEXO NUEVE:



Formularios, manuales y criterios de valoración:

Formulario Plan Comunicacional – CORDICOM

Formulario para Programación y Talento Humano

 *Manual para preparar los Proyectos Comunicacionales*

 *RESOLUCIÓN CORDICOM 2013-004*

 *RESOLUCIÓN CORDICOM 2014-005*

▪ Formularios Plan de Gestión

 *Formulario Plan de Gestión*

▪ Formularios Sostenibilidad Financiera

 *Formulario de Sostenibilidad Financiera*

 *Instructivo para llenar Formularios de Sostenibilidad Financiera*

▪ Formularios Técnicos

 *Formulario-RTV-1-Información General*

 *Formulario-RTV-2-Estudios*

 *Formulario-RTV-3_Transmisores-M-R*

 *Formulario-RTV-4 A y B_Enlaces radioeléctricos*

 *Formulario-RTV-5 Enlaces distintos a los radioeléctricos*

 *Formulario-RTV-6_Estaciones-terrenas-clase-III-Tx-y-Rx*

 *Instructivo para llenar Formularios Técnicos*

▪ Criterios de Valoración

 *Criterios de Valoración Parámetros Técnicos*

 *Criterios de Valoración Plan de Gestión*

 *Criterios de Valoración Requisitos Mínimos Plan Comunicacional*

 *Criterios de Valoración Sostenibilidad Financiera*

ANEXO DIEZ:

ACTA DE SOCIALIZACIÓN

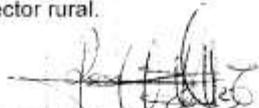
Acta de socialización de la propuesta "PROYECTO COMUNICACIONAL, PARA LA CREACIÓN DE LA RADIO COMUNITARIA "LA VOZ DEL SUR", QUE SERÁ ADMINISTRADA POR LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PARROQUIALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA: MALACATOS, VILCABAMBA, SAN PEDRO DE VILCABAMBA, YANGANA Y QUINARA, PROVINCIA DE LOJA."

En la ciudad de Loja a los veintisiete días del mes de agosto del 2014, previo acuerdo entre Ronmel Estuardo Quille Toledo, presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Pedro de Vilcabamba período 2014-2019 y la autora de la tesis Gianella Armijos, nos reunimos en las oficinas del GAD parroquial de San Pedro de Vilcabamba con el objeto de socializar la propuesta, en base a los siguientes parámetros:

- 1.- Información básica de los resultados de la investigación realizada.
- 2.- Análisis de la propuesta y criterios para su mejora.
- 3.- Recomendaciones generales.

Luego de presentada la propuesta en la que se establece la creación de una radio comunitaria para las parroquias rurales del sur del cantón Loja y una vez conocidas las recomendaciones por parte de la autoridad parroquial, se da por terminada la socialización.

Para constancia de lo descrito firma Ronmel Estuardo Quille Toledo, presidente del GAD Parroquial San Pedro de Vilcabamba período 2014-2019, en la que deja constancia que ha conocido la investigación que realizó la autora de la tesis Gianella Armijos y se compromete a analizar lo referente a la creación de una radio comunitaria que beneficie al sector rural.



Ronmel Estuardo Quille Toledo
**PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL
SAN PEDRO DE VILCABAMBA 2014-2019**



Gianella Armijos M.
AUTORA DE LA TESIS

Loja, veintisiete de agosto de 2014

ACTA DE SOCIALIZACIÓN

Acta de socialización de la propuesta "PROYECTO COMUNICACIONAL, PARA LA CREACIÓN DE LA RADIO COMUNITARIA "LA VOZ DEL SUR", QUE SERÁ ADMINISTRADA POR LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PARROQUIALES DEL SUR DEL CANTÓN LOJA: MALACATOS, VILCABAMBA, SAN PEDRO DE VILCABAMBA, YANGANA Y QUINARA, PROVINCIA DE LOJA."

En la ciudad de Loja a los veinticinco días del mes de agosto del 2014, previo acuerdo entre Lenin Gabriel Cuenca Mendieta, presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Quinara periodo 2014-2019 y la autora de la tesis Gianella Armijos, nos reunimos en las oficinas del GAD parroquial de Quinara con el objeto de socializar la propuesta, en base a los siguientes parámetros:

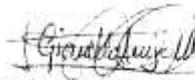
- 1.- Información básica de los resultados de la investigación realizada.
- 2.- Análisis de la propuesta y criterios para su mejora.
- 3.- Recomendaciones generales.

Luego de presentada la propuesta en la que se establece la creación de una radio comunitaria para las parroquias rurales del sur del cantón Loja y una vez conocidas las recomendaciones por parte de la autoridad parroquial, se da por terminada la socialización.

Para constancia de lo descrito firma Lenin Gabriel Cuenca Mendieta, presidente del GAD Parroquial Quinara periodo 2014-2019, en la que deja constancia que ha conocido la investigación que realizó la autora de la tesis Gianella Armijos y se compromete a analizar lo referente a la creación de una radio comunitaria que beneficie al sector rural.



Lenin Gabriel Cuenca Mendieta
**PRESIDENTE DEL GAD PARROQUIAL
QUINARA 2014-2019**



Gianella Armijos M.
AUTORA DE LA TESIS

Loja, veintisiete de agosto de 2014

PROGRAMACIÓN RADIO VILCABAMBA STEREO 102.5 FM

“El sonido que rejuvenece”

Descubre nuestra programación exclusiva a través de nuestra frecuencia y página web. Estos son nuestros espacios:

Programas Propios:

- **ALABANZAS**, música cristiana.
- **SONIDOS DE MI ABUELO**, música nacional.
- **AMERICA VIVE**, música folclor latinoamericana.
- **VIVIR TAMBIÉN ES RECORDAR**, música del recuerdo (inglés-español).
- **AL SON DE LA CASA**, magazine (Revista para varios públicos).
- **NOTICIAS RVS**, informativo local, nacional e internacional.
- **BUEN PROVECHO**, música en inglés y clásica.
- **SON Y SALSA**, música género salsa.
- **CONECTADOS A LA TARDE**, magazine (Revista para varios públicos)
- **ALTERNEMOS LA MÚSICA**, música alternativa (Rock y todos sus géneros)
- **POETAS DE LA NOCHE**, magazine (Revista para varios públicos)
- **VIDA CON SENTIDO**, magazine religioso (Revista para varios públicos)
- **MIX TOUR DANCE**, magazine (Revista para varios públicos).

Segmentos:

- **VIVIR PARA FILOSOFAR**, frases.
- **UN MENSAJE PARA LA VIDA**, programas del hermano Pablo.
- **CUIDAEMOS NUESTRO MUNDO**, recomendaciones.

PARRILLA SEMANAL/DIARIA

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
05:00 a 06:00	ALABANZAS, música cristiana.					Alabanzas	Alabanzas
06:00 a 07:00	SONIDOS DE MI ABUELO, música nacional e internacional. (Cumbias, pasillos, boleros, pasacalles, etc.)					América Vive	Sonidos de mi Abuelo
07:00 a 08:00	VIVIR TAMBIÉN ES RECORDAR, música del recuerdo ingles-español. (Baladas)					Vivir también es Recordar	Vida con Sentido
08:00 a 09:00	AMÉRICA VIVE, música folclor Latinoamérica .					Música Variada Alegre	
09:00 a 10:00	AL SON DE LA CASA, magazine (Revista para varios públicos)					Sabatina Presidente	Música Variada Alegre
10:00 a 11:00							
11:00 a 12:00							
12:00 a 13:00	NOTICAS RVS, informativo local, nacional e internacional.						Buen Provecho
13:00 a 14:00	BUEN PROVECHO, música en inglés y clásica.					La Voz del Pueblo	Bailoteemos con Salsa
14:00 a 15:00	SON Y SALSA, música género salsa.					Música Variada Alegre	Música Variada Alegre
15:00 a 16:00	CONECTADOS A LA TARDE, magazine (Revista para varios públicos)						
16:00 a 17:00							
17:00 a 18:00							
18:00 a 19:00	ALTERNEMOS LA MÚSICA, música alternativa (Rock y todos sus géneros)					Alternemos la Música	Alternemos la Música
19:00 a 20:00	POETAS DE LA NOCHE, magazine (Revista para varios públicos)					Música Romántica	Música Romántica
20:00 a 21:00							
21:00 a 22:00							

PARRILLA SEGMENTOS/SEMANAL/DIARIOS

HORA	LUNES	MATES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
06:30	VIVIR PARA FOLOSOFAR						
07:30	ANUNCIOS CLASIFICADOS						
08:30	CUIDEMOS NUESTRO MUNDO						
09:30							
10:30							
11:30							
12:30	UN MENSAJE PARA LA VIDA						
13:30	ANUNCIOS CLASIFICADOS						
14:30	CUIDEMOS NUESTRO MUNDO						
15:30							
16:30							
17:30	VIVIR PARA FILOSOFAR						
18:30	ANUNCIOS CLASIFICADOS						
19:30	CUIDEMOS NUESTRO MUNDO						
20:30	UN MENSAJE PARA LA VIDA						
21:30	ANUNCIOS CLASIFICADOS						
22:30	CUIDEMOS NUESTRO MUNDO						

Fuente: Elaboración propia sobre las parrillas de programación de radio Vilcabamba Stereo 102.5 FM -radio informativa, educativa y entretenimiento- correspondiente al año 2014.

INDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÁMBITO GEOGRAFICO DE LA INVESTIGACIÓN	vi
MAPA GEOGRÁFICO	vii
ESQUEMA DE TESIS	viii
a. Título	1
b. Resumen en castellano y traducido al inglés	2
c. Introducción	4
d. Revisión de literatura	7
e. Materiales y métodos	24
f. Resultados	29
g. Discusión	66
h. Conclusiones	71
i. Recomendaciones	73
Propuesta	75
j. Bibliografía	116
k. Anexos	119
ÍNDICE	168