



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE  
Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO**

**ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN  
DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA  
DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA  
COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO  
NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018**

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

**AUTORA**

NELVIA MERCEDES RUEDA RODRÍGUEZ

**DIRECTOR**

LIC. CÉSAR TEODOMIRO SANDOYA VALDIVIEZO MG. SC.

**LOJA-ECUADOR**

**2018**

## CERTIFICACIÓN

Lic. César Teodomiro Sandoya Valdiviezo Mg. Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DE LA FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

Haber dirigido, asesorado, monitoreado y evaluado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento del Régimen de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, titulada: ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018, de autoría de la estudiante NELVIA MERCEDES RUEDA RODRÍGUEZ, misma que reúne los requisitos legales reglamentarios. Por lo que autorizo su presentación para que continúe con el trámite de graduación correspondiente

Loja, 14 de Agosto de 2018



Lic. César Teodomiro Sandoya Valdiviezo Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez, 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 autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Firma:** 

**Cédula:** 1105798068

**Fecha:** Loja, Octubre 26 del 2018

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez, declaro ser autora de la tesis titulada: ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018, como requisito para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio 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 veintiséis días del mes de Octubre de dos mil dieciocho.

**Firma:** 

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Cédula:** 1105798068

**Dirección:** Loja, Barrio San Pedro, Calles: México y Av. Pio Jaramillo Alvarado

**Correo electrónico:** mercedesruedarodriguez@gmail.com

**Celular:** 0987121605

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Lic. César Teodomiro Sandoya Valdiviezo Mg. Sc.

**Presidente:** Lic. Hever Sánchez Martínez Mg. Sc.

**Primer Vocal:** Lic Sybel Enrique Ontaneda Andrade Mg. Sc.

**Segundo Vocal:** Lic. Narcisa de Jesús Sinche Morocho Mg. Sc.

## **AGRADECIMIENTO**

Con respeto y gratitud, expreso mi reconocimiento a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, especialmente a la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social por brindarme la oportunidad de cursar mis estudios superiores y de formarme como profesional. Al Lcdo. César Sandoya Mg. Sc, docente de la Carrera, por su acertada dirección científica y metodológica en el presente trabajo investigativo.

A los directivos de las radios comunitarias de la provincia de Loja por las facilidades brindadas para el desarrollo de la presente investigación. A los docentes de la carrera en Ciencias de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja por los conocimientos impartidos durante mi formación profesional.

Agradezco a mis padres y hermanos, quienes fueron mi apoyo incondicional para culminar una meta más en mi vida personal y profesional.

*Mercedes Rueda*

## **DEDICATORIA**

Con sinceridad, amor, respeto y gratitud infinita a mi madre Ana Rodríguez, a mi padre Ángel Rueda, a mi hijo Cristhian Mateo y apreciados hermanos y hermanas por confiar en mí y por su apoyo incondicional para poder lograr el propósito anhelado.

*Mercedes Rueda*

## MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

### ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

**BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACION, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

TIPO DE DOCUMENTO	AUTORA TÍTULO DE LA TESIS	FUENTE	FECHA - AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
TESIS	Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017- MARZO 2018	UNL	2018	ECUADOR	ZONAL 7	LOJA	PUYANGO SARAGURO	SARAGURO ALAMOR	CENTRAL	CD	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

# MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

## UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN LOJA



Fuente: <https://goo.gl/GEwDAR>

## CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN

### “CANTÓN PUYANGO”



Fuente: <https://goo.gl/Up64o1>

### “CANTÓN SARAGURO”



Fuente: <https://goo.gl/KaE7iY>



## ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
- ii. CERTIFICACIÓN
- iii. AUTORÍA
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
- v. AGRADECIMIENTO
- vi. DEDICATORIA
- vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
- viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
- ix. ESQUEMA DE TESIS
  - a. TÍTULO
  - b. RESUMEN  
ABSTRACT
  - c. INTRODUCCIÓN
  - d. REVISIÓN DE LITERATURA
  - e. MATERIALES Y MÉTODOS
  - f. RESULTADOS
  - g. DISCUSIÓN
  - h. CONCLUSIONES
  - i. RECOMENDACIONES
    - PROPUESTA ALTERNATIVA
  - j. BIBLIOGRAFÍA
  - k. ANEXOS
    - PROYECTO DE TESIS
    - OTROS ANEXOS

**a. TÍTULO**

ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS  
COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A  
LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018.

## **b. RESUMEN**

El desarrollo del presente trabajo investigativo denominado: ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018, surge de la necesidad de conocer cuál es el servicio que generan estas radios a través de su programación a la comunidad urbana y rural, analizando la calidad de contenidos de la radiodifusión comunitaria en la provincia de Loja, haciendo un estudio retrospectivo y la evolución de las radios comunitarias de la provincia antes y después de la Ley de Comunicación para luego identificar la aceptación y la influencia de las radios comunitarias en la población lojana.

Para el desarrollo del tema de investigación se empleó materiales, métodos, técnicas e instrumentos, que permitieron de manera precisa obtener información directa, entre las más utilizadas está la entrevista, que fue realizada a cada uno de los miembros de las radios y a los representantes de los organismos que las regulan. Sobre la base de los resultados se construyeron las conclusiones y recomendaciones, cabe recalcar que para todo este proceso investigativo fue necesario la participación de nuestros encuestados, una muestra de 200 habitantes de los cantones Saraguro y Puyango respectivamente.

De los resultados obtenidos se comprobaron las limitaciones y dificultades que tienen estas emisoras en cuanto a su fortalecimiento, desarrollo y creación de espacios propios de cada sector; se pudo constatar que es escasa la participación de los ciudadanos en estos programas radiales ya sea ejecutándolos o interviniendo en ellos, por lo tanto se procedió a desarrollar una propuesta alternativa encaminada a resolver dicha problemática, ya que como profesionales debemos vincular nuestra universidad con la colectividad .

**Palabras clave:** Comunidad, Evolución, Influencia, Participación, Servicio, Radio, Sociedad.

## **ABSTRACT**

The development of the present investigative work called: STUDY OF THE GRILL OF PROGRAMMING OF THE COMMUNITY RADIOS IN THE PROVINCE OF LOJA AND THE SERVICE THAT GENERATES THE URBAN AND RURAL COMMUNITY, PERIOD NOVEMBER 2017-MARCH 2018, arises from the need to be able to know which is the service that these radios generate through their programming to the urban and rural community, analyzing the quality of contents of the community broadcasting in the province of Loja, making a retrospective study and the evolution of the community radios of the province before and after the Communication Law to later identify the acceptance and influence of community radios in the Loja population.

For the development of the research topic materials, methods, techniques and instruments were used, which allowed to obtain direct information directly, among the most used is the interview, which was made to each one of the members of the radios and to the representatives of the organisms that regulate them, based on the results, the conclusions and recommendations were built, it should be stressed that for all this research process it was necessary the participation of our respondents, the inhabitants of the cantons Saraguro and Puyango.

With the results obtained it was verified the limitations and difficulties that these stations have in terms of their strengthening, development and creation of spaces specific to each sector, it was found that the participation of citizens in these radio programs is scarce, either by executing them or intervening in them, therefore, we proceeded to develop an alternative proposal aimed at solving this problem because as professionals we must link our university with the community.

Keywords: Community, Evolution, Influence, Participation Radio, Society, Service.

## c. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo es esencial para la adquisición de conocimientos en el campo de las Radios Comunitarias, específicamente en todo lo que se relaciona a su aporte de radiodifusión en los oyentes del sector rural de los cantones Saraguro y Puyango.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos, por ello el ser humano siente la necesidad de comunicarse buscando mejores formas de hacerlo.

Es necesario manifestar que el desarrollo de este trabajo investigativo parte de un sondeo previo, es decir la utilización de varios métodos científicos utilizando también la técnica de la encuesta y entrevista, además la utilización de libros, internet, revistas, etc., los mismos que sirvieron para detectar el problema y determinar el tema de investigación: ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018.

Cabe señalar que con todo lo empleado obtuve los resultados para el trabajo de investigación, además de constatar la fundamentación teórica. La Metodología que indica las técnicas empleadas para recabar información; en la fundamentación práctica encontramos el Análisis y discusión de resultados, en donde se muestra las representaciones estadísticas y gráficos de pasteles con el correspondiente análisis cuantitativo y cualitativo de las preguntas de las encuestas, técnica empleada para obtener datos más eficientes de la realidad del problema en cuestión; la Verificación de objetivos, que da a conocer el alcance de los propósitos trazados en el plan guía; las "conclusiones y recomendaciones", que expresan los pensamientos, criterios y los conocimientos adquiridos durante todo el proceso de investigación; la "Propuesta", que formula la proposición de una programación variada que contemple las funciones especiales por las que fueron creadas las radios que son: educar, orientar, informar, formar, entretener y a

la vez organizar y movilizar. Con la propuesta planteada para cada radio, “El Buen Pastor e Integración”, en donde se está abarcando las necesidades de la gente que habitan en los sectores de los cantones Saraguro y Puyango de la provincia de Loja; y finalmente tenemos los "Anexos", en el mismo se encuentra el proyecto inicial de nuestra investigación que contiene la base teórica, además las entrevistas estructuradas que fueron realizadas en la investigación, así mismo la preguntas de las encuestas empleadas en los dos sectores.

Finalmente, acepto que este trabajo pueda padecer de falencias involuntarias, por lo que solicito a quienes tengan la amabilidad de leerlo, sepan disculpar las mismas y plantear la crítica pertinente, a fin de poder ir construyendo un mejor y mayor conocimiento de tan amplia rama de la ciencia, como es la “Comunicación Social”.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **1. MARCO CONCEPTUAL**

#### **1.1. Qué es la comunicación**

Todo lo que se conoce ha cambiado, es decir, la humanidad ha sufrido una gran evolución a través del tiempo, las sociedades han logrado alcanzar un gran avance tecnológico, con ello la comunicación y sus trascendencias se van expandiendo sin importar fronteras, ahora es posible comunicarnos alrededor del mundo con mucha facilidad.

Por una parte, Abrojos (2008) explica que: "Comunicar es poner en contacto o vincular lugares, polos, individuos no conectados; este significado supone una relación intencional, recíproca, de ida y vuelta entre dispositivos o personas que cumplirían indistintamente las funciones de emisor y receptor" (p.34). Por años la comunicación ha sido la forma más específica de unir a la sociedad, ya que gracias a ésta podemos dialogar e intercambiar información, objetivo que logra fortalecerse con la aparición de la tecnología permitiendo enviar y recibir información con diferentes personas alrededor del mundo.

En esta época de elevado flujo de información, ya no solo los individuos se interconectan con en su entorno físico, sino más bien estamos en una era globalizada. El mundo entero se conecta entre sí y hay una mayor fluidez de información corriendo a través de diferentes medios. Las Sociedades están conectadas unas con otras, sin importar la cultura, país, idioma, hora y demás. Esto es una gran ventaja, ya que la información llega a varios lugares y personas mucho más rápido que en épocas anteriores.

Esta ventaja nos demanda ser mejores comunicadores, el estudiar comunicación nos enseña y amplía nuestro conocimiento para un mejor dominio del tema y nos enseña a transmitir mejor la información que poseemos.

Este conocimiento produce en la persona que recibe la información una influencia mayor de quien transmite el mensaje, según Harold Lasswell (1948), pionero en teorías de

Comunicación, la comunicación “es el proceso en el que una fuente transmite un mensaje a través de un canal de comunicación hacia un receptor” (p.45). La fórmula de Lasswell integra dos elementos adicionales: la codificación, que es el proceso de transformar una idea abstracta en símbolos, y el de decodificación, que es el proceso de transformar los símbolos en ideas abstractas.

## **1.2. Comunicación de masas**

Los medios de comunicación de masas son los recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo de público.

Los medios de comunicación de masas son canales artificiales a través de los cuales se transmiten mensajes dirigidos a un receptor colectivo o social. Entre ellos están la radio, la televisión, la prensa escrita, el cine, el fax, computadora e internet. Herbert Blumer (1939) tras definir tres clases de colectividades: grupo, multitud y público, hace referencia a masa, aplicando este término a audiencias como la del cine o la de la radio. Hace referencia a audiencias de gran tamaño, dispersas, cuyos miembros no se conocen entre sí y que carecen de identidad propia.

El término masa, había ya sido aplicado a colectividades humanas unos años antes desde, al menos, 1926 por Ortega y Gasset.

Las comunicaciones en masas se han transformado ya en parte de nosotros Mendoza (2013) menciona que:

Los medios masivos de comunicación forman ya parte de nuestra vida diaria y ya es inimaginable nuestra vida sin ellos, gracias a esto dichos medios han causado controversia e intriga a lo largo de los años. Como bien sabemos la comunicación hacia las masas comenzó siendo de manera unidireccional y era imposible que el receptor emitiera respuesta alguna hacia el medio por lo cual el proceso comunicativo estaba incompleto. (pág. 11)

Una de las teorías que habla sobre el efecto de los primeros medios masivos hacia la población receptora es la teoría de la aguja hipodérmica. Su principal referente fue Harold Lasswell quien en 1927 expresó que este efecto estaba presente en la propaganda de la Guerra Mundial, donde consideraba que dicha propaganda era uno de los instrumentos de persuasión



más poderosos de la época.

La comunicación de masas es “como la difusión a través de los medios de comunicación social de un cierto tipo de información de interés masivo, es aquella forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos públicamente, usando medios técnicos, indirecta y unilateralmente” McQuail (1991, p.40). Los mass media, sin duda, modificaron las relaciones y la interacción humana. Con la comunicación de masas, la información dejó de estar guiada a un público específico, ahora se dirige a todos los que tengan acceso a un medio de comunicación masiva. Es decir, los sujetos dejan de encontrarse frente a frente para llevar a cabo el proceso de comunicación y al acceder a los mass media no interesa la interacción y mucho menos los intereses individuales de la audiencia a la que va dirigida la información.

Francisco L. Sastre Peláez (2006) en su trabajo de tesis doctoral “Comunicación de Masas”, explica de forma detallada las características de la comunicación de masas que se interesa solo por transmitir, sin importar quienes son los consumidores de esa información. La comunicación masiva es pública, de masas. Se dirige a un público disperso o a una colectividad, por medios técnicos de comunicación. Es además la causa principal de que la actividad comunicacional masiva adopte una forma empresarial.

Se caracteriza por no ser una comunicación cara a cara, motivo por el que, para ser llevada a cabo, es preciso salvar la distancia que separa al emisor del receptor. No existe interacción entre emisor y receptor durante y después de la emisión de la información, por lo que carece del medio característico usado en las cadenas comunicativas para eliminar las disonancias: la retroalimentación o feedback. El emisor es sólo emisor y el receptor es sólo receptor, por lo que el primero tiene dificultad para informarse del efecto producido por la comunicación y el segundo para ajustar los contenidos de ésta a sus necesidades.

Estas características permiten considerar la idea de que los mass media cumplen una función doble al momento de informar, pues en apariencia aporta a mantener a las personas

informadas, les proporciona herramientas para acortar distancias, pero en general elimina la noción de la comunicación tradicional que une a los sujetos y no se basa en la simple transmisión de información de interés social.

McQuail, (1991), en su libro la Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas, toma los principios de Herbert Blumer, quien para alcanzar el concepto de masa definió tres clases de colectividades: grupo, multitud y público por considerarlas audiencias de gran tamaño y dispersas, cuyos miembros no se conocen entre sí y que carecen de identidad propia (pág. 53).

A partir de esto, Mcquail definió a la comunicación de masas como un proceso que elimina la comunicación interpersonal. En definitiva, es un tipo de mensaje que se da en su globalidad o totalidad, que es transmitido para que se logre una persuasión o un cambio de actitud en esa audiencia que está recibiendo el mensaje.

Los mass media por lo tanto pueden eliminar la comunicación basada en la interacción social y su interés más bien es dirigirse a la colectividad sin importar si esta toma el mensaje de forma equivocada o no. Sin embargo, el cambio tecnológico pone en emergencia la necesidad de contar con estos mass media pues la comunicación en definitiva se adapta a los momentos y cambios sociales e históricos.

En el caso de esta investigación, se puede decir que la radio, a pesar de ser un más media y tener las características que antes se mencionó, es importante para los habitantes de la provincia de Loja, en específicamente los cantones en donde están ubicadas las radios comunitarias, pues en este caso les permite comunicarse de acuerdo a su realidad social, además de ser el único medio propio del sector que les proporciona información de interés para las diferentes comunidades a las que llega con su cobertura.

### **1.3. La Radio**

La radio es uno de los medios de comunicación más utilizados en todo el mundo, a pesar del avance tecnológico, este medio comunicativo no desaparecerá más bien se ha

fortalecido logrado diversificarse de distintas maneras. La radio como tal es considerada como una percepción subjetiva de las cualidades del sonido y comunicativas propios del medio, “lo que permite separarse de la idea de algunos escritores que perciben a la radio como un instrumento de distribución de mensajes que nacen de lo escrito, que la alejaría de tener un lenguaje propio” (Balsebre, 1994, pág. 26), la radio es entonces, al igual que otros medios de comunicación, capaz de transmitir sensaciones y crear una serie de reacciones entre sus oyentes.

Por su parte Bertolt Brecht, (1932), afirma que “la radio de comunicación, y dimensionó el valor de la estética radial, de tal manera que dejó atrás ese concepto de instrumento de distribución de mensajes y abrió un camino a la estética de la radio como valor expresivo”(pág. 35). De tal manera esto supone que el medio radial requiere de un sistema propio que permita este tipo de manifestaciones.

En la radio también se puede hablar de categorizaciones, de segmentación de programas tendríamos que analizar la validez de estas, Kaplun, (1999) menciona que:

Una de las nociones clásicas en comunicación masiva, es la que establece que la radio tiene tres funciones que cumplir, informar, educar, entretener y que, por lo tanto, sus programas deben clasificarse en tres categorías: informativos, educativo-culturales y de entretenimiento (pág. 19)

Esto nos pone a pensar y a discrepar en algunas ocasiones en la programación que existen en las radios si cumplen o no con esta categorización o si es efectiva para los oyentes. A pesar de tantas conceptualizaciones de diferentes autores, para muchos estudiantes aún queda confuso el concepto exacto de lo que es la radio, Escalante (1986), menciona que: Radio es el apócope de radiodifusión; y, radiodifusión es un sistema de información a distancia, exclusivamente sonora, destinado a un público heterogéneo, anónimo y disperso” (pág. 29), es ahí en donde debemos analizar el concepto y ver las enormes diferencias que existe entre la radio con cualquier otro medio de comunicación.

Brecht proponía transformar la radio de “aparato de distribución” en “aparato de comunicación”, o sea, intentaba abusar de un medio burgués para entregar un mensaje más digno y de igualdad, según Brecht, la radio debía transformar. La creciente concentración de recursos mecánicos, así como la creciente especialización en la formación profesional, procesos que han de acelerarse exigen una especie de rebelión del oyente, es decir, que éste se reactive y reponga como productor. Con todo, Brecht era consciente del carácter utópico de su propuesta de convertir la radio en un “aparato de comunicación”.

Esta teoría está estrechamente vinculada a su teoría sobre el teatro didáctico, esta nueva teoría (formulada en 1932), por así llamarla, significó un intento de Brecht de utilizar las posibilidades de la radio para la crítica social.

### **1.3.1 Lenguaje radiofónico**

Una de las formas de comunicación que debe ser utilizado en una radio comunitaria, es el lenguaje popular cotidiano, que expresan, contienen o generan códigos que sintetizan valores, sentimientos, ideas y conceptos; cuyo contenido es particularmente significativo para aquellos que lo usan o que mantienen profundidad, ritmo y sentido en un contexto histórico determinado. Como afirma Fuzellier, (2009) en consideración al lenguaje radiofónico.

El perfeccionamiento de la técnica no sería suficiente para hacer de él un verdadero lenguaje si no hubiera realizado poco a poco un inventario de la naturaleza misma de los sonidos que transmite (voz, ruidos y música), de su propio valor y del valor de su mezcla, de la funcionalidad de sus relaciones y de la eficacia de su utilización. Se convirtió en un lenguaje auténtico al definir así empíricamente su gramática y su sintaxis. (pág. 98)

Las formas y códigos del lenguaje popular de los sectores populares y en la homogeneidad de situación de clase. Una de las dimensiones es la interclase, es decir el proceso de expresión dentro del ámbito de las propias clases populares con un mismo horizonte cultural. Allí se proponen las formas o códigos que surgen de la gente, tales como

el arte espontáneo, la comunicación cotidiana, la religiosidad y esoterismo, familia, eventos colectivos, medicina popular. Siempre el lenguaje popular debe ser sencillo, entendido por las grandes mayorías populares, sin llegar a la vulgaridad, buscando siempre la empatía y el entendimiento entre el emisor y el receptor. Según Torres V (1976).

Conversar en radio no es simple, es un arte poco común. En la vida cotidiana también no es muy común encontrar conversadores, ya que el estilo conversacional es difícil. Una fórmula de solución es tratar de compensar estas carencias mediante el uso de textos escritos para ser leídos en forma convencional. (pág. 40)

El lenguaje del pueblo que debe ser utilizado en las radios comunitarias, es de una riqueza extraordinaria debe ser sencillo, natural, en donde exprese los pequeños y grandes acontecimientos de la vida del pueblo, su tradición cultural acumulada en siglos de vida y lucha, así como la esperanza en un mañana mejor. El lenguaje popular es en definitiva la misma sabiduría del pueblo. Torres V. (1976) comenta, “la información debe tener un propósito, así como la música y las personas deben desear seguir sirviendo y complaciendo a la audiencia que cada estación ha cultivado para sí, a veces con mucho sacrificio”. (pág. 53), la información no debe ser dicha con el simple objetivo de informar debe tener muchos propósitos más como es ayudar a alguien con esa información impartida por el medio.

#### **1.4. Medios alternativos en el siglo XXI**

La comunicación alternativa surge de la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno, y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico.

Esta comunicación se da en particular en sistemas dominantes, en los que los individuos no cuentan con una expresión abierta dentro de los medios y canales establecidos, ya que estos son invadidos, saturados y controlados por el discurso del poder. Sin embargo, la comunicación alternativa también se puede generar en sistemas igualitarios, es decir, en aquellos sistemas del

pasado en los que el control de los canales de comunicación no se daba en extremo, pero que, sin embargo, tampoco planteaba todos los puntos de vista surgidos en la sociedad.

En aquellas sociedades igualitarias algunas visiones individuales eran omitidas, pero probablemente tal omisión se debía a una censura en menor grado de la que observamos en los actuales sistemas dominantes.

Por otra parte, Lewis, sostiene que “la comunicación alternativa, es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los más utilizados” (1995: 12). En esta práctica alternativa, hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y a sus implicaciones sociales.

Los medios de comunicación alternativa han tenido gran auge a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías, en especial de Internet; sin embargo, esta comunicación ha acompañado a la historia de la humanidad desde los orígenes de las civilizaciones con sistemas dominantes. La comunicación alternativa parece inherente al desarrollo y evolución del ser humano en sociedad, sin embargo, es hasta el siglo XX, en la década de los sesentas que se da el auge de los medios alternativos en el mundo. Los sesentas son tiempos de cambios ideológicos y estructurales en todo el globo y este contexto social y político es el que orilla a los individuos a generar nuevas formas de comunicación: las de la alternancia y la participación. (Barranquero & Sáez, 2010: 12)

En el Ecuador, la historia de los medios comunitarios va ligada a los movimientos y personalidades que han empujado el proceso de liberación social, como Monseñor Leonidas Proaño y organizaciones como la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) además de la Escuela de Radios Populares del Ecuador (ERPE). Todos estos actores fueron fundamentales en el desarrollo de los primeros medios comunitarios en zonas de Chimborazo, Pichincha, Bolívar e Imbabura. El uso del quichua en la programación y la autogestión son rasgos que marcaron a radio El Prado, el primer medio comunitario del país o a Inti Pacha, medio comunitario indígena con sede en Cangahua, cantón Cayambe.

A decir de Meneses, considera:

Desde hace décadas, los pocos medios comunitarios existentes han demostrado su enorme capacidad

para generar sentidos de convivencia social alternativos que ayudan a superar viejos estereotipos y prejuicios relacionados con su valor y alcance, facilitando a los ciudadanos el acceso al debate social y reposicionando a los grupos vulnerables como partícipes de la comunicación que tienen mucho que decir y aportar. (2002: 44)

En el Ecuador, al igual que en otros países, aunque se ha reconocido abiertamente que los medios comunitarios representan una opción real de democratizar la información y el acceso a la comunicación, su desarrollo no ha sido fácil. Estos medios tuvieron que afrontar dificultades legales e impedimentos sobre todo técnicos y de precarización de su personal.

Por ejemplo, en algunos casos hasta 20 medios comunitarios debieron compartir una frecuencia, mientras una sola persona, muchas veces sin mayor capacitación en comunicación, estaba a cargo del manejo de equipos y de la provisión de sustento económico. En el caso ecuatoriano, ante la falta de una ley que ampare su creación, varios medios comunitarios debieron adoptar figuras comerciales o públicas porque solamente de esa manera podían acceder a alguna frecuencia. Hasta el año 2007, en nuestro país ningún medio se autodefinía como comunitario, aunque esta fuera su condición y realidad del día a día.

### **1.5. Los medios de comunicación comunitarios**

Un medio de comunicación comunitario es aquel que no tiene ánimo de lucro y su finalidad principal es mejorar la sociedad de la comunidad a la que pertenece. Estos medios principalmente radio y televisión, aunque también prensa escrita, forman el llamado Tercer Sector de la Comunicación, siendo los medios de comunicación públicos el primer sector, y los privados comerciales, el segundo sector.

El primer medio comunitario fue Radio Sutatenza en Colombia, que nació en 1940 con el ánimo de educación popular para la alfabetización; en la misma década, aparecieron en Bolivia las radios sindicales mineras, más politizadas. Los primeros ejemplos en España son las radios libres Onda Lliure en Barcelona, Osina Irratia, Radio Paraíso y Satorra Irratia en País Vasco y Radio Maduixa en Granollers, en los 80 se popularizaron. En

cuanto a televisiones, la primera alternativa a la televisión pública fue Tele Cardedeu.

Este tipo de medios están presentes en más de 100 países de todo el mundo, y muchos están agrupados en redes mundiales como en la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, estatales la Red de Medios Comunitarios o regionales Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid.

### **1.5.1 Operatividad de la radio**

Dentro de las reglamentaciones particulares de cada país, se encuentra una serie de normas que regulan la radiodifusión, tanto en la parte técnica como en sus contenidos.

Nosotros ya nos habíamos organizado antes de iniciar la emisora. Sabíamos cómo se trabajaba en equipo, cómo se hacía un plan de trabajo y hasta coordinar reuniones y asambleas y juntas directivas. Lo único que nos faltaba era saber cómo organizarnos para gerenciar un medio de comunicación. (González, 1986, pág. 65)

Para un mejor funcionamiento de la radio se debe delegar el equipo de dirección, gerencia y operativo para la radio; crear un manual de estilo de uso público y una programación de amplia y plural participación, se debe generar también mecanismos que permitan un funcionamiento ordenado y eficaz de los recursos humanos, técnicos y económicos. Lo que se debe evitar en una radio es la imitación ya que aprendemos básicamente de dos maneras: por imitación y por invención. No es de extrañar entonces que las radios comunitarias, hayan optado inicialmente por el primero de estos caminos. Las radios comerciales, como hermanas mayores, han sido el referente, el modelo a seguir por las emisoras de otras modalidades. Esa imitación se ha dado no sólo en el plano de la producción radiofónica sino también en el plano de la gerencia. (Savater, 2002), es por ello que debemos luchar ahora por cambiar eso y apostar más por la creatividad de las personas capacitadas que están detrás de estas emisoras.



## 1.5.2 Parrilla de programación

Existen distintos tipos de programación radial, García, (1980), menciona que:

Esto depende de los factores que inciden en el medio que se desarrolla una emisora la categoría en relación con la potencia de sus equipos, la filosofía de sus dueños o directores, la competencia, los hábitos y costumbres de las gentes y necesidades propias de cada una de las diferentes circunstancias de tipo ambiental, socioeconómico y aun geográfico. (pág. 293).

Es por ello que para poder crear una parrilla de programación acorde a las necesidades de la comunidad se debe realizar un estudio previo para poder cubrir con todas carestías que aquejan a la colectividad.

La emisora popular permite plasmar la creatividad popular, dando como resultado nuevos formatos, nuevas formas de participación de los oyentes y una variedad de programas novedosos, en donde la participación de las personas se vuelve indispensable, “El proceso de mediamorfosis de la radio ha conllevado el desarrollo de nuevas fórmulas de participación basadas en la interactividad”. (Videla-Rodríguez, J. J., & Piñeiro-Otero, T. 2013, pág. 113). En estos casos las radios comunitarias han logrado llegar a personas como las amas de casa que son muy entusiastas para participar en los concursos creativos que se hacen dentro de la programación.

Las radios comunitarias a diferencia de las radios privadas tienen una programación diferente que las distingue de cualquier otro medio radial.

Esta radio no está llena de música pop y noticieros superficiales, ni con comunicados oficiales o contenido cultural del gobierno, no es tan importante que la programación sea refinada. El papel de las radios radica en atender las prioridades establecidas por la comunidad, de forma que puedan facilitar su discusión, fortalecerlas y desafiarlas. Es difícil barajar todos los intereses de una comunidad y la radio comunitaria no siempre acierta a hacerlo, sin embargo, al conseguirlo sus emisiones tiene una fuerza pasional rara vez alcanzada por los medios estatales de gran escala o los comerciales, esta pasión involucra a oyentes facilitando la participación no solo en la radio sino en procesos culturales que afectan a la comunidad. (Girard, Bruce, 2002, pág. 76)

Su programación se basa específicamente a la comunidad y lo que acontece dentro de ella, sus protagonistas son los habitantes de la zona, sea comunidad, barrio o localidad aunque

todas las emisoras están en la obligación de identificarse esto quiere decir que por lo menos cada media hora deben poner al aire el nombre la emisora, la frecuencia con que opera, ciudad y país donde se origina (García, 1980), en la parrilla de programación también existen prohibiciones expresas y alguna de las veces se deben d acomodar al horario establecido por la Ley Orgánica de Comunicación.

### **1.6. Radio comunitaria**

La radio comunitaria suele ser una estación de radio de corto alcance sin fines de lucro que responde a las necesidades de información de las personas que viven en un lugar determinado en los idiomas y formatos que se adaptan mejor al contexto local.

Aspira, pues, a ser útil herramienta de trabajo en manos de aquellos que, sintiendo la comunicación como una vocación, no ven en la radio tan solo una profesión y un medio de vida, sino que la conciben como un instrumento de educación y cultura populares y como una promotora de auténtico desarrollo; que piensan que este, como todo medio de comunicación colectiva, tiene una función social que cumplir, un aporte que hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestra región. (Kaplun, 1999, pág. 17)

Por lo tanto las radios comunitarias son creadas con la intención de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional del país, cuyo interés es el desarrollo de su comunidad, y el fortalecimiento del mismo, estas buscan una participación más cercana de sus oyentes al mismo tiempo se comprometen con su comunidad a brindar información adecuada y de interés para la zona, una frase que resume el concepto de lo que es una radio comunitaria, es en la comunidad, para la comunidad, cerca de la comunidad y para la comunidad” (AMARC, 2011), entonces podemos deducir que la radio comunitaria tiene una misión que es servir a su comunidad, tratando de tener a su audiencia como principales participantes para el funcionamiento de dicha radio.

Las radios comunitarias, pueden alcanzar una cobertura local, las emisoras tienen dos puntos neurálgicos en el procesamiento del sonido: los estudios centrales y el transmisor.

Los estudios centrales según García (1980) afirma que:

En estos estudios el sonido tiene un tratamiento especial, con el cual se amplifica y se modula, se regula, se normaliza y se ecualiza (el término ecualizar se usa cuando, mediante un aparato ecualizador, se altera la respuesta del sonido, mejorando sus tonos: altos y bajos, para darle mayor presencia). (pág. 81)

En si las radios comunitarias funcionan con las mismas herramientas de cualquier otra radio La inmediatez puede quedar atrás como algo exclusivo de la radio. Hoy los medios, en su gran mayoría pueden ejercerla. Ya pasaron los tiempos en que la televisión tenía serias complicaciones para transmitir en vivo. Hoy los medios escritos lo hacen gracias a la Internet. A cambio la radio puede, sin las carreras de la inmediatez, navegar más por los hechos que son noticia; comprenderles mejor, profundizar más en ellos para no quedarse sólo en la respuesta a los famosos “qué, quién, cómo, dónde y cuándo”. Hoy puede a sus anchas profundizar en los por qué, cosa que ni la tele ni la prensa escrita suelen hacer.

### **1.6.1 Locutores populares**

El locutor es una parte importante en el trabajo radial. Muchos locutores de las poblaciones cuando empiezan un trabajo radial lo hacen con la conciencia deformada por la radio tradicional y lo pretenden llevar a la práctica imitando gestos, poses y el estilo del locutor tradicional. Es así como la palabra se aleja del pueblo, y la voz ya no expresa el sentir, la emoción y la vida de la comunidad: esta es la forma como la radio tradicional ha alejado al pueblo del medio radial.

Quien es locutor o se está iniciando en este arte debe, ante todo, dominar todos los sentidos de la lengua castellana y exigirse una correcta pronunciación, incluyendo las diferenciaciones en las consonantes: v-b; de la c,s,z que suelen ser descuidadas. (Torres V, 1976, pág. 80)

El locutor de una radio comunitaria es aquel que ha logrado dominar el lenguaje cargado de emoción, sentimiento y vida. Un artista capaz de alegrar, entretener, de dar una palabra de aliento, de vida, una esperanza, no nace de la noche a la mañana, sino que se forja en las tareas

de la emisora popular a la par que ésta se construye y avanza. “no olvidemos que todo lo que decimos se lo lleva el viento; si no logramos el impacto inicial, único y definitivo, hemos perdido el tiempo”. (García 1980, pág. 159) la radio tiene el don de ser un medio volátil, que el mensaje pasa en un segundo si no es bien recibido por el radioescucha se pierde en ese instante.

### **1.6.2 Comunidad, importancia**

Ezequiel Ander Egg (1987), considera el término comunidad: “Como una unidad social cuyos miembros participan de algún rasgo, interés, elemento o función común, con conciencia de pertenencia, situados en una determinada área geográfica en la cual la pluralidad de personas interacciona más intensamente entre sí que en otro contexto”.

Considera que “esta noción es amplísima” por tanto “sólo así puede ser aplicable igualmente a unidades tan distintas en características y extensión, como una unidad religiosa que vive aislada en un convento, un barrio, un municipio, la provincia, la nación o la comunidad internacional, es decir, a todos los niveles en que es aplicado de ordinario el término de comunidad” (pág. 10-14).

Diferente autor, Rudolf Rezsö (1988), señala que la palabra comunidad está de moda” indicando que “un concepto de uso tan múltiple corre el riesgo de ser inutilizable. Por tanto, si queremos adoptarlo y emplearlo científicamente, tendremos que definirlo con rigor” (pág.49). Expone tres características que considera principales:

“La comunidad se circunscribe en el espacio, en un territorio. Constituye un conjunto de personas que viven en un terreno geográfico determinado. La extensión puede variar. En la mayor parte de los casos, coincide con una región o una concentración y comprende varias colectividades locales.

El conjunto de personas que viven en este territorio mantienen unas relaciones múltiples y tienen entre ellas numerosos intereses comunes. (...) Las relaciones pueden ser tanto de vecindad como de trabajo o de ocio. Los intereses comunes pueden referirse a la calidad de los servicios públicos, a las oportunidades de empleo o a la victoria del equipo de fútbol. (...) El tejido social que establece la comunidad no excluye en absoluto las discrepancias y los conflictos entre los miembros. Si hay intereses comunes, hay también otros que son divergentes.

Los miembros están unidos a su comunidad. Se identifican con ella. Además, las personas del exterior les reconocen como pertenecientes a esta comunidad” (pág. 49-50).

### **1.6.3 La Radio comunitaria en América Latina**

En América Latina, las radios comunitarias, populares y alternativas, surge desde la

necesidad de alfabetizar, educar, y sensibilizar a las mayorías de zonas consideradas populares del campo y la ciudad. La iglesia católica fue una de las instituciones fundadoras en la búsqueda de formas de comunicar tomando la educación como herramienta para generar proyectos radiales. (Judith Gerbaldo, 2012) La primera radio comunitaria comenzó a funcionar en Colombia, fue denominada radio Sutatenza en 1948, convirtiéndose en una de las emisoras que inspiró a numerosas experiencias populares y su multiplicación en la región. La alfabetización fue una herramienta que utilizó la radio para apuntar a dar un nuevo sentido a la noción de desarrollo, orientado a la construcción de una sociedad más digna e igualitaria.

Cuando llegó la radio a Latinoamérica no se centraba específicamente en informar a sus oyentes, García, (1980), menciona que:

A diferencia de lo que pasó en Europa y Norteamérica, la radio en Latinoamérica, en un principio no fue competencia de la prensa en materia informativa. Para cubrir este aspecto recurría a la lectura de los periódicos, con todos los riesgos que esto presentaba: como que el locutor leyera al micrófono. (pág. 25).

A pesar que han pasado varias décadas de la creación de la primera radio comunitaria en la región de América Latina, como en el resto de los continentes, está presente el debate sobre la concentración de medios que entre otras cuestiones no permite que se escuche la diversidad de voces que existe.

Diversidad, pluralismo y concentración quedan desplazados por la homogenización de discursos y contenidos. La Relatoría Especial de la Corte Interamericana de Derechos Humanos dedica un capítulo, el V, a la problemática del monopolio de medios: “la concentración en la propiedad de medios de comunicación masiva es una de las mayores amenazas para el pluralismo y la diversidad en la información”. (Loreti & Lozano, 2014, pág.43).

Son diversos los textos internacionales, que van en esta misma dirección y concretamente en defensa de la diversidad de las expresiones culturales.

Las radios que tenían a sus inicios como objetivo principal alfabetizar, se fueron transformaron con los años en instrumentos de educación popular no formal y más tarde, en radios populares que expresaban luchas y esfuerzos al servicio de grupos populares. Desde sus orígenes, la radio comunitaria estuvo vinculada a las luchas sociales y políticas que buscaban transformar las condiciones de desigualdad. De esta manera las emisoras, fueron cambiando su misión con el tiempo, abandonaron su principal objetivo la alfabetización, definiendo nuevas perspectivas con fines principalmente sociales, para lograr así, cambios estructurales hacia una sociedad más justa. “La información radial cobra vida propia con servicios informativos especializados, periodistas experimentados, que descubren en la radio nuevas fuentes de trabajo de mejores ingresos y mayores halagos por el tratamiento que la noticia tiene en ella, rapidez e intensidad” (García, 1980, pág. 26) aunque en la actualidad las radios no son consideradas como una buena inversión hablando económicamente, sino más bien los profesionales optan por esta opción como un pasatiempo mas no como una profesión.

#### **1.6.3.1 Historia de la radio comunitaria en el Ecuador**

La radio comunitaria en Ecuador nació como un proyecto educativo impulsado por la iglesia católica, en 1962 monseñor Leónidas Proaño fundó las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, en 1990 se conformó la Coordinación de Radios Populares y Educativas del Ecuador, CORAPE entidad no gubernamental que agrupa a 21 radios autodenominadas comunitarias, que funcionan con frecuencias privadas. Fue en el 2008 cuando el Gobierno inició un proceso de asignación de frecuencias comunitarias, que se legalizaron en 2013 con la aprobación de la Ley de Comunicación. Actualmente son 19 radios que funcionan con esta licencia a nivel nacional, regentadas por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, ARCOTEL. Históricamente los propietarios particulares de emisoras de radio y televisión han controlado la cúpula del organismo estatal que concede las frecuencias ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, en la actualidad hay

mayores posibilidades para poder poseer una radio en una comunidad o individualmente.

Lo que caracteriza a las radios comunitarias es la búsqueda de una comunicación que ayude al cambio social y se encuentran con un escenario complejo para la resistencia y el fortalecimiento en el país son escasas las radios comunitarias, “aquí ya no resulta el discurso de la resistencia, si no el de la creación de estos medios radiales, su transitar político comunicacional está en la búsqueda no sólo de lo reactivo sino de lo creativo”. (Villamayor, 2005, pág. 65) Estos medios de comunicación necesitan ser expandidos, para lograr de tal manera diversificar la información, dando a conocer múltiples costumbres y tradiciones de los pueblos olvidados en la actualidad.

En el Ecuador las emisoras han pertenecido por lo general a personas naturales o a sociedades familiares, la radio es el medio de comunicación social más importante. La concentración de acuerdo a la oferta de emisoras tiene una connotación cualitativa, desde estos polos se organiza la vida en el conjunto de la sociedad ecuatoriana, se toman decisiones de gran influencia en todo el país. (Borja, 1998). La Iglesia Católica en el Ecuador tiene una estructura jerárquica presidida por la conferencia episcopal, entidad que representa toda la institución, la Iglesia ha tenido una presencia social tradicional casi incuestionable y su influencia ha sido determinada en el ámbito cultural.

#### **1.6.4 Radios Comunitarias como herramientas educomunicativas**

##### **1.6.4.1 Conciencia crítica**

Es importante empezar la intervención comunitaria con procesos de concientización a los sujetos que van a ser intervenidos, de esta forma comprenderán la complejidad real de la sociedad, llegarían a una sensibilidad crítica en la cual la realidad se da como objeto conocido y el ser humano asume una posición epistemológica, que será una práctica a través de la acción – reflexión de los involucrados.

En el Centro de Estudios Comunitario, Alonso (2004), tiene la idea de que “la integración a la realidad es un proceso epistémico que, a su vez, es la condición para que el ser humano sea sujeto; que siempre se da con otros, no sólo se conoce la realidad, si no que se apuesta por su transformación” (pág.132).

Los municipios ecuatorianos se encuentran descentralizados y tienen autonomía, por tal motivo podrían proyectar a la comunidad una propuesta cultural la misma que se articulará desde abajo, donde el pueblo se apropie, y ejerzan conciencia crítica y un mínimo de autodesarrollo y así su acción colectiva intervenga decisivamente en la elección y desarrollo de su vida y de la sociedad. Esta conciencia crítica, tiene como finalidad la identificación de fuerzas que obstaculizan procesos de intervención social comunitaria, se convierte en un punto de partida y de proyección como un instrumento en proyectos de autodesarrollo, de gestación, producción de lo comunitario.

#### **1.6.4.2 Participación**

La etimología del término lo indica: “ser parte de algo”, “tomar parte en algo”, “tener parte en alguna cosa”.

Inclusión, personal o colectiva, como sujeto de la actividad; impulso de los interesados en la autogestión de los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de una tarea determinada; toda acción colectiva de individuos orientada a la satisfacción de necesidades, que se cimienta en la existencia de una identidad colectiva, enmarcada en valores, intereses y motivaciones compartidos que dan sustento a la existencia del grupo. Participación lleva implícito la acción de ser parte de algo, de intervenir o compartir en un proceso; se entiende por participar, el proceso a través del cual distintos sujetos individuales o colectivos, en función de sus intereses y de la lectura que hacen de su entorno, intervienen en la marcha de sus asuntos colectivos, con el fin de mantener y/o reformar el orden social comunitario.



Para Wandersman, Florín, Chavis, Rich y Prestby (1985), la participación se asemeja a la capacidad para influir, es decir, a la posibilidad del sujeto para actuar dentro de un contexto comunitario. En éste sentido, la capacidad de influir, se da sobre el proceso de toma de decisiones que de alguna manera se vinculan con los intereses de los participantes. Partiendo de este conocimiento es necesario diferenciar los tipos de participación que han sido reconocidos de manera tradicional: la participación política, la participación comunitaria y la participación ciudadana.

### **1.6.4.3 Cooperación**

El significado etimológico: "Acción simultánea de dos o más agentes que obran juntos y producen un mismo e idéntico efecto". En sentido más lato se llama cooperación a "la ayuda, auxilio o socorro que se presta para el logro de alguna cosa" (Tomado de la Enciclopedia Universal). Es un término que se utiliza para muchas y muy diferentes relaciones; debemos identificarlo sin negar sus mejores contenidos; este se fundamenta en el trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades hacia un objetivo compartido, teniendo como base la experiencia desarrollada, la misma que fomenta una práctica social que promueva la movilización social, con una gestión participativa distinta de las formas tradicionales de gestión.

La cooperación es esencial para el grupo como oposición a la competencia en la que el otro siempre está en la posición de adversario, rol de adversario, según Habermas. La comunidad es siempre un grupo humano complejo que de alguna manera comparte, con diverso condicionamiento, la participación en torno a tareas comunes, establece determinadas relaciones de cooperación y propicia determinado grado de implicación de las personas que integran dicho grupo. Es por ello que podemos afirmar que una comunidad es, ante todo, un grupo que comparte y construye colectivamente y de manera ininterrumpida una praxis cultural que lo identifica.

### **1.6.5 Rol principal de una radio comunitaria**

La radio es el medio de comunicación electrónico más expandido en el mundo y el mejor medio para alcanzar a las comunidades más pobres. En contraste con las radios comerciales, la radio comunitaria pone una herramienta en las manos de los ciudadanos para su expresión cultural, noticias e información, diálogo y desarrollo. Sin acceso a una voz propia, las personas de bajos recursos son incapaces de participar en el debate o de expresar sus opiniones sobre políticas públicas que les afectan directamente. Kaplun, (1978) comenta: “La participación es el motor de la democracia y la radio comunitaria es el instrumento de la participación” (pág. 386). La radio comunitaria forma parte de procesos políticos de comunicación que contribuyen al cambio social facilitando la inclusión, la participación y el empoderamiento de los participantes, diversidad cultural y construcción de la paz en comunidades locales. La radio comunitaria es un nuevo sector de la comunicación: La radio comunitaria es un Nuevo sector de medios cuyo contenido está profundamente enraizado en confrontar desafíos específicos que afectan las sociedades humanas en el ámbito regional, de países y local.

### **1.6.6 Radio y democracia**

Las radios comunitarias son conocidas como radios populares o educativas en América Latina; radio rural o local en África; radio pública en Australia y radio libre o Asociativa en Europa todas en busca de la democratización de la comunicación a escala comunitaria y que se iniciaron hace casi medio siglo. “En todas partes no deja de ser un tipo de radio hecha para servir al pueblo, una radio que favorece la expresión y la participación al tiempo que valora la cultura local”. (Mata, 1993, pág. 57-59). El uso de la radio para la educación popular a favor de la democracia tiene ya casi medio siglo de experiencia en Latinoamérica, en la ley orgánica de comunicación se habla de democratizar la comunicación a través de los medios comunitarios, entonces ¿Cómo democratizar lo que ya es de todos?

Tal vez, se refiera a garantizar la participación igualitaria de todos los sujetos. Pero una vez más caeríamos en una falacia, ya que también sabemos que la comunicación es un proceso asimétrico de producción de sentido. En ella, o a través de ella, se despliegan estrategias de poder. (Díaz 2005, pág.45)

Entonces nos ponemos a pensar, como democratizar la comunicación si esta es un derecho de todos y creemos que el desafío de todas estas emisoras es similar, mejorar el mundo en que vivimos. Democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente a lo que nos quieren acostumbrar los señores neoliberales. (López Vigíl, & José Ignacio, 1997). Esto se refiere a que la comunidad el pueblo sea escuchado, que tenga un espacio donde pueda levantar su voz de inconformidad a algo que le incomoda. La radio comunitaria sin duda es considerada una de las fuentes más cercanas para realizar un periodismo comunitario “La radio podría ser el sistema de comunicación pública más maravilloso que se pueda imaginar, si fuera capaz no solo de transmitir, sino también de recibir, permitiendo así que el oyente a más de escuchar hable” (Bertold Brecht, 1930, pág. 36) el oyente debe ser considerado como una parte fundamental de la radio, en donde interactúa de manera directa e indirecta, más bien se quiere hacer partícipe al ciudadano de este periodismo, lógica similar se trasluce en la radio comunitaria.

Para Chaparro (1997), “la radio comunitaria se define básicamente por su carácter participativo, la cual pretende aportar un servicio a las comunidades en las que se asientan para construir ciudadanía y cultura de vida para el progreso humano” (pág. 56) y de esta manera ayudar a conservar algunas costumbres y tradiciones de cada comunidad, transmitiendo a través de estas las características sobresalientes de cada sector.

#### **1.6.6.1 Desarrollo Comunitario**

El desarrollo comunitario puede definirse como la agregación de valor económico que proviene de pequeños núcleos culturales. Sean estos la familia, pequeñas asociaciones o grupos comunes.

Para que un proceso de desarrollo comunitario sea posible, se debe tratar no sólo de mejorar materialmente las condiciones de vida de las personas que componen esa comunidad, sino de ampliar las capacidades de elección de cada una de esas personas: su autonomía. Y son muchas las dimensiones sociales y humanas que abordar en un proceso de desarrollo comunitario que tenga por finalidad última el bienestar, la autonomía y la independencia de las personas, a saber; subsistencia, trabajo, abrigo, refugio, vivienda, conocimiento, educación, salud, sanidad, medioambiente, bienestar, servicios sociales, participación, asociaciones, órganos de decisión, ocio, deportes y cultura. Como se puede comprobar, todas estas dimensiones pueden encontrar su correlación con servicios y recursos ya existentes en una comunidad, bien públicos o bien privados: servicios de empleo, de salud, educativos, sociales, asociaciones, clubes deportivos, etc.

Unos recursos que deben dotarse de una visión global e integral en sus acciones y que deben ser receptivos a las demandas y propuestas de la población si pretenden contribuir a un proceso de desarrollo comunitario.

Si bien el concepto desarrollo de la comunidad, o desarrollo comunitario, ha perdido fuerza en los últimos años, es innegable que se ha perfilado un cuerpo de principios teóricos y metodológicos que se involucran en la expresión de desarrollo de la comunidad.

En este siglo XXI, época en que se habla de diversos desarrollos, de “desarrollos adjetivados”, el desarrollo comunitario es uno de ellos, aunque también se lo asocia al desarrollo local y comunitario. En gran parte, lo que se pretende es rescatar la comunidad, las relaciones cara a cara, la solidaridad, la participación y la organización, lo colectivo, (Carvajal, 2011, pág. 45)

En si el desarrollo comunitario o desarrollo de comunidad es un proceso donde los miembros de una comunidad se unen para realizar acción colectiva y generar soluciones a problemas comunes. Es un término amplio que se otorga a las prácticas de los líderes cívicos, activistas, ciudadanos comprometidos y profesionales para mejorar diversos aspectos de las comunidades, por lo general con el objetivo de construir comunidades locales más fuertes y más resistentes.

El ámbito operativo del desarrollo de la comunidad –como lo indica la misma expresión- es la

comunidad. No cualquier comunidad, sino aquella o aquellas sobre las cuales, y con las cuales se quiere llevar a cabo un programa con el fin de atender a sus necesidades y problemas, lograr su desarrollo y mejorar su calidad de vida (Ezequiel Ander-Egg, 2005, pág.25)

Entonces se podría definir como un conjunto de acciones sociales diseñadas y desarrolladas de forma colectiva para mejorar la cohesión y la calidad de vida de un territorio.

Un PDC entiende que todo el que convive y trabaja.

## 2 MARCO LEGAL

### 2.1. Antecedentes

Antes de 1995 la legislación ecuatoriana no reconocía a las radios comunitarias, estas fueron reconocidas en 1995 cuando el Congreso reformó la Ley de Radiodifusión y Televisión aprobada 20 años antes. Con la reforma se estipulaba provisiones especiales para las emisoras comunitarias, aun cuando se refiere a emisoras de servicio comunal. Sin embargo, esas mismas reformas a la ley establecieron severas restricciones, prohibiendo toda actividad comercial, limitando la potencia de transmisión y exigiendo una aprobación previa del Ejército, por razones de seguridad nacional.

Esta situación no solo atentaba contra los derechos fundamentales los mismos que hablan sobre el derecho a la libertad de pensar, de expresarse y difundir sus ideas a través de cualquier medio de comunicación social, (CORAPE, 2002) A partir de esto, la misma CORAPE propone una reforma a la Ley de Radio y Televisión, por considerar que no respondía a la dinámica de las radios populares y educativas, cuya misión estaba claramente definida en pro de los derechos de la comunidad, pueblos y nacionalidades del país. En el 2002 se presentó una demanda constitucional por parte de CORAPE, que actualmente lleva 27 años de servicio, para solicitar se modifique la ley, con lo cual lograron una nueva reforma de la Ley de Radio y Televisión.

### 2.2. Normativo Vigente

<b>Norma</b>	<b>Aprobación</b>
	1.- Decreto Supremo 256-A (Registro Oficial 785, 18-IV-75) 2.- Ley s/n (registro oficial 691, 9-V-95)
Ley de Radiodifusión y Televisión	3.-Decreto Ley 2000-1 (Suplemento del Registro Oficial 144, 18-VIII-2000) 4.-Ley 89-2002 (Registro Oficial 699, 7- XI-2002)
Reglamento general a la Ley de Radiodifusión y	1.-Decreto 3398 (Suplemento del Registro Oficial 864, 17-I-96)

Televisión	
Norma técnica Reglamentaria para Radiodifusión en Frecuencia modulada analógica	1.- Resolución 866-CONARTEL-99 (Registro Oficial 74, 10-V-2000) 2.- Resolución 1946-CONARTEL-01 (Registro Oficial 466,3-XII-2001) 3.- Resolución 1947-CONARTEL-01 (Registro Oficial 466,3-XII-2001) 4.- Resolución 2556-CONARTEL-03 (Registro Oficial 103, 13-VI-2003)

**Fuente:** Ley de Radiodifusión y Televisión (2018)

## 2.6 Ley Orgánica de Comunicación

A pesar de la implementación de la Ley Orgánica de Comunicación, que en los artículos 86 y 106 habla específicamente del fortalecimiento y creación de estos medios de comunicación, adoptando nuevas políticas públicas para su mejor funcionamiento, tratando de distribuir equitativamente en tres partes las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de las estaciones de radio y televisión de señal abierta, correspondiéndole a los medios comunitarios un 34%, a los privados un 33% y a los públicos un 33% (Ley Orgánica de Comunicación, 2013), estos porcentajes no se ha cumplido en lo que va del año a pesar de ya más de 4 años de la ejecución de esta ley, debido a la manipulación política. Las cifras son muy desmotivadoras, según los últimos registros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM, 2016), que muestra en junio del 2016, 41 radios comunitarias inscritas en todo el país, ocupando apenas un 5,1% del espectro radio eléctrico en medios radiofónicos, frente a un 90,1% de medios privados y un 4,8 de medios públicos. La provincia de Loja en materia de comunicación radial comunitaria, según el registro oficial de medios a nivel nacional, no presenta avance alguno.

## 2.7 Requisitos

La obtención de una frecuencia para el funcionamiento de una radio según la Ley de Radiodifusión y Televisión, (1975) se establece los siguientes requisitos para la concesión de

frecuencias en el Art. 20.- En el contrato de concesión se harán constar, obligatoriamente, los siguientes requisitos:

- a. Nacionalidad del concesionario, acreditada de acuerdo con la Ley.
- b. Escritura pública de constitución de la sociedad concesionaria y título de propiedad de los equipos; y cuando se trate de una persona natural solo se requerirá el título de propiedad. Se admitirá provisionalmente la promesa de compraventa, judicialmente reconocida, a falta de dicho título.
- c. Lugar en que la estación será instalada, con indicación precisa de su domicilio y sitios de trabajo, y ubicación cartográfica de los transmisores.
- d. Nombre de la estación radiodifusora o televisora, potencia de operación, frecuencia asignada, horario de trabajo y el indicativo que utilizará para identificarse.
- e. Garantía que, con sujeción al Reglamento, el concesionario rinde a favor de la Superintendencia de Telecomunicaciones, para el cumplimiento de la instalación.
- f. Cantidad que pagará mensualmente por la utilización de la frecuencia.

#### **2.4.1 Cómo participar en una radio comunitaria?**

La comunidad tiene varias formas de participar en una emisora comunitaria, por ejemplo: perteneciendo a la junta de programación de la estación, dado el objeto social de las emisoras comunitarias, los sectores organizados de la comunidad pueden solicitar su participación en las juntas de programación como una forma de garantizar el carácter comunitario y participativo de la programación. Otra forma es produciendo programas; en este sentido, un individuo o grupo social propone y produce programas que sean de interés en la comunidad, aquí trabajarían junto al productor o director de la radio quien es el que conoce los intereses, historias, costumbres e incluso los gustos de su comunidad. Formando parte de la audiencia; los distintos sectores que conforman la audiencia, con sus aciertos y diferencias, participan en la emisora escuchándola y brindándole su apoyo, en la medida en que ven



reflejados sus intereses en los distintos programas. Se puede buscar la participación de los distintos sectores de la comunidad, involucrarlos mediante debates o mesas redondas; es decir, con formatos que busquen su opinión y participación para construir una comunidad.

Construir un modelo de comunicación participativo, abierta y regulada socialmente es construir una sociedad civil fuerte, articulada, intercomunicada, valorada de lo diferente y de lo plural, esto es construir una sociedad. (QUINTANA, pág.15).

En definitiva, la emisora comunitaria permite el cubrimiento de sucesos de interés local, construyendo una sociedad con educación crítica, capaz de poder tomar sus propias decisiones sobre las diversas problemáticas de la realidad, algo que normalmente está ausente en la visión de los medios comerciales.

## **2.8 Rentabilidad**

Es complicado saber si una radio puede ser rentable o no, más bien podríamos decir que esto depende en la calidad de productos que se realicen en cada emisora. Las radios comunitarias, según su naturaleza, son empresas del sector público que ofertan servicios. Son organizaciones sin ánimo de lucro, lo que no significa sin recursos, sino que los excedentes que se obtengan no van a parar a los bolsillos de los socios para lucrarles; van a ser reinvertidos en el mismo proyecto, es decir, en la emisora comunitaria. Algunas podrán ser cooperativas, microempresas, pequeñas, medianas o grandes empresas, “Todas con un carácter local, pero con posibilidades de una incidencia regional, nacional y hasta internacional, si se trabaja entre redes y de acuerdo a como se planifiquen” (Torres V. 1976, pág. 139), Y una empresa como ésta, sin una administración, es una empresa sin bases para su funcionamiento: si las personas responsables de las mismas saben administrarlas, obtendrán los resultados deseados. Quienes lo están haciendo, no pueden dejar de reconocerlo.

## **2.9 Financiamiento**

Las radios comunitarias a diferencia de las privadas o públicas tienen diferentes formas

de financiarse, Hausman (2001) afirma que: “La radio se enfoca en mercados reducidos, para lograr desarrollar una audiencia constante se deben delimitar cuidadosamente los grupos de población a los que irán dirigidos los mensajes, deben estar directamente ligados con los intereses de la audiencia.” (pág. 112), pero esto no afecta a las radios comunitarias ya que el fin de ellas es trabajar para la sociedad, no tienen fines de lucro.

Las radios por lo general tienen ingresos gracias a las cuñas que pasan por sus frecuencias, cada emisora establece su tarifa, en base a los aspectos cualitativos y cuantitativos de su empresa, García, (1980), menciona que,

El aspecto cualitativo tiene como base la categoría de la emisora, de acuerdo a la frecuencia y su potencia, el tipo de programación, el talento que emplea en la realización de sus programas y la clase de servicios que tiene, en lo cuantitativo, se tiene en cuenta el porcentaje de la audiencia que posee cada emisora en su localidad, que se establece mediante la investigación de la sintonía. (pág. 373)

Algunas radios también le dan un valor determinado dependiendo de los horarios y la programación que se esté dando en esa hora del día, varía el precio dependiendo de la audiencia que pueda generar un programa.

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

**Analítico.** Este método de investigación consiste en la disgregación de un todo, descomponiéndolo en sus partes elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. A través de él podremos identificar y analizar cada una de las principales características de la investigación y la situación actual de la radiodifusión comunitaria en la ciudad de Loja, utilizando como técnica la observación que nos permitirá evidenciar, verificar y constatar los problemas planteados en el proyecto de investigación.

**Sintético.** Se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve. Utilizaremos este método para sintetizar la información extraída de consultas, utilizando como técnica la recopilación bibliográfica que nos servirá para revisar libros, revistas e internet y toda bibliografía necesaria que nos ayude a fundamentar el planteamiento del problema y marco teórico.

**Comparativo:** Utilizaremos este método para establecer similitudes o diferencias que existan en la investigación antes y después de la implementación de Ley Orgánica de Comunicación. Utilizando como técnica la observación directa e indirecta y la recopilación de datos anteriores.

**Deductivo.** Este método va de lo general a lo particular, a través de él podremos conocer cuál es el papel que cumplen las radios comunitarias en la ciudad de Loja y la forma de trabajo que emplean. Para ello aplicaremos la técnica de la entrevista y la encuesta que nos ayudarán a recopilar información confiable que nos permitirá conocer e identificar cuáles son las limitaciones y las fortalezas de las radios comunitarias de esta ciudad.

**Estadístico.** A través de este método podremos interpretar las características, variables o valores numéricos del proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad, representando gráficamente los resultados obtenidos en la investigación.

## **INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Se utilizaron técnicas investigativas como la observación, entrevista y encuesta, que permitieron recopilar, analizar e interpretar información para dar claridad a la problemática planteada.

**Observación.** - A decir de Zapata (2005): “la observación es el proceso de percibir, captar sistemáticamente y detenidamente el fenómeno que nos interesa estudiar en su proceso natural, tal cual ocurre en la vida cotidiana” (p.145). Con esta herramienta se pudo observar y recopilar información sobre las radios comunitarias estudiadas, además se analizaron las opiniones y criterios emitidos por los directivos del medio, ciudadanía, periodistas profesionales y egresados.

**Entrevista.** - según Zapata (2005): “esta es una técnica que permite acceder a cierta información por medio de una conversación profesional con una o varias personas, en donde se formulan preguntas y se reciben respuestas” (p.150). En torno a este precepto se pudo obtener información de expertos en el tema; así mismo de personas que laboran en estos medios de comunicación. Sus criterios ayudaron para tener referentes concretos sobre el tema propuesto.

**Encuesta.** - la técnica de la encuesta, según Fernández (2004): “permite obtener información mediante un coloquio directo y personal entre el entrevistador y el entrevistado”. Esta herramienta facilitó la información necesaria para acoger o desechar el ejercicio del periodismo ciudadano en el medio que lo promueve. En este caso el tamaño de la muestra utilizada para la encuesta se calculó sobre la base de la fórmula para universos finitos; el público investigado fue la ‘población de los cantones Saraguro y Puyango, mayores de 18 años.

**Formula:**

**N=** Universo

**n=** Muestra (?)

**O<sup>2</sup>=** Sigma (2)

**P**= Características a observar (50)

**q**= Características a observar (50)

**E<sup>2</sup>**= Margen de error (5)

$$n = \frac{O_2 * p * q * N}{E_2 (N-1) + O_2 * p * q}$$

$$n = \frac{2^2 * 50 * 50 * 58145}{5^2 (58145-1) + 2^2 * 50 * 50}$$

$$n = \frac{4 * 50 * 50 * 58145}{25 (58144) + 4 * 50 * 50}$$

$$n = \frac{10000 * 58145}{1453600 + 10000}$$

$$n = \frac{581450000}{1463600}$$

$$n = \boxed{400}$$

## f. RESULTADOS

Datos generales:

### ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN SARAGURO

Edad, instrucción, profesión u oficio

**Cuadro Nro. 1**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>EDAD</b>		
18-24	97	48.5%
25-45	63	31.5%
45 en adelante	40	20%
<b>INSTRUCCIÓN</b>		
Primaria	46	23%
Secundaria	74	37%
Superior	80	40%
<b>PROFESIÓN U OFICIO</b>		
Estudiante	65	32.5%
Ama de casa	23	11.5%
Agricultor	40	20%
Artesano	37	18.5%
Comerciante	16	8%
Otros	19	9.5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro.

## Cuadro Nro. 2

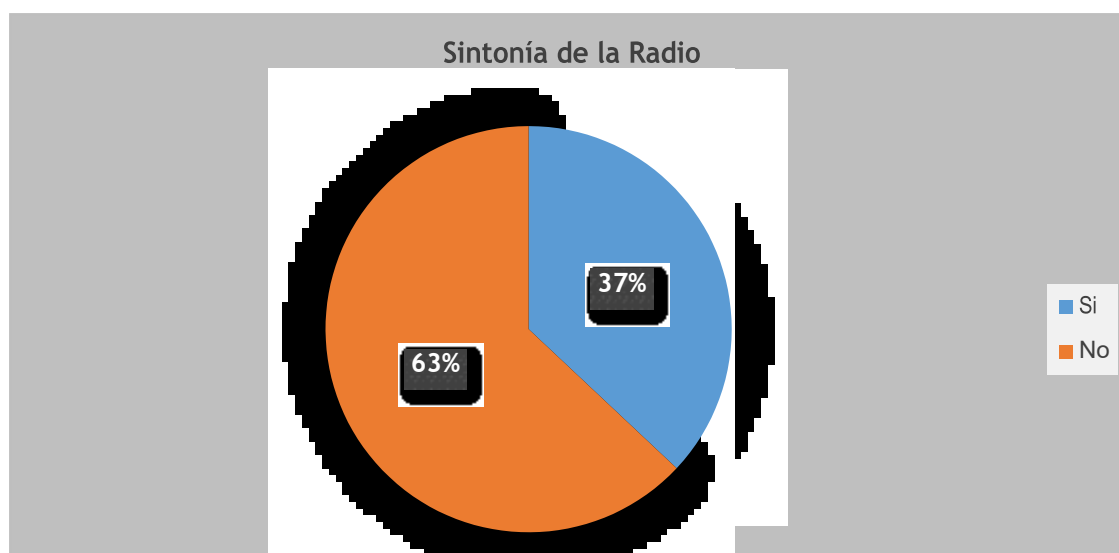
### ¿Sintoniza usted la radio "El Buen Pastor" (92.9 FM)?

Variables	Frecuencia	%
Si	74	37%
No	126	63%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

## Gráfico Nro. 2



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En el análisis del cuadro estadístico se puede determinar que 74 encuestados que equivalen al 37%, de la muestra, manifiesta que sintonizan la radio el Buen Pastor del cantón Saraguro por ser un medio local, imparcial, de calidad, que genera información de interés para la colectividad y sus alrededores, que tiene una buena programación. El sector que expresa lo contrario corresponde a 126 personas, equivalentes al 63%, que no escucha frecuentemente, pero sí de vez en cuando y en un horario aleatorio.

**Cuadro Nro. 3**

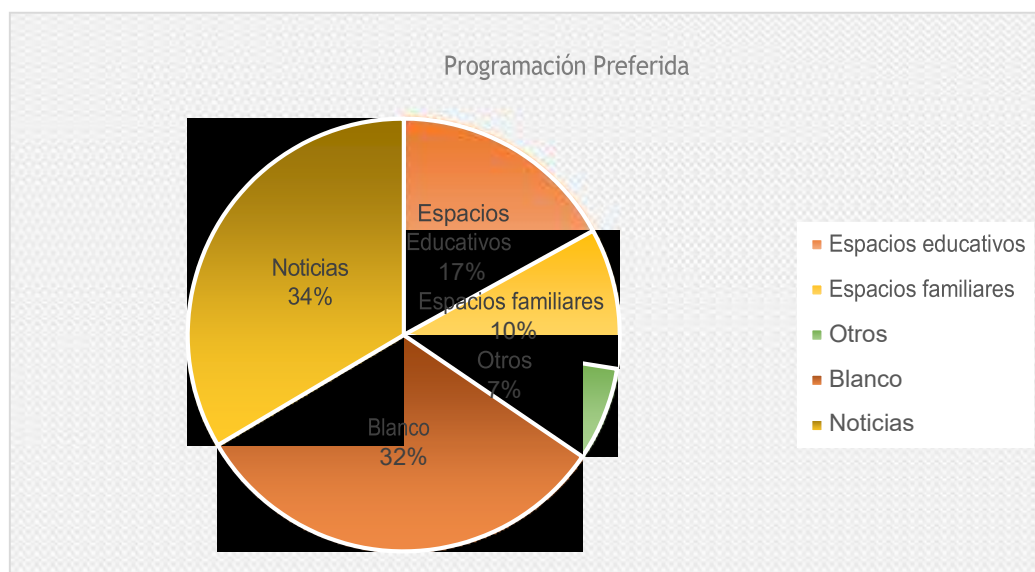
**Dentro de la programación de la radio "El Buen Pastor" (92.9 FM) ¿Qué es lo que más escucha?**

Variable	Frecuencia	%
Noticias	67	34%
Espacios educativos	34	17%
Espacios familiares	21	10%
Otros	14	7%
Blanco	64	32%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro.

**Gráfico Nro.3**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro.

**Análisis cuanti-cualitativo:** de las personas encuestadas en el sector 67, que representan el 34% del universo encuestado en el cantón Saraguro, optan por las noticias; 34 individuos que constituyen el 17%, se inclinan por espacios educativos; 21



encuestados que corresponde al 10%, por los espacios familiares, 14 de los encuestados que representan un 7% escuchan otros programas que son de producción nacional y finalmente 64 encuestados que simbolizan el 32% dejaron en blanco. Se puede apreciar que la gran mayoría de encuestados optan por escuchar las noticias y espacios educativos, ya que se informan de lo que acontece en la ciudad y a la misma vez se educan a través de los espacios difundidos por este medio, también podemos deducir que un gran porcentaje dejó en blanco por el simple hecho de no sintonizar la emisora.

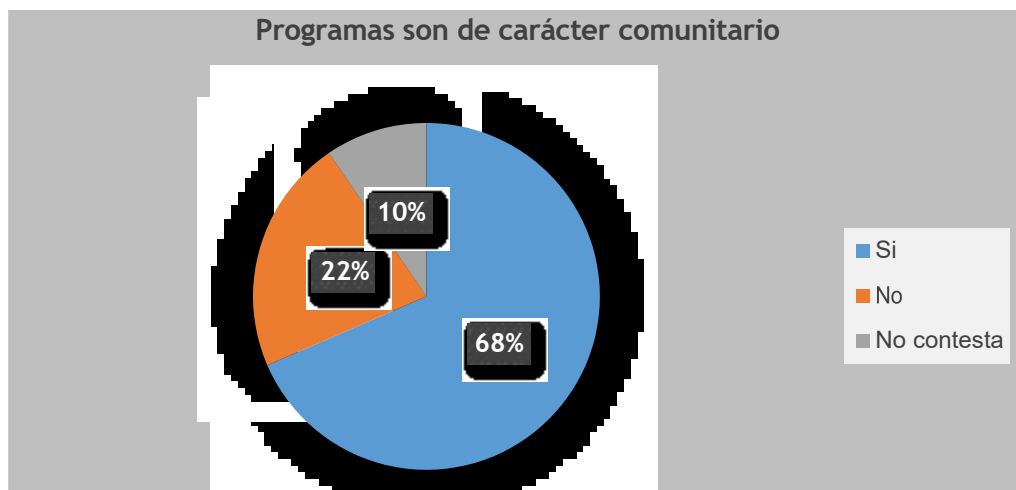
**Cuadro Nro. 4**

**¿Usted considera que estos programas son de carácter comunitario?**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
SI	137	68%
NO	44	22%
NO CONTESTA	19	10%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro.

**Gráfico Nro.4**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En cuanto a la información obtenida a través de las

encuestas planteadas, en esta pregunta podemos deducir que la gran parte de los habitantes del cantón Saraguro, específicamente un 68% considera que los programas si son comunitarios, ya que refleja interés por parte de los encargados de estos medios en formatos radiales orientados a educar, orientar, informar, entretener y a la vez organizar y movilizar al oyente, también hacen énfasis en que las noticias impartidas, en su mayoría son de la ciudad de Loja, y pocas nacionales e internacionales, no se informa sobre las necesidades o aciertos de la comunidad de Saraguro. Además, piensan que cuando una radio es escuchada en la mayoría de los sectores rurales en estudio, se la considera “comunitaria”.

La minoría de los encuestados, es decir el 22%, manifiesta que los programas difundidos por estas emisoras no tienen carácter comunitario, por el hecho de que gran parte de su programación es copiada o enlazada de otras radios y que sus formatos radiales no cumplen con las funciones que tiene una radio comunitaria y no existen programas estructurados como comunitarios y creados en el sector. Por su parte, el 10% se ha limitado a contestar esta interrogante por no tener claro el significado de comunitario.

### Cuadro Nro. 5

**A su criterio ¿Considera que los programas emitidos por la Radio Comunitaria**

**“El Buen Pastor” aportan a su desarrollo?**

Variable	Frecuencia	%
SI	161	80%
NO	35	18%
NO CONTESTA	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro.

Gráfico Nro. 5



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Análisis cuanti-cualitativo:** Frente a esta interrogante, 161 personas, que representan el 80% del universo encuestado en el cantón Saraguro, consideran que los programas sí aportan a su desarrollo, aunque afirman que en su mayoría no son realizados por personas o periodistas del sector. Por otra parte, la minoría de los ciudadanos, es decir 35 encuestados, que constituyen el 18%, expresan que la radio el Buen Pastor no contribuye a su desarrollo ya que no conocen mucha información, por lo que no existe gran cantidad de programación local; y, finalmente, 4 interrogados, que conforman el 2%, no contestan la interrogante.

Cuadro Nro. 6

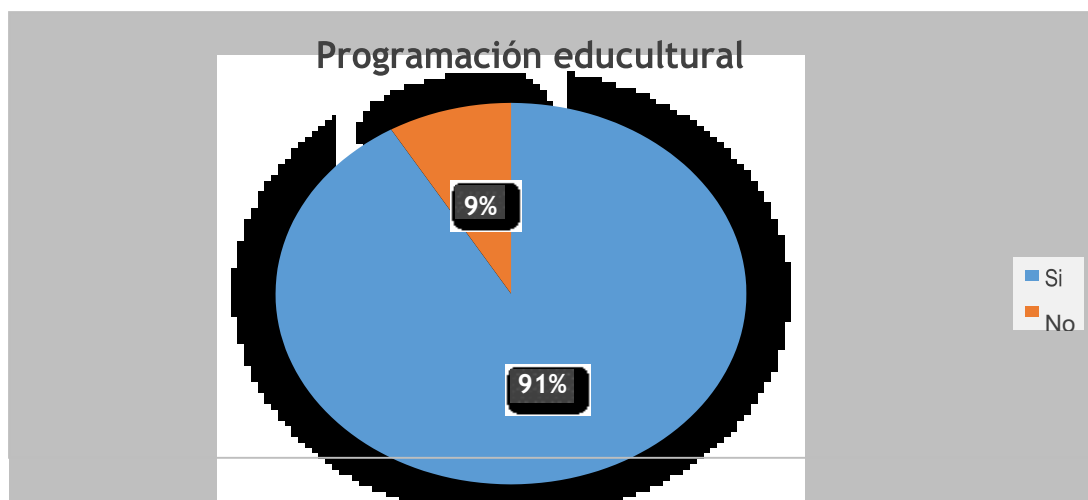
**¿Considera usted que la Radio Comunitaria "El Buen Pastor" mediante los contenidos de su programación contribuye a su educación, orientación y valorización de su cultura?**

Variable	Frecuencia	%
NO	17	9%
SI	183	91%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Grafico Nro. 6**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Análisis cuanti-cualitativo:** En esta pregunta la mayoría de las personas encuestadas es decir, 183 personas que conforman el 91% del universo encuestado en el cantón Saraguro, afirman que sí encuentran algunos programas educativos, culturales y de valores en las programaciones de esta radio, los cuales aportan a su desarrollo y educación, manteniéndolos actualizados en información, ya que como ciudadanos merecen conocer y ampliar sus conocimientos en especial los niños y jóvenes que están pleno proceso de desarrollo; mientras que 17 personas encuestadas que representan el 9%, dicen que no, mencionan que algo mismo conocen aunque sea superficialmente.

**Cuadro Nro. 7**

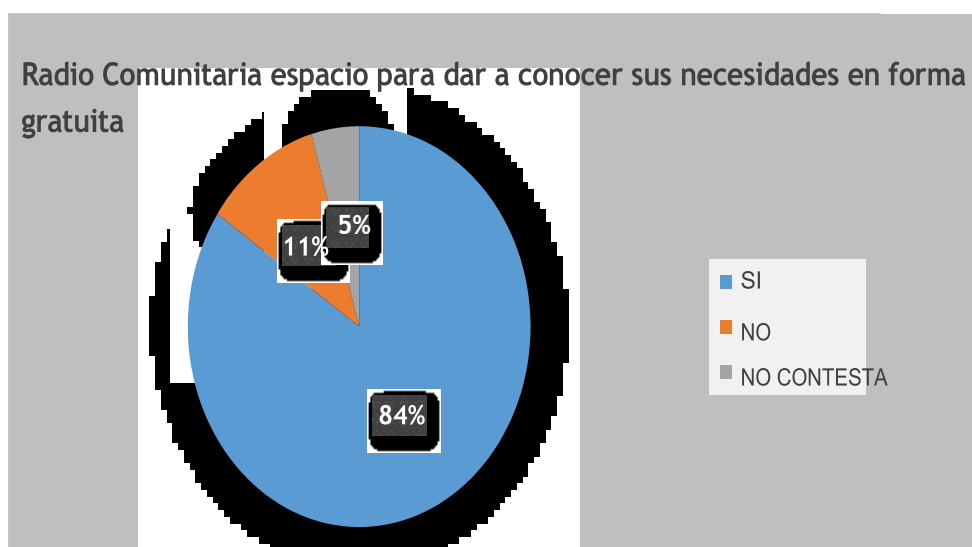
**¿Considera usted que la Radio Comunitaria le brinda espacio para dar a conocer sus necesidades en forma gratuita?**

Variable	Frecuencia	%
No	22	11%
Si	169	84%
NO CONTESTA	9	5%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Gráfico Nro. 7**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Análisis cuanti-cualitativo:** Ante esta interrogante 169 personas que conforman el 84%, de las doscientas personas encuestadas en el cantón Saraguro, consideran que la radio antes en estudio si da a conocer sus necesidades en forma gratuita; permitiéndoles dar a conocer sus necesidades, criterios, inquietudes, además mencionan que para acceder a algún servicio esta no tiene ningún costo. Cabe recalcar que una radio comunitaria debe estar al servicio de su comunidad, tiene que brindar espacio a sus oyentes para que de esta manera pueda darse una comunicación de retroalimentación, así mismo 22 interrogados que representan el 11% expresan que NO; y 9 personas que constituyen el 4.5 NO CONTESTAN la interrogante.

**Cuadro Nro. 8**

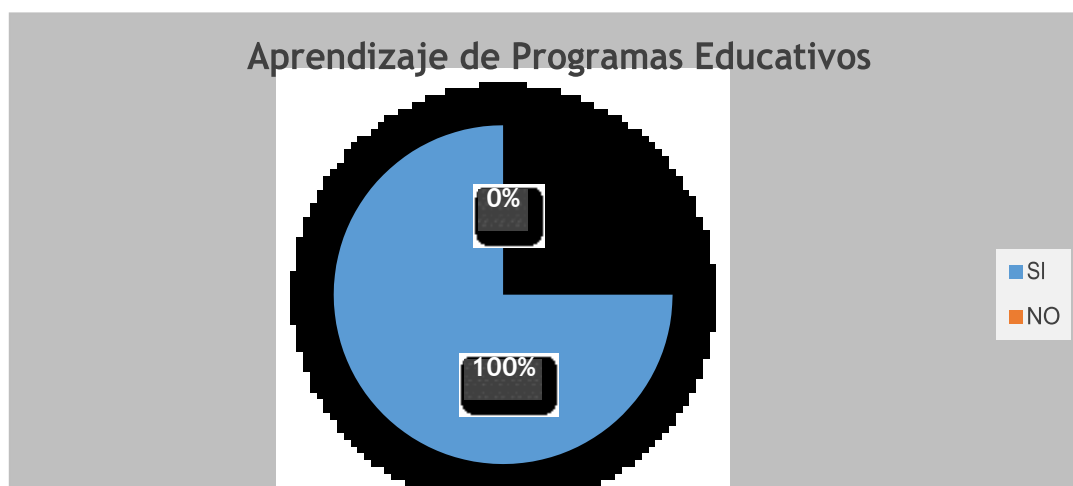
**¿Considera usted que se puede aprender de programas radiales cuyo contenido sea educativo, científico y cultural?**

Variable	Frecuencia	%
SI	200	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Gráfico Nro. 8**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Análisis cuanti-cualitativo:** Con relación a la pregunta, todas las 200 personas que representan el 100% del universo investigado en el cantón Saraguro, indican que sí se puede aprender de programas radiales, en su totalidad manifiestan que se puede aprender de programas cuyo contenido sea educativo, científico y cultural, los mismos ayudarían a fortalecer el conocimiento de los jóvenes, niños y adultos del sector, ya que la radio como instrumento de comunicación serviría de mucho para llegar a incentivar y motivar a la gente a través de dichos programas.

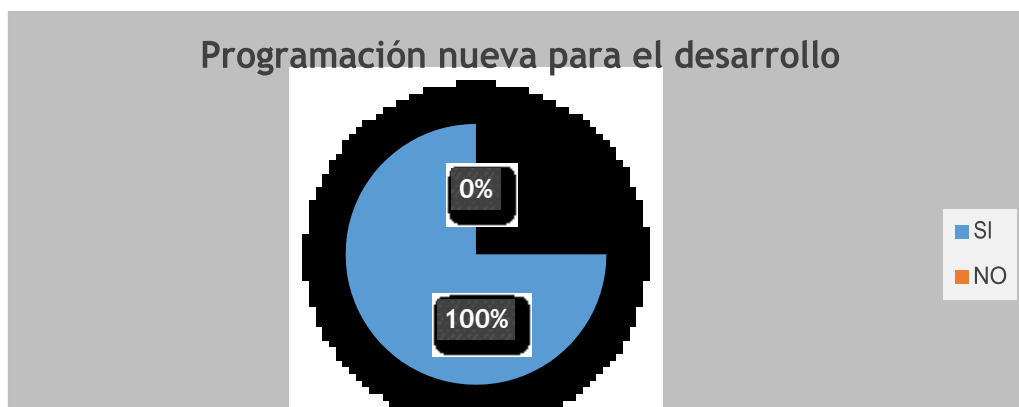
**Cuadro Nro. 9**

**¿Le gustaría que la radio Comunitaria implemente en su programación contenidos que contribuyan a su desarrollo?**

Variable	Frecuencia	%
SI	200	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Gráfico Nro. 9**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Análisis cuanti-cualitativo:** En esta interrogante las 200 personas que figuran el 100% del universo encuestado en el cantón Saraguro manifiestan que sí les gustaría que se implemente programas cuyos contenidos cooperen a su desarrollo. En cuanto a esta pregunta manifiestan que urge la necesidad de la implementación de programas con contenidos propios de la localidad que aporten al desarrollo de los ciudadanos del sector, mencionan la creación de programas que puedan entretener sanamente al radioescucha, para poder conocer, prepararse personalmente e intelectualmente, y de esta manera llamarían la atención de la mayoría de personas que ahora no los escucha.

**Cuadro Nro. 10**

**¿De los siguientes ítems, señale qué programas le gustaría a usted que difunda la Radio**

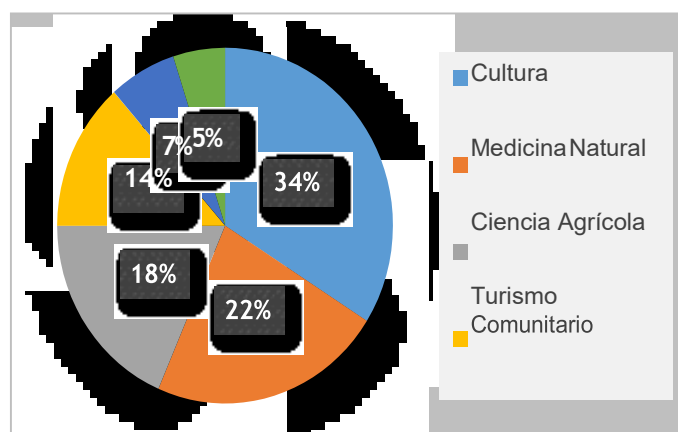
**Comunitaria "El Buen Pastor"?**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Cultura	68	34%
Medicina Natural	45	22%
Ciencia Agrícola	37	18%
Turismo Comunitario	27	14%
Ganadería	13	7%
Gastronomía	10	5%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Gráfico Nro. 10**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Saraguro

**Análisis cuanti-cualitativo:** Con relación a esta incógnita 68 personas que representan el 34%, del universo encuestado en el cantón Saraguro, manifiestan que le gustaría escuchar programas de carácter CULTURAL; así mismo 45 interrogados que simbolizan el 22%, opta por un programa de MEDICINA NATURAL; 37 entrevistados que constituyen el 18%, se inclinan por CIENCIA AGRÍCOLA; 27 individuos que forman el 14%, por TURISMO COMUNITARIO; 13 personas que componen el 7%, por GANADERÍA y 10 encuestados que



representan el 5%, optan por la GASTRONOMÍA. Es muy importante destacar que en esta pregunta los criterios emitidos por nuestro público objetivo, son muy importantes mismos que van a ser un indicador para saber qué es lo que desean conocer, ya que como investigadora me interesa poder emprender una propuesta alternativa con temas que vayan encaminados a la manera de vivir, costumbres, la forma de ser y de pensar. Los encuestados quieren que se les informe, oriente y eduque; los temas más sobresalientes son acerca de cultura y medicina natural. Cabe señalar que son muy pocos quienes desean temas sobre: gastronomía, ciencia agrícola, turismo comunitario y artesanía, pero sin duda alguna habría que poner en práctica éstos temas y muchos más; los mismos que permitan el mejor desarrollo.

## ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN PUYANGO

**Edad, instrucción, profesión u oficio.**

**Cuadro Nro. 1**

Variable	Frecuencia	%
<b>EDAD</b>		
18-24	73	36,5%
25-45	86	43%
45 en adelante	41	20,5%
<b>INSTRUCCIÓN</b>		
Primaria	40	20%
Secundaria	84	42%
Superior	76	38%
<b>PROFESIÓN U OFICIO</b>		
Estudiante	35	17,5%
Ama de casa	53	26,5%
Agricultor	30	15%
Artesano	47	23,5%
Comerciante	24	12%
Otros	11	5,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Cuadro Nro. 2**

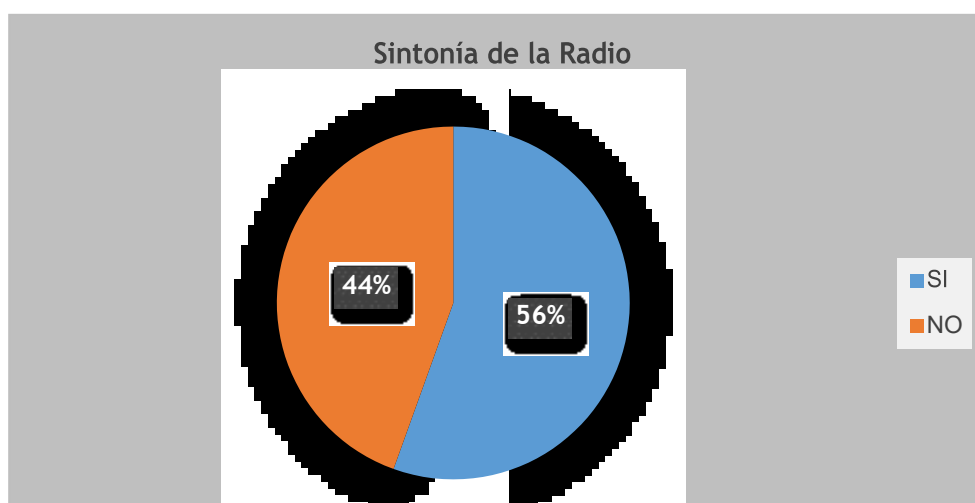
**¿Sintoniza usted la radio "Integración " (103.3 FM)?**

Variables	Frecuencia	%
Si	111	56%
No	89	44%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100,00</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Gráfico Nro. 2**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Aquí se puede determinar que 111 encuestados equivalen al 56%, de la muestra, manifiestan que sintonizan Radio Integración del cantón Puyango por ser un medio local, que lleva varios años impartiendo información imparcial, de calidad, cosas que acontecen en el cantón generando información de interés para la colectividad y sus alrededores. Por otra parte, las personas que manifiestan no sintonizar corresponden a 89 personas, equivalente al 44,5%, quienes manifiestan que no escuchan frecuentemente la emisora y que prefieren otros radios.

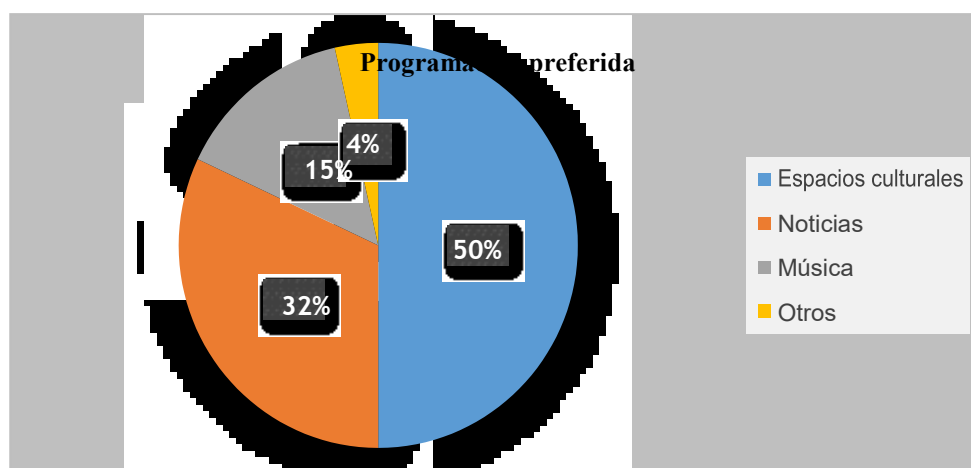
**Cuadro Nro. 3**

**Dentro de la programación de la radio "Integración" (103.3 FM) ¿Qué es lo que más escucha?**

variable	Frecuencia	%
Espacios culturales	100	50%
Noticias	64	32%
Música	29	15%
Otros	7	4%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango

**Gráfico Nro. 3**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** 100 personas, que representan el 50%, de las doscientas personas encuestadas en el cantón Puyango, optan por los espacios culturales; 64 individuos que constituyen el 32 %, por noticias; 29 encuestados que corresponde al 14.5%, se inclinan por la música y finalmente un 3,5%, de los encuestados escucha otra programación como deportes y programas que se realizan en el lugar. De los resultados obtenidos claramente se evidencia que la mayoría de nuestros encuestados escuchan espacios culturales; la opción en cuanto a noticias es muy limitada, manifiestan los radioescuchas que no se sienten satisfechos con la información recibida; porque la misma es leída de diarios locales, no le dan mucha importancia a las noticias que suceden en la comunidad de los sectores rurales; se puede evidenciar también en cuanto a los programas de música que son más escuchados que otros, como deportes, ya que no le dan mucho interés porque no encuentran la información necesaria para estar actualizados.

**Cuadro Nro. 4**

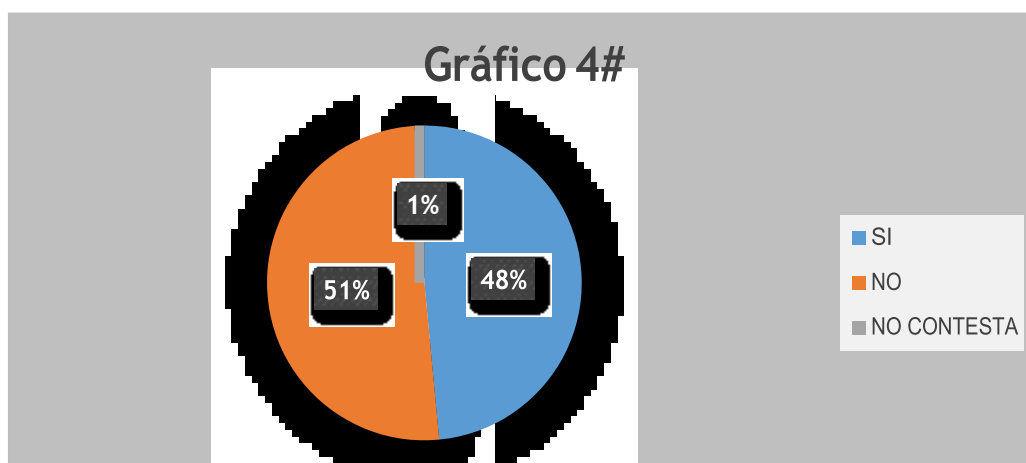
**¿Usted considera que estos programas son de carácter comunitario?**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
SI	97	48%
NO	101	51%
NO CONTESTA	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango

**Gráfico Nro. 4**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En cuanto a la información obtenida a través de las encuestas planteadas, en esta pregunta podemos deducir que la gran parte de los habitantes del cantón Puyango, es decir 97 personas, que representan el 48%, del universo encuestado, consideran que sí son programas comunitarios por el hecho de dar noticias, aunque no se informe mucho sobre las necesidades o logros de cada comunidad. También manifiestan que existen programas de corto tiempo; por otra parte 101 personas que representan el 51%, del universo encuestado en el cantón consideran que no son programas comunitarios, ya que en la realidad nada de eso se refleja por la falta o el poco interés por parte de los encargados de estos medios en realizar formatos radiales, en donde verdaderamente se reflejen las funciones de la

radio. También dos personas, correspondientes al 1%, se han limitado a contestar esta interrogante por no tener claro el significado de comunitario.

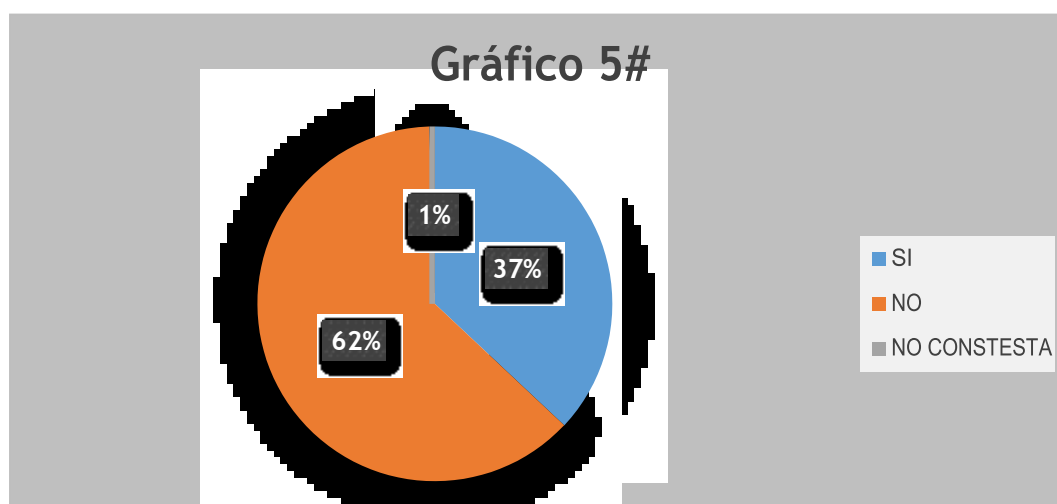
### Cuadro Nro. 5

**A su criterio ¿Considera que los programas emitidos por la Radio Comunitaria "Integración" aportan a su desarrollo?**

Variable	Frecuencia	%
SI	74	37%
NO	125	62%
NO CONTESTA	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

### Gráfico Nro. 5



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Frente a esta interrogante 125 personas que representan el 62%, del universo encuestado en el cantón Puyango consideran que los programas no aportan a su desarrollo; por otra parte 74 encuestados que constituyen el 37%, mencionan que sí; y finalmente 1 persona que conforma el 1%, no contesta. En lo que respecta a esta interrogante se evidencia que la mayoría de los encuestados claramente manifiestan que la programación

emitida por la radio comunitaria “Integración” no contribuye en su totalidad al desarrollo, al no encontrar contenidos que vayan acorde a las necesidades. La minoría de los ciudadanos encuestados expresan que las emisoras radiales si contribuyen a su desarrollo, ya que por lo menos conocen cierta información; comentan que hay algunos programas que aportan, pero desaparecen pronto; por su parte un minino de personas no contesta a la interrogante.

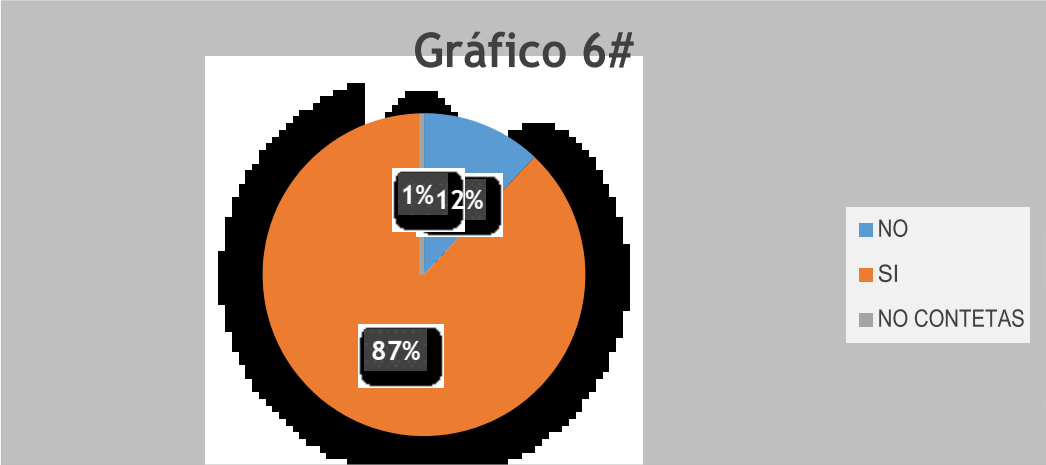
**Cuadro Nro. 6**

**¿Considera usted que la Radio Comunitaria “Integración” mediante los contenidos de su programación contribuye a su educación, orientación y valorización de su cultura?**

Variable	Frecuencia	%
NO	24	12%
SI	174	87%
NO CONTESTA	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Gráfico Nro. 6**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En esta pregunta 175 personas que conforman el 87%, del universo encuestado en el cantón Puyango, expresan que si contribuyen a su educación, orientación y valorización de su cultura; mientras que 24 encuestados que representan el 12%,

dicen que no; y, 1 persona que conforma el 1%, prefiere omitir la interrogante. Entonces se puede apreciar que la mayoría de los encuestados consideran que los programas emitidos por la radio Integración sí contribuyen en su mayoría al desarrollo ya que contienen segmentos educativos, culturales etc. Por su parte la minoría concuerda que algo mismo conocen, aunque sea superficialmente. Así mismo podemos evidenciar que una persona prefiere no contestar a esta pregunta.

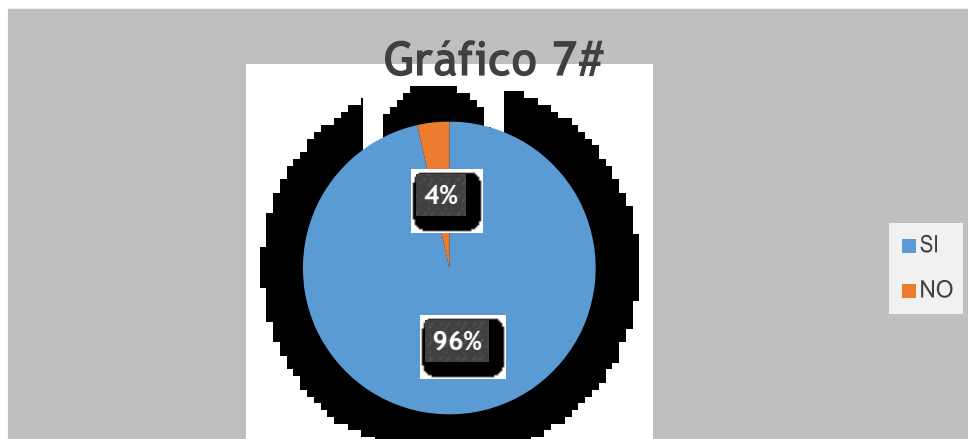
**Cuadro Nro. 7**

**¿Considera usted que la Radio Comunitaria le brinda espacio para dar a conocer sus necesidades en forma gratuita?**

Variable	Frecuencia	%
NO	7	4%
SI	193	96%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango

**Gráfico Nro. 7**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Frente a ésta interrogante 193 encuestados que conforman el 96%, del universo encuestado en cantón Puyango, consideran que las radios antes mencionadas sí dan a conocer sus necesidades en forma gratuita; 7 interrogados que representan



el 4%, expresan que no. En esta pregunta apreciamos que los habitantes de este sector, expresan que la radio si les permite dar a conocer sus necesidades, criterios, inquietudes; y, que además para poder acceder a algún servicio no tienen que pagar ningún costo. Cabe recalcar que una radio comunitaria debe estar al servicio de su comunidad, tiene que brindar espacio a sus oyentes para que de esta manera pueda darse una comunicación de retroalimentación, siendo el servicio a la comunidad una característica propia de la radio comunitaria.

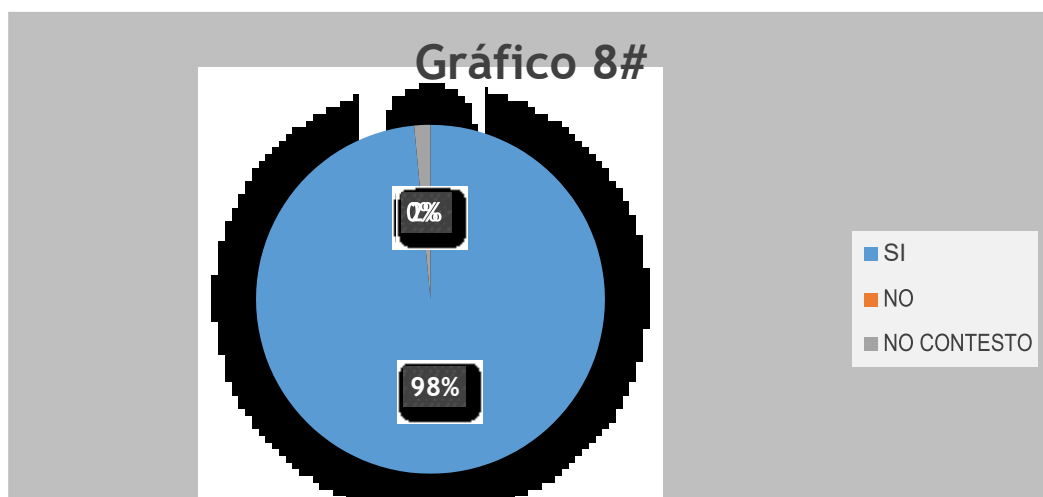
**Cuadro Nro. 8**

**¿Considera usted que se puede aprender de programas radiales cuyo contenido sea educativo, científico y cultural?**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	197	98%
NO	0	0%
NO CONTESTA	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Gráfico Nro. 8**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En la sexta pregunta 197 personas que representan el 98%,

del universo encuestado en el cantón Puyango indican que sí y 3 encuestados que componen el 2%, no contestan esta incógnita. Con respecto a esta pregunta la mayoría manifiesta que se puede aprender de programas cuyo contenido sea educativo, científico y cultural, los mismos ayudarían a fortalecer el conocimiento de los habitantes del sector; ya que la radio como instrumento de comunicación serviría de mucho para llegar a incentivar y motivar a la gente a través de dichos programas. Y solo tres son los que se limitan a contestar esta interrogante.

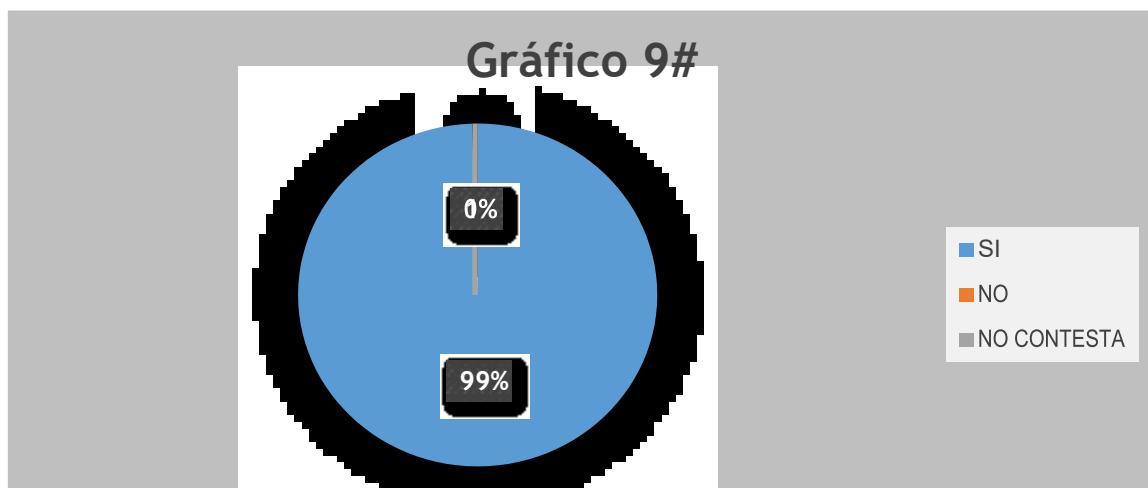
**Cuadro Nro. 9**

**¿Le gustaría que la radio Comunitaria implemente en su programación contenidos que contribuyan a su desarrollo?**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	199	99%
NO	0	0%
NO CONTESTA	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Gráfico Nro. 9**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** En esta interrogante 199 personas que figuran el 99%, del universo encuestado en el cantón Puyango manifiestan que sí; y, una persona que simboliza el 1% simplemente no contesta la pregunta.

En cuanto a esta pregunta casi todos los encuestados están gustosos de un nuevo formato radial en cuanto a programaciones que contribuyan al desarrollo social e integral de los ciudadanos del sector, sabiendo que esto les permitirá conocer más a fondo las necesidades que tienen como comunidad.

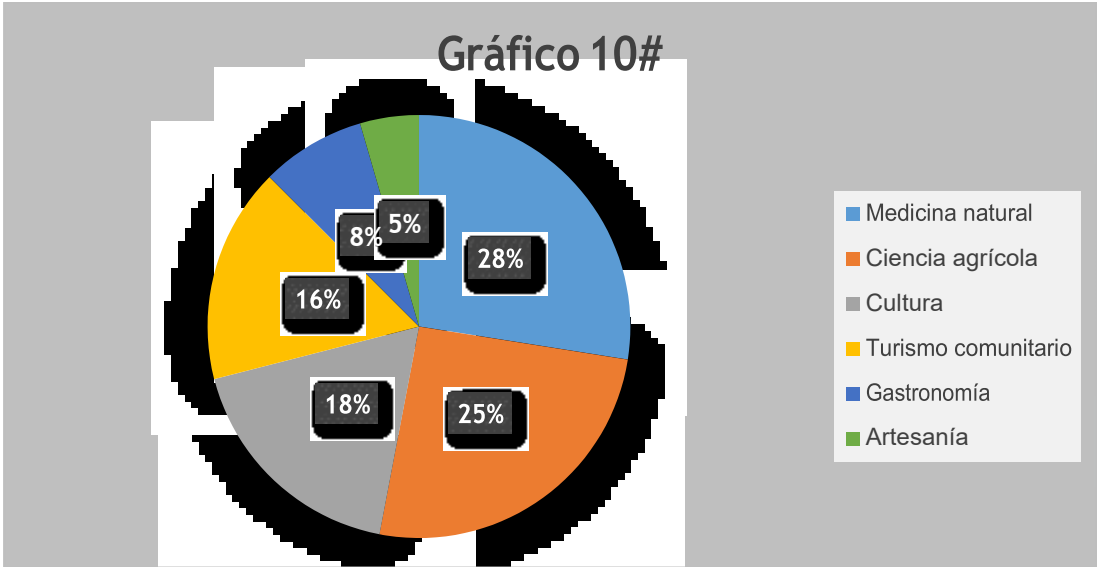
**Cuadro Nro. 10**

**¿De los siguientes ítems, señale que programas le gustaría a usted que difunda la Radio Comunitaria "Integración"?**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Medicina Natural	55	28%
Ciencia Agrícola	51	25%
Cultura	36	18%
Turismo comunitario	33	16%
Gastronomía	16	8%
Artesanía	9	5%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Gráfico Nro. 10**



**Autora:** Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez  
**Fuente:** Encuesta población del cantón Puyango.

**Análisis cuanti-cualitativo:** Con relación a esta incógnita 55 personas que representan el 28%, del universo encuestado en el cantón Puyango manifiestan que la gustaría escuchar programas de medicina natural; asimismo 51 interrogados que simbolizan el 25%, opta por un programa de ciencia agrícola; 36 entrevistados que constituyen el 18% se inclinan por cultura; 33 individuos que forman el 16%, por turismo comunitario; 16 personas que componen el 8%, por gastronomía y 9 entrevistados que representan el 5%, optan por la artesanía. Es muy importante destacar que en esta pregunta los criterios emitidos por nuestro público objetivo, son muy importantes mismos que van a ser un indicador para saber qué es lo que desean conocer, ya que como investigadora me interesa poder emprender una propuesta alternativa con temas que vayan encaminados a la manera de vivir, costumbres, la forma de ser y de pensar, de los habitantes de este sector, sin duda alguna habría que poner en práctica éstos temas y muchos más; los mismos que permitan el mejor desarrollo para esta comunidad.

## ANÁLISIS CUALI - CUANTITATIVO DE ENTREVISTAS

Se aplicó la entrevista a los directivos de las radios Integración de Puyango y Buen Pastor de Saraguro, la misma que tuvo como propósito recopilar información acerca del tema investigado, se pudo aportar con datos esenciales para poder desarrollar y comprobar uno de objetivos establecidos en la investigación. Se plantearon las siguientes interrogantes:

### **1. Para Usted ¿Qué es una Radio Comunitaria?**

La radio comunitaria está al servicio de toda la colectividad, sin obtener fines económicos, principalmente para las comunidades, las organizaciones, las distintas sub organizaciones que existen en las comunidades, en sí es una radio considerada como la voz para los que no tienen. “Nosotros estamos listos para incentivar a lo que es el desarrollo agropecuario, la salud, el deporte, desarrollo socio económico integral para la colectividad, entonces la radio comunitaria tiene ese fin, introducir a personas de diferentes especialidades y tendencias para que den a conocer lo que necesita el cantón Saraguro”, manifestó el Dr. Vacacela, encargado de dicha emisora. Por su parte en Radio Integración del cantón Puyango nos mencionan que es el organismo de una sociedad, de un pueblo o una nacionalidad que busca transmitir sus valores sus principios y sus objetivos a través de un medio de comunicación son aquellos que no han podido tener un espacio en un medio privado o público conocidos como tradicionales.

En si en las dos emisoras coinciden en gran parte sobre el significado de una radio comunitaria, llegando a concordar en sus respuestas.

### **2. ¿Conoce usted el reglamento que tiene la radio comunitaria?**

El reglamento que tienen estas radios es algo que deben conocer todos los que son parte de ellas, muchas radios con esta categorización cuentan con un reglamento interno que está basado en los principios que maneja la institución, teniendo un código deontológico acerca de cómo tratar con la información, también tienen que ver sobre los valores, los derechos y las responsabilidades que como trabajadores del medio tienen, ahí analizan como trabajar

conjuntamente con las personas y el trato que les deben dar, En esta pregunta ambas radios coinciden con tener cada una reglamentos internos que consisten en servir a la sociedad, específicamente a su comunidad.

### **3. ¿Qué contenidos difunde una radio comunitaria?**

En una radio comunitaria normalmente lo más difundido son los informativos, porque recogen la principal información de hechos locales, pero también algunos de relevancia de otras estaciones, al ser comunitarios se encuentran afiliados a la coordinadora de medios comunitarios y educativos que es la CORAPE, que se encuentra ubicada en Quito, en estas radios existen varios informativos que son retransmitidos conjuntamente de la organización, pero además de esto también cuentan con más espacios que son bien aceptados como por ejemplo deportes, producción cristiana, enfoque a la familia, una voz a la conciencia con el hermano Pablo, consejos de salud, consejos de educación, en sí hay muchos temas que el gobierno a través de sus distintos ministerios los pautan en este medio, por tal motivo no publicitan mucha música, en este medio también se entrega algunos tiempos para las organizaciones públicas como es el Ministerio de Agricultura también para el Ministerio de Salud, el Ministerio de Educación Intercultural Bilingüe, también realizan servicios como la radio maratón en el cantón Saraguro que es realizado cuando alguno de sus habitantes sufre alguna calamidad doméstica, se enlazan entre tres estaciones y hacen servicio a la colectividad sin cobrar ni un solo centavo y de tal manera se aporta a la comunidad sin fines de lucro.

Por su parte la radio Integración del cantón Puyango ha mezclado un poco más programas musicales a su programación restando un poco los espacios a los programas de la colectividad.

### **4. ¿Cómo se mantiene la radio comunitaria?**

Ambas emisoras coinciden y mencionan que por ser comunitarias no tienen fines de lucro pero que eso no quiere decir que no perciban ingresos, Luis Vacacela, Director de la Radio el Buen Pastor del Cantón Saraguro, menciona que esta radio no por ser comunitaria no tiene

ingresos, “nosotros tenemos ingresos por el propio gobierno cuando pauta con esta emisora, también existen ingresos privados de cooperativas, instituciones, el mismo gobierno local, entonces son varios los que hacen dar ingresos a estas radios que obviamente no son grandes ingresos pero sí que sirven para el mantenimiento de los equipos, incluso en alguna de las veces hay meses que se sale perdiendo, pero el hecho aquí es que por ser comunitaria no hay ingresos si no que es una radio sin fines lucrativos, y si hablamos de la publicidad nosotros al igual que las radios públicas y privadas podemos aceptar de otras provincias de las agencias de publicidad, estos ingresos sirven para mantener la radio.”

Por su parte Omar Rogel, director de la radio Integración manifiesta cómo mantener un medio comunitario, “existen muchas variables y varias discusiones alrededor de esto, como que este concepto por así decirlo no está definido una estructura para esto porque ha sido un poco difícil, por ejemplo la radio comunitaria no vende, la gente no paga pero a su vez es muy necesario para las personas, entonces queremos generar otro tipo de contenidos pero la mayoría de veces esta emisora se autofinancia con pequeñas publicidades, un punto muy importante es la donación ya que se está gestionando nuevas propuestas alrededor de todas las radios comunitarias a nivel del Ecuador de plantear nuevos proyectos nuevos tipos de estrategias.” En si es muy difícil mantener un medio de manera económica, pero si se está tomando medidas como estrategias para lograrlo.

**5. ¿Considera usted que la implementación de artículos referidos a estos medios, en la Ley Orgánica de Comunicación han beneficiado de alguna manera a estas radios?**

En esta pregunta se enfatizan las cosas positivas y negativas que les ha traído la implementación de dichos artículos, Ruth Angamarca, productora de la radio El Buen Pastor nos comenta que si se han beneficiado en gran manera, rescata algo muy importante que es la implementación de la categorización de medios comunitarios, manifiesta que la mayoría de radios antes de aplicarse estas leyes trabajaban con una licencia de medios públicos, en cuanto a imagen y concepto existe un gran avance por así decirlo, pero también expresa que constan

algunos artículos que al leerlos son muy prometedores para dichas radios pero que se han quedado ahí solo escritos porque en algunos de los casos no constan con reglamentos y que si se aplicaran fueran muy beneficiosos.

Uno de estos artículos expresados por la comunicadora es que tiene relación con el apoyo para conseguir equipos extranjeros sin pagar impuestos, que hasta ahora no poseen un reglamento para cumplirlo, entonces es como que se quedan en el aire y sería bueno implementar más para mejor beneficio.

Por su parte en la radio integración nos supieron mencionar que a ellos, por ser comunitaria “los han puesto en el mismo saco al igual que las públicas y las privadas”, Andrea Rojas, comunicadora de la radio nos comenta “estamos en las mismas condiciones no tenemos ningún artículo que beneficie a la radio comunitaria, en todo caso hemos sido intervenidos en algunas ocasiones por no haber cumplido una que otra cosa, pero si vemos por otro lado también no es tan beneficioso porque nos están controlando excesivamente en el contenido que difundimos a través de este medio que está a servicio de la comunidad y sin fines de lucro”.

**6. ¿Por qué cree que no se cumplen los porcentajes establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, para los medios comunitarios en el Ecuador, específicamente en la provincia de Loja?**

Para los representantes de las radios en estudio, concuerdan que esto se debe al interés que debe nacer de la colectividad, mas no depende de las autoridades que están encargadas de repartir las frecuencias, por decir si no piden no se da, si no hay interés de las personas por crear estos servicios a la sociedad al pueblo o a la comunidad es imposible que se aumente el porcentaje de radios comunitarias en la provincia, comenta el director de la radio el Buen Pastor de Saraguro.

En la Ley Orgánica de Comunicación existe la propuesta de tener un 33% para medios públicos, 33% para medios privados y un 34% para los medios comunitarios a nivel nacional,



pero este porcentaje no se ha cumplido en más de 5 años de vigencia de dicha ley, por su parte el director de ARCOTEL nos comenta que en el último concurso de frecuencias se abrió algo que todo el mundo aspiraba, el gobierno también implemento para algunos pueblos y nacionalidades otorgar las frecuencias sin necesidad de un concurso y se les ayudo a planificar y plantear los proyectos comunicacionales, pero aquí viene él porque no se cumple mucho esto es algo así como que la ley ya está pero la gente no se empodera de esta herramienta de este tipo de oportunidad y derecho que todos pueden participar. “Hay gente que quiere tener una frecuencia que se han acercado para preguntar acerca de los medios en las radios, de cómo se mantiene y cuál es el trabajo que se realiza y al enterarse es cuando que se decepcionan en medio camino por falta de apoyo, experiencia, de recursos y especialmente de organización”, manifiestan los colaboradores de la radio Integración de Alamor.

Otro aspecto importante a considerar es la preparación no tanto que deben ser profesionales si no que sean constantes que se capaciten es bueno que conozcan del tema para arriesgarse y aparentemente que no se cumple por el simple hecho que se desconoce, el ámbito económico es otro gran limitante puesto que ya si usted participa y gana la ley le otorga la frecuencia pero de ahí la persona responsable tiene que ver como se mantiene y eso es muy costoso a si sea un medio comunitario los equipos tienen ciertas características por lo que requiere de gran inversión y obviamente esto es lo que detienen a la diversificación de estos medios.

#### **7. ¿Cuáles son los cambios que se generaron después de la implementación de la Ley de Comunicación para estas radios?**

Algunos de los cambios que las radios han tenido que vivir después de esta ley, no son cambios malos por así decirlo, uno de los cambios positivos es que se amplió la cobertura para toda la colectividad, otro de los buenos parámetros es la rendición de cuentas en donde cada organización en este caso la radio da a conocer que se está haciendo a beneficio de la sociedad

informando a las empresas encargadas de la regulación de los medios el trabajo que se realiza.

Para los representantes de la radio El Buen Pastor de Saraguro que llevan ya más de 20 años al aire mencionan que para ellos son cambios ligeros que si se pueden percibir pero no en mucho, Ruth Angamarca nos comenta que no se cumple lo que está establecido en cuanto a las publicidades o los comercios ya que según la ley tendría que buscar prioritariamente a una radio comunitaria para pautar pero esto no se da, otro punto en contra es también que la radio pública y privada deben manejarse con profesionales, con personas capacitadas para desenvolverse en este ámbito, es decir una radio por más pequeña que sea debe estar constituida por un gerente, por la secretaria, un agente vendedor, un comunicador, un productor, con un mínimo de 5 personas, un cambio negativo se podría decir que ahora toda persona que preste sus servicios a si sea por un mínimo de 5 minutos debe ser cancelada por su trabajo, por ello perjudica en gran manera ya que por ser radios comunitarias no perciben grandes ingresos, impidiéndoles pedir que alguien vaya y colabore sin cobrar, es por esto que estas radios no pueden contratar locutores de plata.

## **g. DISCUSIÓN**

Después de haber recopilado y explicado las herramientas, técnicas y resultados de investigación, que nos llevaron a definir los problemas y sus causas, pasamos a la verificación de los objetivos y discusión.

### **VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

- **Estudiar la parrilla de programación de las radios comunitarias en la provincia de Loja y el servicio que generan a la comunidad urbana y rural.**

Una vez realizada la investigación de campo con su respectivo análisis cuantitativo y cualitativo, tomando en cuenta el objetivo general, podemos comprobar claramente a través de las preguntas dos, tres, cuatro, cinco y siete de las encuestas aplicadas en los cantones Saraguro y Puyango de la provincia de Loja; pues con sus programaciones la contribución de las radios en estudio hacia la audiencia es limitada, ya que gran parte de la comunidad no se identifica con las emisoras comunitarias, necesitan programas de interés social que propicien el desarrollo socioeconómico y cultural; que éstas incluyan en su programación a las comunidades que se encuentran aisladas; que promulgan ampliamente el desarrollo humano sostenible; la preservación del medio ambiente; el protagonismo de los jóvenes y sus propuestas; la protección de la niñez y de las personas adultas mayores; la defensa de los derechos humanos; la diversidad informativa en relación a las problemáticas de la comunidad en donde se enfatiza sus necesidades, se informe sobre sus actividades, sobre sus logros y realizaciones a fin de ir fortaleciendo su organización y realizarlos como personas activas capaces de desarrollar acciones en función de intereses individuales y colectivos para lograr la igualdad de condiciones.

Cuentan con un gran número de programación, pero en su mayoría producida

nacionalmente, es muy escaso los programas realizados con personas del sector para beneficio de la comunidad ya que por falta de presupuesto o de interés los proyectos duran muy corto tiempo.

### **Objetivos específicos**

- **Analizar la calidad de contenidos de la radiodifusión comunitaria en la provincia de Loja.**

A este objetivo lo hemos comprobado con las preguntas número dos, cinco y siete de las encuestas aplicadas para los dos cantones en estudio, pues las programaciones de las radios en mención, a pesar de promulgar el bienestar y servicio a la comunidad, poseen limitados programas creados específicamente para su localidad que aporten en sí a una educación crítica que permita a los ciudadanos interpretar con mayor profundidad la realidad que les rodea; a informarse de los problemas de su comunidad con un lenguaje claro, preciso y concreto; de expresar libremente su palabra; de tomar conciencia sobre el derecho de la vida y el mejoramiento de la misma; que la música refleje su realidad cotidiana; de promover los valores artísticos y culturales que constituyen una potencial riqueza por la diversidad de clase mestiza e indígena.

- **Estudio retrospectivo y su evolución de las radios comunitarias de la provincia de Loja antes y después de la Ley de Comunicación.**

Este objetivo por su parte lo hemos comprobado a través de las entrevistas a los distintos encargados de las radios comunitarias de Puyango y Saraguro, respectivamente, en las preguntas cinco y siete y de información recabada desde el internet, libros, revistas, estudios anteriores y podemos deducir las emisoras de carácter comunitario han tenido un progreso lento y poco efectivo, pues a pesar que existen algunos mejoramientos para estas emisoras no es mucho el cambio que han sufrido desde su creación.

Actualmente ya cuentan con una denominación que es ser comunitarias, pero están inmersas en

un conflicto para lograr las concesiones, hay personas que quieren llegar a hacer parte del bajo porcentaje de radios comunitarias en el Ecuador , pero se quedan a medio camino por falta de presupuesto o simplemente por falta de interés, esto hace que se dificulte poder llegar a cumplir el grandioso porcentaje que está establecido en la Ley Orgánica de Comunicación, los medios comunitarios son gran aporte para la sociedad y sería muy bueno llegar a cumplir por lo menos una radio comunitaria en cada cantón, pues también habría que analizar que si existieran más radios comunitarias en un cantón pequeño sería más complicado el financiamiento y por ende la permanencia de éstas.

➤ **Identificar la aceptación y la influencia de las radios comunitarias en la población**

Luego de haber realizado las investigaciones necesarias a este objetivo lo hemos comprobado a través de las encuestas realizadas en los cantones Puyango y Saraguro, específicamente, con la pregunta número uno en donde el 63% de la muestra manifestó que no sintonizan la radio el Buen Pastor en Saraguro. Por su parte en Puyango el 55,5% manifestó que si la escucha, esto nos da a entender claramente que la sociedad pone muy poco interés y apoyo a las radios que quieren brindar otro tipo de contenidos, pues manifestaban algunos de los encuestados que les resulta aburrido y que prefieren escuchar otras radios en donde hay programas más jocosos y entretenidos.

➤ **Proponer la elaboración de estrategias comunicativas para promover la participación e integración de la ciudadanía a través de las radios comunitarias.**

En vista de la limitada programación producida localmente por parte de estos medios de comunicación radial y al conocer las necesidades que tienen los encuestados; mediante las respuestas de las preguntas ocho y nueve de los cuestionarios aplicados en los cantones Saraguro y Puyango se respalda la presentación de una propuesta alternativa de la elaboración de un programa radial para las radios Integración y El Buen Pastor, con la cual se proyecta

orientar, educar a niños, jóvenes y personas adultas mayores con temas actuales, relevantes, culturales, científicos e informaciones de la comunidad y sectores aledaños a fin de crear en la población la solidaridad, la conciencia crítica y el reconocimiento de sus derechos como entes humanos.

## **h. CONCLUSIONES**

- En la parrilla de programación de las radios: El Buen Pastor e Integración prevalecen más los contenidos de otras instituciones, limitándose la difusión de programas de interés educativo, científico y cultural creados en el sector.
- La calidad de los contenidos en los pequeños programas comunitarios influye muy poco en el desarrollo y cultivo de aptitudes, hábitos, conocimientos y conductas en sus oyentes, conllevan escasamente a un proceso de integración con el medio social, dichos temas son proporcionados por el régimen u gobierno.
- La aceptación de las Radio El Buen Pastor en su localidad no es muy admisible un 63% de su población señala sintonizarla de vez en cuando, no así con la Radio Integración en la que un 55% manifiesta el sintonizarla, congruentemente la influencia de las radios comunitarias en la población lojana es escasa.
- La falta de espacios educativos, científicos y culturales son unos de los factores principales para no conocer y a la vez expresar ideas, pensamientos y criterios, con respecto a las problemáticas sociales, por lo que se propone la elaboración de estrategias comunicativas para promover la participación e integración de la ciudadanía a través de las radios comunitarias.
- Las radios comunitarias a pesar de la existencia de una Ley que promueve y regula su creación, siguen estancadas, pues existe limitaciones en la asignación del espectro radiofónico, distribución de frecuencias, definición de la radio comunitaria en la legislación, falta de financiamiento y apoyo comercial a la radio comunitaria, son algunos de los problemas más frecuentes que impiden la creación o fortalecimiento de estos medios, no solo a nivel local sino también nacional, añadiéndole la falta de interés de las comunidades.

## **i. RECOMENDACIONES**

- Que las radios “El Buen Pastor e Integración” den prioridad a programas de calidad con contenidos educosociales que motiven, eduquen y entretengan a fin de elevar el aforo de su audiencia, haciendo referencia de cada localidad, así como también seleccionar, la música adecuada para el mejor deleite de sus oyentes.
- Se recomienda a los propietarios de los medios comunitarios objeto de estudio emitir programas de interés comunitario encaminados en conocer las expectativas que los habitantes tienen, en libertad para expresar y analizar sobre las diferentes temáticas que suceden en el acontecer diario y enfocarse más en lo local para lograr incentivar la participación de la comunidad y a su vez proporcionarle acceso a la información y estimular facilidades para la producción de nuevos programas.
- Proponer la elaboración de estrategias comunicativas para promover la participación e integración de la ciudadanía a través de las radios comunitarias, a fin de promover la creación de espacios educativos, científicos y culturales.





# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **PROPUESTA ALTERNATIVA**

**“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN  
LOS CANTONES SARAGURO Y PUYANGO DE LA PROVINCIA DE LOJA,  
A TRAVÉS DE LA EJECUCIÓN DE UN PRODUCTO RADIAL EN LAS  
EMISORAS EL BUEN PASTOR E INTEGRACIÓN, RESPECTIVAMENTE”.**

**LUGAR: Saraguro y Puyango**

**DIRIGIDO A: Radio Integración y radio El Buen Pastor**

**AUTORA: Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez**

**Loja - Ecuador**

**2018**

## 1. TÍTULO

“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN LOS CANTONES SARAGURO Y PUYANGO DE LA PROVINCIA DE LOJA, A TRAVÉS DE LA EJECUCIÓN DE UN PRODUCTO RADIAL EN LAS EMISORAS EL BUEN PASTOR E INTEGRACIÓN, RESPECTIVAMENTE”.

## 2. ANTECEDENTES

Una vez realizada la correspondiente investigación de campo a las radios Integración 103.3 FM y el Buen Pastor 92.9, es decir lo concerniente al problema: **“LA LIMITADA PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS, CULTURALES Y SOCIALES DE LAS RADIOS COMUNITARIAS PROPIOS DEL SECTOR, INFLUYE EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LOS HABITANTES DEL SECTOR RURAL DE LOS CANTONES SARAGURO Y PUYANGO DE LA PROVINCIA DE LOJA”**, la propuesta planteada nace después de haber realizado el respectivo análisis a las programaciones en estudio en las cuales se llegó a conocer la necesidad de elaborar estrategias comunicacionales a través de la implementación de un programa radial, cuyo contenido sea educativo, científico y cultural; bajo el objetivo encaminado al beneficio de la comunidad, es decir, a la vinculación de los medios con la colectividad a fin de que exista una retroalimentación.

A través de la implementación de un programa radial, propiciando una participación activa de las comunidades en donde las escuelas, colegios y organizaciones refuercen con sus criterios e ideas el esquema de cada programa (hacemos hincapié, en que la participación del pueblo es esencial en cada programa porque estamos aceptando la retroalimentación entre el medio y la comunidad como entes perceptores).

Para conocer el nivel de conocimiento en los habitantes del sector, es decir, qué conocen, cómo llegan los mensajes, qué aptitud adoptan frente a mensajes educativos, científicos y

culturales; se lo realizará a través del monitoreo y evaluación mediante la aplicación de encuestas semestrales, con la finalidad de que ellos puedan manifestarse, afianzar o sugerir algunos cambios dentro de los programas establecidos con el propósito de impulsar el cambio social en los sectores en estudio.

En consecuencia, el programa para la radio El Buen Pastor e Integración es: Un magazine local denominado “Narrativa Local” utilizando como eslogan “Lo que tú necesitas saber” el mismo que tendrá un reprís en el idioma quichua en el cantón Saraguro en donde existan reportajes y noticias que abarquen temas de arte, ciencia, medicina natural, música etc.

Mediante la implementación de este producto en las dos programaciones de las radios en estudio, pretendemos contribuir para que las referidas estaciones radiales coadyuven a la educación, orientación y al sano entretenimiento del oyente. Deducimos lo mencionado, en razón de los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas al sector de los cantones Saraguro y Puyango de la provincia de Loja, quienes manifestaron gran inconformidad ante las programaciones de las mencionadas radiodifusoras.

Esta propuesta va dirigida a que den un auténtico cumplimiento de las actividades para las que son creados los radios en especial las comunitarias, esto es: comunicar, educar, orientar, informar, entretener y a la vez contribuir a la formación de los oyentes con mensajes constructivos e informar noticias en forma veraz sobre hechos que se producen en la comunidad; esto, con la finalidad de producir efectos en sus conocimientos, actitudes y conducta.

### **3. OBJETIVOS**

#### **Objetivo general:**

- Implementación, elaboración y ejecución de un programa en las radios Integración y el Buen Pastor de los cantones Puyango y Saraguro, respectivamente.

### **Objetivos específicos:**

- Mantener informado al oyente del acontecer diario de las problemáticas de sus comunidades y sus posibles soluciones.
- Integrar a la comunidad de manera que pueda participar en los mismos.
- Que las comunidades obtengan los conocimientos e informaciones necesarias para su buen y sano desenvolvimiento en la sociedad contemporánea de nuestros tiempos.
- Que la ciudadanía interactúe con la variedad de temas sociales que se difundirán en las programaciones planteadas para lograr despertar su aptitud crítica.
- Atender los gustos y necesidades de los oyentes y por ende ayudar a su desarrollo social.

### **4. FACTIBILIDAD**

La presente propuesta es viable en su ejecución, puesto que se la puede llevar a cabo luego del análisis obtenido en la investigación, teniendo en cuenta que la Universidad Nacional de Loja y su Carrera en Ciencias de la Comunicación social promueve la vinculación con la colectividad, esto con el fin de brindar un aporte sustancial para la ciudadanía como una fuente de información a la colectividad lojana, seguramente fortalecer la participación e interacción ciudadanía y la democratización de la información fomentando la opinión pública.

La información se constituye en un derecho de todos los ciudadanos, que están garantizados en tratados internacionales, constitución del Ecuador y leyes orgánicas de este país. La finalidad es efectuar el trabajo con pleno apego a la ley encaminada al beneficio de los oyentes de estas radios.

La creación de un espacio que contenga información de la realidad social de los cantones en sí de la provincia, significaría una alternativa innovadora para que se pueda opinar en función a información oportuna y verídica, y también interactuar con centenares de personas que planteen sus criterios, ya sean a favor o en contra del acontecimiento noticioso. El presente

espacio, tiene el fin de constituirse como un referente de difusión noticiosa, sumando participación y protagonismo de los usuarios.

## **5. RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES**

### **Recursos humanos:**

- Locutores responsables de la elaboración y difusión de programas. (Profesionales: comunicador social y profesionales invitados, inherentes las temáticas planteadas)
- Interacción de los oyentes de la comunidad de Saraguro y Alamor.
- Director general
- Productor
- Guionista – Libretista
- Locutores

### **Recursos técnicos**

- Computadora
- Impresora
- Micrófonos
- Internet
- CD·S en blanco.
- Flash memory

### **Recursos materiales**

- Hojas
- Impresiones
- Esferos
- Lápiz
- Copias

- Borrador
- Escritorio
- Programa Adobe audition
- Transporte

6. **FINANCIAMIENTO:** De ser aceptada la propuesta, el costo presupuestario estará a cargo las radios en donde se ejecutarán dicho programa y por la persona que lo realizara.

## GUIÓN DE EMISIÓN

**NOMBRE DEL PROGRAMA** : “Narrativa Local”

**MEDIO DE COMUNICACIÓN** : Radio El Buen Pastor, radio Integración

**DURACIÓN** : 30 minutos

**FRECUENCIA DE EMISIÓN** : Todos los días (Lunes a Viernes)

**HORA DE EMISIÓN** : 13H00 y 18H00 su reprise en el idioma Quichua. (solo en Saraguro)

<b>OP/ Locución</b>	<b>TIEMPO PARCIAL</b>	<b>TIEMPO TOTAL</b>
Presentación (pre-grabada)	00:00	00:35
Saludo en vivo de los presentadores	01:25	02:00
Lectura las actividades que se realizaran.	01:04	03:04
Espacio publicitario	00:05	03:09
Lectura de los las características más destacadas del sector	03:11	06:20
Desarrollo de noticias locales	01:30	07:50
Espacio publicitario	00:10	08:00
presentación de entrevista	02:25	10:25
Desarrollo de entrevista	00:15	10:40
Espacio publicitario	00:06	10:46
Presentación del segmento de opinión (pregrabado)	01:12	11:58
Desarrollo del segmento de opinión	01:00	12: 58
Espacio publicitario	00:05	13:03
Presentación del segmento de denuncias	00:27	13:30

Desarrollo del segmento Denuncias	02:00	15:30
Reportaje de la gastronomía, cultura, lugares turísticos, etc. del sector	07:30	23:00
Espacio publicitario	02:00	25:00
Comentarios del reportaje y recepción de llamas del público	04:00	29:00
Despedida	00:40	29:40
Cierre del programa	00:20	30:00



## LIBRETO RADIAL DEL PROGRAMA

### “Narrativa Local”

**TIPO DE PROGRAMA:** magazine

**MEDIO DE COMUNICACIÓN:** Radio El Buen Pastor, radio Integración

**DURACIÓN:** 30 Minutos

**CONTROL:** Lanzamiento del programa pre-grabado.

**CONTROL:** Fondo Musical.

<b>Nro.</b>	<b>Locutor/OP</b>	<b>CONTENIDO</b>
<b>1</b>	<b>OP</b>  Cortinilla de entrada	Presentación (pre-grabada) canción representativa de cada cantón “Narrativa local” un programa en donde se hablará sobre las costumbres, tradiciones, gastronomía, actividades culturales, personajes destacados, acontecimientos novedosos y noticiosos del cantón (Saraguro y Puyango)
<b>2</b>	<b>Locutor 1</b>	Hola que tal amigos les saluda Mercedes Rueda, gracias por sintonizarnos en este su programa Narrativa Local, saludamos a nuestro compañero (...)
<b>3</b>	<b>Locutor 2</b>	Hola como estas Mercedes, saludamos también a todos los amigos que nos escuchan a través de la señal de la mejor radio (nombre y número de frecuencia de las respectivas radios) comenzamos...
<b>4</b>	<b>Locutor 1</b>	Claro que si hoy tendremos temas de gran interés para la colectividad, más adelante nos estará acompañando el señor (...) con quien hablaremos sobre la agricultura, tema de gran interés para la ciudadanía, también abordaremos los sectores más destacados para el turismo en nuestro cantón y estaremos receptando sus denuncias, preguntas y saludos a través de nuestro whatsapp o llamadas en directo al número 0987121605, nos vamos a nuestra primera pausa publicitaria regresamos.
<b>5</b>	<b>OP</b>	Espacio publicitario
<b>6</b>	<b>Locutor 2</b>	Regresamos amigos, saludamos a las personas que se conectan en este momento, vamos a continuar exponiendo un dato destacado del cantón (Saraguro o Puyango). Al adentrarse a Saraguro podrás ser parte de sus vivencias de una cultura autóctona muy rica y sabia en conocimientos. Este es un cantón que conserva auténtica toda la riqueza incásica y por eso, al conocer a su gente, los visitantes pueden sentir un aire de misterio y de respeto únicos por la vida. Los hombres y mujeres que allí habitan se caracterizan por su dedicación al trabajo. Sus organizaciones son dignas de imitar,

		donde se destaca la convivencia armónica, la igualdad, el ánimo de sobresalir con visión de grupo, donde todos se beneficien con los logros obtenidos.
7	<b>Locutor 1 y locutor 2</b>	Ahora daremos paso al desarrollo de las noticias más importantes de hoy <b>Noticia 1:</b> El Municipio de Saraguro viene realizando bastas obras de vialidad, agua potable y baterías sanitarias para todas las comunidades que se encuentran en las parroquias rurales y sus sectores aledaños. Este fin de semana, con la presencia del Alcalde y más autoridades del cantón Saraguro, se realizó el acto oficial de inauguración del adoquinado en las calles céntricas de la parroquia Manú. Esta obra fue entregada, tras largos días de trabajos y como lo manifiesta un morador de este sector, valió la pena, porque esta obra sirve para el embellecimiento y adelanto de esta parroquia. “Las obras se están cumpliendo en todos los sectores de nuestro cantón, prueba de ello, tenemos la culminación del adoquinado que hoy estamos haciendo la entrega oficial a nuestro pueblo. Esta importante obra forma parte del cambio que esta administración se propone cumplir en este nuevo periodo”, expresó el Alcalde. <b>Noticia 2:</b> En lo que concierne a vialidad, la actual administración, viene trabajando con seis frentes de trabajo, distribuidas en: los barrios Shandel, Sharashapa de la parroquia Lluzhapa mediante el lastrado de las vías. Con iguales trabajos en el centro urbano de Tenta, en los barrios Arvejas Loma, Shamical y el Ingenio en la parroquia Cumbe. En el sector Quininzha que se encuentra en la parroquia Lluzhapa. Realización de trabajos de tuberías y alcantarillas en Saraguro y Llavuambi y en la parroquia Manú que también se encuentran las maquinarias
8	<b>OP</b>	Espacio publicitario
9	<b>Locutor 1</b>	La agricultura en nuestra provincia en una parte fundamental para la economía del sector por tal motivo hoy nos acompaña el señor (...) quien nos comentara todo acerca de este ancestral trabajo
10	<b>entrevistado</b>	Desarrollo de entrevista
11	<b>OP</b>	Espacio publicitario
12	<b>Locutor 2</b>	Bueno amigos luego de haber analizado un tema de gran importancia con nuestro invitado especial vamos a dar paso a nuestro segmento de opinión en donde les invitamos a todos que se comuniquen con nosotros a través del 0987121605 o al 2684526, pueden escribirnos vía whatsapp y llamarnos directamente, queremos escuchar sus opiniones acerca del tema que hoy que es la legalización del aborto en el Ecuador.
13	<b>OP</b>	Desarrollo del segmento de opinión
14	<b>OP</b>	espacio publicitario
15	<b>Locutor 1</b>	Regresamos, ahora daremos paso a receptor sus denuncias, las necesidades más urgentes de cada sector del cantón, queremos

		conocer que les está afectando en este momento para que las autoridades mediante este espacio puedan escuchar de una u otra manera las cosas más urgentes, las necesidades de su gente y de llegar a solucionarlas así que esperamos sus llamadas, les recordamos nuestros números de contacto es el 0987121605 o 2684526
<b>16</b>	<b>OP</b>	Desarrollo del segmento Denuncias
<b>17</b>	<b>Locutor 2</b>	A continuación vamos a escuchar un mini reportaje sobre la gastronomía del cantón (Saraguro o Puyango) para dar a conocer de esta manera un poco de la comida típica de este sector.
<b>18</b>	<b>OP</b>	desarrollo del reportaje
<b>19</b>	<b>OP</b>	espacio publicitario
<b>20</b>	<b>Locutor 1</b>	Es increíble la variedad de platillos que encontramos en (Saraguro o Puyango) en cada esquina podemos deleitarnos de unos platos únicos del lugar a un cómodo precio, así que lo que le podemos decir es que visite este cantón y se quedara encantado de las cosas que puede disfrutar aquí.
<b>21</b>	<b>Locutor 2</b>	Y de esta manera hemos llegado al final de su programa Narrativa local, estuvo con ustedes Mercedes Rueda y (...) les esperamos el día de mañana para más información y entretenimiento nos vemos
<b>22</b>	<b>OP</b>	Cortinilla de salida

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

- Abrojos. (2008). *Manual de periodismo y comunicación para el trabajo comunitario*.
- Alonso. (2004). *Autodesarrollo Comunitario; crítica a las mediaciones sociales recurrentes para la emancipación humana*. Centro de Estudios Comunitarios. UCLV. Santa Clara: Editorial Feijóo.
- Alberto Dallal. (1989). *Lenguajes periodísticos*.
- Arizaldo Carvajal Burbano. (2011). *Apuntes sobre desarrollo comunitario*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*.
- Balsebre. (1994). *El Lenguaje Radiofónico*.
- Barranquero & Sáez (2010). *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático*.
- Brecht (1932). *Teoría de la radio*.
- Canga Larequi. (2001). *Periodismo e internet nuevo medio, vieja profesión*.
- Chauca & López. (2004). *La participación comunitaria en la conservación del medioambiente: clave para el desarrollo local sostenible*.
- Claudia Villamayor. (2005). *Mentiras y medios*.
- Denis McQUAIL. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*.
- Escalante, M. V. (1986). *El reportero radiofónico*.
- Everett.M Rogers. (1994). *A History of Communication Study*.
- Ezequiel Ander-EGG. (2005). *Vida, pensamiento y aportes al trabajo social*.
- Ezequiel Ander –EGG. (1987). *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad*.
- Francisco L. Sastre Peláez (2006). *Tesis doctoral de “Comunicación de Masas”*
- Fernando Savater (2002), *Pensamientos arriesgados*.
- Girard Bruce (2002). *RADIOAPASIONAD@S Experiencias de radio comunitaria en el mundo*.

- Gomis, L., & Giner, S. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*.
- Harold Lasswell (1948). *Modelos de comunicación*.
- Herbert Blumer (1939). *Comunicación de masas*.
- Jesús González Requena (1986). *La metáfora del espejo. El cine de Douglas Sirk*, Hiperión, Instituto de Cine y Radio-Televisión.
- Jimmy García Camargo (1980). *La radio por dentro y por fuera*.
- Jordi Borja (1998). *Espacio público y derecho a la ciudad*.
- Judith Gerbaldo (oct. 2012). *Espacio de Intervención en Comunicación*.
- Kaplun, M. (1999). *Producción de programas de radio*.
- Lewis (1995). *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*. Francia: UNESCO.
- Linares, Mora, Correa. (2007). “*La Participación Comunitaria Como Herramienta para la Transformación: Experiencias desde Capacitaciones en Contextos Posconflictos*”.
- López Vigíl José Ignacio, (1997). *Manuel urgente para radialistas apasionados*.
- López Vigíl José Ignacio, (2008). *Periodismo popular alternativo*
- Loreti & Lozano (2014). *El derecho a comunicar*.
- Manuel Chaparro (1997). *Medios de comunicación y democracia. Lecciones desde América Latina*.
- Mata, M. C. (1993). *¿Radio popular o comunitaria? Chasqui*. Revista Latinoamericana de Comunicación.
- Mariana Mendoza. (2013). *Comunicación de masas*.
- Martínez Costa (2007). *La radio en la era digital*.
- Martínez. M. (2008). *Aprendizaje, servicio y responsabilidad social*.
- Meneses (2002). *Análisis de los medios de comunicación en el Ecuador*
- Nancy Díaz (2005), *Razón y palabras, Democratizar la Comunicación: Pensar en Micro*

*Utopías.*

Narayan. (1995). *La participación comunitaria en la conservación del medioambiente: clave para el desarrollo local sostenible.*

Rudolf Rezsóhazy (1988). *El desarrollo comunitario.*

Videla-Rodríguez, J. J., & Piñeiro-Otero, T. (2013). *Hacia una “radio social”.*

Wandersman, Florín, Chavis, Rich y Prestby, (1985). *La definición de participación.*

## **WEBGRAFÍA**

Red Internacional de Mujeres AMARC (18 ago. 2011) *Radio digital herramienta tecnológica para el aprendizaje* <https://es.slideshare.net>.

*Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y educativos del Ecuador*, 2002 CORAPE pág. Oficial.

k. ANEXOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA**

ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS  
COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE  
GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO  
NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018

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

**AUTORA**

Nelvia Mercedes Rueda Rodríguez

**LOJA - ECUADOR**

**2017**

**a. TEMA**

ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS  
COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A  
LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018



## **b. PROBLEMÁTICA**

Las radios comunitarias se han transformado en una aldea caracterizada por la segmentación económica, social y cultural, tanto en el sur como el norte de país, que se traduce en un déficit democrático, políticas públicas injustas, desafíos enormes en el campo del desarrollo, desigual distribución de riquezas y oportunidades, exclusiones, tensiones culturales, movimientos migratorios y conflictos latentes o abiertos.

A pesar de diferencias provocadas por la diversidad de marcos legales y reglamentarios en que funcionan las radios comunitarias, estas comparten principios universalmente reconocidos, ayudan al empoderamiento de las comunidades al redistribuir el poder: “La participación es el motor de la democracia y la radio comunitaria es el instrumento de la participación”. La fuerza de la radio comunitaria es su horizontalidad y diversidad expresando su construcción de abajo hacia arriba, reflejando redes de un universo de universos y la expresión de múltiples lenguas. Esta diversidad actualiza la representación de los excluidos, la sobrevivencia de memorias históricas, la diversidad cultural y un enfoque igualitario.

La radio comunitaria forma parte de procesos políticos de comunicación que contribuyen al cambio social facilitando la inclusión, la participación y el empoderamiento de los participantes, conduciendo a la democratización, la reducción de la pobreza, la obtención de objetivos de desarrollo, diversidad cultural y construcción de la paz en comunidades locales, por lo tanto, es necesario conocer cuál es la calidad de contenidos de la programación que generan dichas radios.

En Ecuador es escasa la participación de radios comunitarias según los últimos registros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), que muestra a junio del 2016, 41 radios comunitarias inscritas en todo el país, ocupando apenas un 5,1% del espectro radio eléctrico en medios radiofónicos, frente a un 90,1% de medios

privados y un 4,8 de medios públicos, a pesar que en la ley de comunicación en los art 86 y 106 habla específicamente del fortalecimiento y creación de estos medios de comunicación, adoptando nuevas políticas públicas para su mejor funcionamiento, tratando de distribuir equitativamente en tres partes las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de las estaciones de radio y televisión de señal abierta correspondiéndole a estos medios un 34%, por lo tanto, en la provincia de Loja en materia de comunicación radial comunitaria, según el registro oficial de medios a nivel nacional, no presenta avance alguno, aproximadamente a 4 años después de la implementación de la ley de comunicación (2013). En toda la provincia se cuenta con una sola radio de carácter comunitaria inscrita en el registro oficial de la CORDICOM, denominada el Buen Pastor, ubicada en el cantón Saraguro. Hay que recalcar que en la ciudad de Loja hay algunas emisoras que cumplen el rol de radios comunitarias pero que no están inscritas como tales.

Con la escasez de radios comunitarias es probable pensar que se pueden perder por falta de difusión algunas culturas o tradiciones de nuestros pueblos, los medios de comunicación radiales comunitarios, frente a los medios comerciales no son lo mismo para sus audiencias, ya que de cierta forma prestan casi los mismos servicios, simplemente a diferencia del medio radial comercial, el comunitario no pretende vender, por eso la función y la utilidad que brindan estos medios hacen llamar la atención de diferentes públicos. Las radios comunitarias no tienen ánimo de lucro, diferenciándolas de las radios comerciales, aunque algunas se valen de patrocinios de pequeños comercios para su mantenimiento, la falta de ingresos causa en alguno de los casos los cierres de estas emisoras o su conversión en radios comerciales.

Además, podemos recalcar que la falta de capacidad para autofinanciarse ha impedido el fortalecimiento de algunas radios comunitarias en esta parte del país, varias estaciones de radio comunitarias han incrementado técnicas para lograr mantenerse al aire, además de hacer transmisión radial vía antena, también lo hacen por internet. La radio comunitaria es

participativa, de cooperación, integración y crítica, a pesar de esto no han logrado posicionarse en el mundo de la comunicación.

Las radios comunitarias son una parte de medios de comunicación cuyo contenido está profundamente enraizado en confrontar desafíos específicos que afectan las sociedades humanas en el ámbito regional, del país y local. El reconocimiento político, social y cultural de la radio comunitaria varía de región en región llevando a que los militantes de las radios y los medios comunitarios entren en alianzas y en construcción de alianzas de todo tipo, entre otras, en torno a temas del desarrollo y el reforzamiento de la sociedad civil.

Una barrera mundialmente expandida al desarrollo de la radio comunitaria es la ausencia, las limitaciones y la inadecuación de la legislación y la reglamentación en todos los niveles, asignación del espectro radiofónico, distribución de frecuencias, la definición de la radio comunitaria en la legislación, el apoyo a la radio comunitaria, la falta de financiamiento comercial, son algunos de los problemas más frecuentes en la actualidad que están impidiendo la creación o el fortalecimiento de estos medios, no solo localmente sino a nivel nacional.

La radio comunitaria sufre, en todas partes, en grado diverso, dependiendo de la región, ya sea de situaciones de represión, amenazas o de censura y entra en grados diversos en la construcción de coaliciones de libertad de expresión con otros medios o con activistas de derechos humanos. La radio comunitaria es política, porque lleva a la democratización de las sociedades, pero no es política en un sentido partidista, las radios deben mantener su independencia, y cumplir un rol esencial en el sentido de comunicación, tienen que tener buena gobernanza, imputabilidad y democratización. Un aspecto fundamental en el desarrollo de las radios comunitarias son los beneficios que provienen del uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, con una apropiada combinación del desarrollo de capacidades para uso de la voz y el intercambio de conocimientos de recursos humanos. La

sustentabilidad de las radios comunitarias es un tema recurrente y preocupante porque compromete su incidencia social.

El elemento clave en la sobrevivencia de la radio comunitaria es su sustentabilidad social por sus lazos con la comunidad, pero ella depende también de la sustentabilidad social y en las barreras geográficas que aumentan el desafío tecnológico para el acceso a los medios y el desarrollo de las capacidades. Cuando se trata de la sustentabilidad de las radios comunitarias tenemos que relacionarlo directamente con el tema de la sustentabilidad social, y la sustentabilidad financiera es importante abogar por el rol público de la radio comunitaria frente a los gobiernos.

Por tal motivo, este trabajo investigativo sobre las Radios Comunitarias está enfocado principalmente en las radios de los cantones Puyango y Saraguro de la provincia de Loja, enmarcado en la línea matriz de investigación de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, siendo objeto de análisis la incidencia de las programaciones de las radios comunitarias y el servicio que generan a la comunidad urbana y rural, quienes conforman nuestro público objetivo de esta investigación.

### **c. JUSTIFICACIÓN**

El interés de la presente investigación está fundamentado en poder brindar un estudio general a la problemática en curso. Es parte de la comunicación comunitaria, específicamente de las radios comunitarias en la provincia de Loja, en donde surge un sinnúmero de interrogantes que queremos explicar en esta investigación, la cual es de gran interés para el profesional de la comunicación que está comprometido en el desarrollo cultural popular de la comunidad en que se desempeña.

Esta investigación nos permitirá plasmar en la práctica el conjunto de conocimientos que se recolectarán en el transcurso de la investigación. Muchas veces las personas afirman que el conocimiento es poder, pero ¿alguna vez nos hemos detenido a reflexionar por un momento cual es el impacto del conocimiento en la vida real? El conocimiento siempre debe ser utilizado para generar soluciones prácticas en beneficio de los interesados. Es primordial darle importancia a la radio comunitaria, pues es la gestora para abrir nuevos espacios de participación, hasta ahora negados por los monopolios de comunicación. La presente investigación nos dará a conocer detenidamente cada problema que están atravesando en la actualidad las radios comunitarias en la provincia de Loja y conocer cuál es la calidad de los contenidos de su programación.

En la actualidad hay que ser dinámicos y precisos en el análisis y presentación de propuestas de un proyecto de investigación, sabiendo a ciencia cierta cómo se puede generar un cambio o dar una solución a lo planteado, por tal motivo en esta exploración es necesario concientizar a todas las personas vinculadas e interesadas sobre la importancia de realizar esta investigación que conlleve a resultados satisfactorios, la factibilidad de esta investigación va ligada a muchos aspectos, se analizó si se cuenta con las condiciones necesarias para llevar a cabo dicha investigación y obtener los resultados esperados en un lapso de tiempo adecuado,

está íntimamente relacionada con la disponibilidad de los recursos materiales, económicos, financieros, humanos, tiempo y de información necesarios. Por tal motivo podemos concluir que nuestra investigación cuenta con facilidades para su elaboración.

#### **d. OBJETIVOS**

##### **Objetivo general:**

- Estudiar la parrilla de programación de las radios comunitarias en la provincia de Loja y el servicio que generan a la comunidad urbana y rural

##### **Objetivos específicos:**

- Analizar la calidad de contenidos de la radiodifusión comunitaria en la provincia de Loja.
- Estudio retrospectivo y su evolución de las radios comunitarias de la provincia de Loja antes y después de la Ley de Comunicación
- Identificar la aceptación y la influencia de las radios comunitarias en la población lojana.
- Proponer la elaboración de estrategias comunicativas para promover la participación e integración de la ciudadanía a través de las radios comunitarias

## **e. MARCO TEÓRICO**

### **1. MARCO CONCEPTUAL**

#### **1.1. Que es la comunicación**

Todo lo que se conoce ha cambiado, es decir, la humanidad ha sufrido gran evolución a través del tiempo, las sociedades han logrado alcanzar un gran avance tecnológico, con ello la comunicación y sus trascendencias se van expandiendo sin importar fronteras, ahora es posible comunicarnos alrededor del mundo con mucha facilidad.

Por una parte, Abrojos (2008) explica: "Comunicar es poner en contacto o vincular lugares, polos, individuos no conectados; este significado supone una relación intencional, recíproca, de ida y vuelta entre dispositivos o personas que cumplirían indistintamente las funciones de emisor y receptor" (p.34). Por años la comunicación ha sido la forma más específica de unir a la sociedad, ya que gracias a ésta podemos dialogar e intercambiar información, objetivo que logra fortalecerse con la aparición de la tecnología permitiendo enviar y recibir información con diferentes personas alrededor del mundo.

En esta época de mucho flujo de información, ya no tan solo los individuos se conectan sólo en su entorno físico sino más bien estamos en una era globalizada. El mundo entero se conecta entre sí y hay un mayor flujo de información corriendo a través de diferentes medios. La sociedad está conectada una con otra, sin importar la cultura, país, idioma, hora y demás. Esto es una gran ventaja, ya que la información llega a varios lugares y personas mucho más rápido que en épocas anteriores.

Esta ventaja nos demanda ser mejores comunicadores, el estudiar "comunicación" nos enseña y amplía nuestro conocimiento para un mejor dominio del tema y nos enseña a transmitir mejor la información que poseemos.



Este conocimiento produce en la persona que recibe la información una influencia mayor de quien transmite el mensaje, según Harold Lasswell (1948), pionero en teorías de comunicación, la comunicación “es el proceso en el que una fuente transmite un mensaje a través de un canal de comunicación hacia un receptor” (p.45). La fórmula de Lasswell integra dos elementos adicionales: el codificar, que es el proceso de transformar una idea abstracta en símbolos, y el decodificar, que es el proceso de transformar los símbolos en ideas abstractas.

## **1.2.Comunicación en masas**

Los medios de comunicación de masas son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo de público.

Los medios de comunicación de masas son canales artificiales a través de los cuales se transmiten mensajes dirigidos a un receptor colectivo o social. Entre ellos están la radio, la televisión, la prensa escrita, el cine, el fax, computadora e internet. Herbert Blumer (1939) tras definir tres clases de colectividades: grupo, multitud y público, hace referencia a masa, aplicando este término a audiencias como la del cine o la de la radio. Hacía referencia a audiencias de gran tamaño, dispersas, cuyos miembros no se conocen entre sí y que carecen de identidad propia. El término masa, había ya sido aplicado a colectividades humanas unos años antes desde, al menos, 1926 por Ortega y Gasset.

La comunicación en masas se ha transformado ya en parte de nosotros Mendoza (2013) menciona que:

Los medios masivos de comunicación, forman ya parte de nuestra vida diaria y ya es inimaginable nuestra vida sin ellos, gracias a esto dichos medios han causado controversia e intriga a lo largo de los años. Como bien sabemos la comunicación hacia las masas comenzó siendo de manera unidireccional y era imposible que el receptor emitiera respuesta alguna hacia el medio por lo cual el proceso comunicativo estaba incompleto. (pág. 11)

Una de las teorías que habla sobre el efecto de los primeros medios masivos hacia la población receptora es la teoría de la aguja hipodérmica. Su principal referente fue Harold Lasswell quien en 1927 expresó que este efecto estaba presente en la propaganda de la Guerra Mundial, donde consideraba que dicha propaganda era uno de los instrumentos de persuasión más poderosos de la época.

### **1.3. Radio**

La radio es uno de los medios de comunicación más utilizados en todo el mundo, a pesar del avance tecnológico, este medio comunicativo no desaparecerá más bien se ha fortalecido logrado diversificarse de distintas maneras, la radio como tal, es considerada como una percepción subjetiva de las cualidades del sonido y comunicativas propios del medio, “lo que permite separarse de la idea de algunos escritores que perciben a la radio como un instrumento de distribución de mensajes que nacen de lo escrito, que la alejaría de tener un lenguaje propio” (Balsebre, 1994, pág. 26), la radio es entonces, al igual que otros medios de comunicación, capaz de transmitir sensaciones y crear una serie de reacciones entre sus oyentes.

Bertolt Brecht, (1932), afirma que “la radio de comunicación, y dimensionó el valor de la estética radial, de tal manera que dejó atrás ese concepto de instrumento de distribución de mensajes y abrió un camino a la estética de la radio como valor expresivo”(pág. 35). De tal manera esto supone que el medio radial requiere de un sistema propio que permita este tipo de manifestaciones.

En la radio también se puede hablar de categorizaciones, de segmentación de programas tendríamos que analizar la validez de estas, Kaplun, (1999) menciona que:

Una de las nociones clásicas en comunicación masiva, es la que establece que la radio tiene tres funciones que cumplir, informar, educar, entretener y que, por lo tanto, sus programas deben clasificarse en tres categorías: informativos, educativo-culturales y de entretenimiento (pág. 19)

Esto nos pone a pensar y a discrepar en algunas ocasiones en la programación que existen en las radios si cumplen o no con esta categorización o si es efectiva para los oyentes.

A pesar de tantas conceptualizaciones de diferentes autores, para muchos estudiantes aún queda confuso el concepto exacto de lo que es la radio, Escalante, (1986), menciona Radio es el apócope de radiodifusión; y, radiodifusión es un sistema de información a distancia, exclusivamente sonora, destinado a un público heterogéneo, anónimo y disperso” (pág. 29), es ahí en donde debemos analizar el concepto y ver las enormes diferencias que existe entre la radio con cualquier otro medio de comunicación.

#### **1.4. Que son los medios de comunicación comunitario**

Un medio de comunicación comunitario es aquel que no tiene ánimo de lucro y su finalidad principal es mejorar la sociedad de la comunidad a la que pertenece. Estos medios principalmente radio y televisión, aunque también prensa escrita, forman el llamado Tercer Sector de la Comunicación, siendo los medios de comunicación públicos el primer sector, y los privados comerciales, el segundo sector.

El primer medio comunitario fue Radio Sutatenza en Colombia, que nació en 1940 con el ánimo de educación popular para la alfabetización; en la misma década, aparecieron en Bolivia las radios sindicales mineras, más politizadas. Los primeros ejemplos en España son las radios libres Onda Lliure en Barcelona, Osina Irratia, Radio Paraíso y Satorra Irratia en País Vasco y Radio Maduixa en Granollers, y en los 804 se popularizaron. En cuanto a televisiones, la primera alternativa a las televisiones públicas fue Tele Cardedeu.

Este tipo de medios están presentes en más de 100 países de todo el mundo, y muchos están agrupados en redes mundiales como en la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, estatales la Red de Medios Comunitarios o regionales Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid.

## **1.5. Radio comunitaria**

La radio comunitaria suele ser una estación de radio de corto alcance sin fines de lucro que responde a las necesidades de información de las personas que viven en un lugar determinado en los idiomas y formatos que se adaptan mejor al contexto local.

Aspira, pues, a ser útil herramienta de trabajo en manos de aquellos que, sintiendo la comunicación como una vocación, no ven en la radio tan solo una profesión y un medio de vida, sino que la conciben como un instrumento de educación y cultura populares y como una promotora de auténtico desarrollo; que piensan que este, como todo medio de comunicación colectiva, tiene una función social que cumplir, un aporte que hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestra región. (Kaplun, 1999, pág. 17)

Por lo tanto las radios comunitarias son creadas con la intención de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional del país, cuyo interés es el desarrollo de su comunidad, y el fortalecimiento del mismo, estas buscan una participación más cercana de sus oyentes al mismo tiempo se comprometen con su comunidad a brindar información adecuada y de interés para la zona, una frase que resume el concepto de lo que es una radio comunitaria, es en la comunidad, para la comunidad, cerca de la comunidad y para la comunidad” (AMARC, 2011), entonces podemos deducir que la radio comunitaria tiene una misión que es servir a su comunidad, tratando de tener a su audiencia como principales participantes para el funcionamiento de dicha radio.

## **1.6. Radio comunitaria en América Latina**

En América Latina, las radios comunitarias, populares y alternativas, surge desde la necesidad de alfabetizar, educar, y sensibilizar a las mayorías de zonas consideradas populares del campo y la ciudad. La iglesia católica fue una de las instituciones fundadoras en la búsqueda de formas de comunicar tomando la educación como herramienta para generar proyectos radiales. (Judith Gerbaldo, 2012) La primera radio comunitaria comenzó a funcionar en Colombia, fue denominada radio Sutatenza en 1948, convirtiéndose en una de las emisoras que inspiró a numerosas experiencias populares y su multiplicación en la región. La alfabetización

fue una herramienta que utilizó la radio para apuntar a dar un nuevo sentido a la noción de desarrollo, orientado a la construcción de una sociedad más digna e igualitaria.

Cuando llegó la radio a Latinoamérica no se centraba específicamente en informar a sus oyentes, García, (1980), menciona que:

A diferencia de lo que pasó en Europa y Norteamérica, la radio en Latinoamérica, en un principio no fue competencia de la prensa en materia informativa. Para cubrir este aspecto recurría a la lectura de los periódicos, con todos los riesgos que esto presentaba: como que el locutor leyera al micrófono. (pág. 25).

A pesar que han pasado varias décadas de la creación de la primera radio comunitaria en la región de América Latina, como en el resto de los continentes, está presente el debate sobre la concentración de medios que entre otras cuestiones no permite que se escuche la diversidad de voces que existe.

Diversidad, pluralismo y concentración quedan desplazados por la homogenización de discursos y contenidos. La Relatoría Especial de la Corte Interamericana de Derechos Humanos dedica un capítulo, el V, a la problemática del monopolio de medios: “la concentración en la propiedad de medios de comunicación masiva es una de las mayores amenazas para el pluralismo y la diversidad en la información”. (Loreti & Lozano, 2014, pág. 43) Son diversos los textos internacionales, que van en esta misma dirección y concretamente en defensa de la diversidad de las expresiones culturales.

Las radios que tenían a sus inicios como objetivo principal alfabetizar, se fueron transformaron con los años en instrumentos de educación popular no formal y más tarde, en radios populares que expresaban luchas y esfuerzos al servicio de grupos populares. Desde sus orígenes, la radio comunitaria estuvo vinculada a las luchas sociales y políticas que buscaban transformar las condiciones de desigualdad. De esta manera las emisoras, fueron cambiando su misión con el tiempo, abandonaron su principal objetivo la alfabetización, definiendo nuevas perspectivas con fines principalmente sociales, para lograr así, cambios estructurales hacia una

sociedad más justa. “La información radial cobra vida propia con servicios informativos especializados, periodistas experimentados, que descubren en la radio nuevas fuentes de trabajo de mejores ingresos y mayores halagos por el tratamiento que la noticia tiene en ella, rapidez e intensidad” (García, 1980, pág. 26) aunque en la actualidad las radios no son consideradas como una buena inversión hablando económicamente, sino más bien los profesionales optan por esta opción como un pasatiempo mas no como una profesión.

### **1.7. Historia de la radio comunitaria en el Ecuador**

La radio comunitaria en Ecuador nació como un proyecto educativo impulsado por la Iglesia católica, en 1962 monseñor Leónidas Proaño fundó las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, en 1990 se conformó la Coordinación de Radios Populares y Educativas del Ecuador, CORAPE entidad no gubernamental que agrupa a 21 radios autodenominadas comunitarias, que funcionan con frecuencias privadas. Fue en el 2008 cuando el Gobierno inició un proceso de asignación de frecuencias comunitarias, que se legalizaron en 2013 con la aprobación de la Ley de Comunicación. Actualmente son 19 radios que funcionan con esta licencia a nivel nacional, regentadas por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, ARCOTEL. Históricamente los propietarios particulares de emisoras de radio y televisión han controlado la cúpula del organismo estatal que concede las frecuencias ante el Consejo Nacional de Telecomunicaciones. (Borja, 1998) en la actualidad hay mayores posibilidades para poder poseer una radio en una comunidad o individualmente.

Lo que caracteriza a las radios comunitarias es la búsqueda de una comunicación que ayude al cambio social y se encuentran con un escenario complejo para la resistencia y el fortalecimiento en el país son escasas las radios comunitarias, “aquí ya no resulta el discurso de la resistencia, si no el de la creación de estos medios radiales, su transitar político comunicacional está en la búsqueda no sólo de lo reactivo sino de lo creativo”. (Villamayor, 2005, pág. 65) Estos medios de comunicación necesitan ser expandidos, para lograr de tal

manera diversificar la información, dando a conocer múltiples costumbres y tradiciones de los pueblos olvidados en la actualidad.

En el Ecuador las emisoras han pertenecido por lo general a personas naturales o a sociedades familiares, la radio es el medio de comunicación social más importante. La concentración de acuerdo a la oferta de emisoras tiene una connotación cualitativa, desde estos polos se organiza la vida en el conjunto de la sociedad ecuatoriana, se toman decisiones de gran influencia en todo el país. (Borja, 1998). La Iglesia Católica en el Ecuador tiene una estructura jerárquica presidida por la conferencia episcopal, entidad que representa toda la institución, la Iglesia ha tenido una presencia social tradicional casi incuestionable y su influencia ha sido determinada en el ámbito cultural.

### **1.8. Radio y democracia**

Las radios comunitarias son conocidas como Radios populares o educativas en América Latina; Radio Rural o local en África; Radio pública en Australia y Radio libre o Asociativa en Europa todas en busca de la democratización de la comunicación a escala comunitaria y que se iniciaron hace casi medio siglo. “En todas partes no deja de ser un tipo de radio hecha para servir al pueblo, una radio que favorece la expresión y la participación al tiempo que valora la cultura local”. (Mata, 1993, pág. 57-59). El uso de la radio para la educación popular a favor de la democracia tiene ya casi medio siglo de experiencia en Latinoamérica, en la LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN se habla de democratizar la comunicación a través de los medios comunitarios, entonces ¿Cómo democratizar lo que ya es de todos?

Tal vez, se refiera a garantizar la participación igualitaria de todos los sujetos. Pero una vez más caeríamos en una falacia, ya que también sabemos que la comunicación es un proceso asimétrico de producción de sentido. En ella, o a través de ella, se despliegan estrategias de poder. (Díaz 2005, pág.45)

Entonces nos ponemos a pensar, como democratizar la comunicación si esta es un derecho de todos y creemos que el desafío de todas estas emisoras es similar, mejorar el mundo en que vivimos. Democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente a lo que nos quieren acostumbrar los señores neoliberales. (López Vigíl, & José Ignacio, 1997).

Esto se refiere a que la comunidad el pueblo sea escuchado, que tenga un espacio donde pueda levantar su voz de inconformidad a algo que le incomoda. La radio comunitaria sin duda es considerada una de las fuentes más cercanas para realizar un periodismo comunitario “La radio podría ser el sistema de comunicación pública más maravilloso que se pueda imaginar, si fuera capaz no solo de transmitir, sino también de recibir, permitiendo así que el oyente a más de escuchar hable” (Bertold Brecht, 1930, pág. 36) el oyente debe ser considerado como una parte fundamental de la radio, en donde interactúa de manera directa e indirecta, más bien se quiere hacer partícipe al ciudadano de este periodismo, lógica similar se trasluce en la radio comunitaria. Para Chaparro (1997) “la radio comunitaria se define básicamente por su carácter participativo, la cual pretende aportar un servicio a las comunidades en las que se asientan para construir ciudadanía y cultura de vida para el progreso humano” (pág. 56) y de esta manera ayudar a conservar algunas costumbres y tradiciones de cada comunidad, transmitiendo a través de estas las características sobresalientes de cada sector.

### **1.9. Desarrollo comunitario**

El desarrollo comunitario puede definirse como la agregación de valor económico que proviene de pequeños núcleos culturales. Sean estos la familia, pequeñas asociaciones o grupos comunes.

Para que un proceso de desarrollo comunitario sea posible, se debe tratar no sólo de mejorar materialmente las condiciones de vida de las personas que componen esa comunidad, sino de ampliar las capacidades de elección de cada una de esas personas: su autonomía. Y son muchas las



dimensiones sociales y humanas que abordar en un proceso de desarrollo comunitario que tenga por finalidad última el bienestar, la autonomía y la independencia de las personas, a saber; subsistencia, trabajo, abrigo, refugio, vivienda, conocimiento, educación, salud, sanidad, medioambiente, bienestar, servicios sociales, participación, asociaciones, órganos de decisión, ocio, deportes y cultura. Como se puede comprobar, todas estas dimensiones pueden encontrar su correlación con servicios y recursos ya existentes en una comunidad, bien públicos o bien privados: servicios de empleo, de salud, educativos, sociales, asociaciones, clubes deportivos, etc. Unos recursos que deben dotarse de una visión global e integral en sus acciones y que deben ser receptivos a las demandas y propuestas de la población si pretenden contribuir a un proceso de desarrollo comunitario.

Si bien el concepto desarrollo de la comunidad, o desarrollo comunitario, ha perdido fuerza en los últimos años, es innegable que se ha perfilado un cuerpo de principios teóricos y metodológicos que se involucran en la expresión de desarrollo de la comunidad.

En este siglo XXI, época en que se habla de diversos desarrollos, de “desarrollos adjetivados”, el desarrollo comunitario es uno de ellos, aunque también se lo asocia al desarrollo local y comunitario. En gran parte, lo que se pretende es rescatar la comunidad, las relaciones cara a cara, la solidaridad, la participación y la organización, lo colectivo, (Carvajal, 2011, pág. 45)

En si el desarrollo comunitario o desarrollo de comunidad es un proceso donde los miembros de una comunidad se unen para realizar acción colectiva y generar soluciones a problemas comunes. Es un término amplio que se otorga a las prácticas de los líderes cívicos, activistas, ciudadanos comprometidos y profesionales para mejorar diversos aspectos de las comunidades, por lo general con el objetivo de construir comunidades locales más fuertes y más resistentes.

El ámbito operativo del desarrollo de la comunidad –como lo indica la misma expresión- es la comunidad. No cualquier comunidad, sino aquella o aquellas sobre las cuales, y con las cuales se quiere llevar a cabo un programa con el fin de atender a sus necesidades y problemas, lograr su desarrollo y mejorar su calidad de vida (Ezequiel Ander-Egg, 2005, pág.25)

Entonces se podría definir como un conjunto de acciones sociales diseñadas y desarrolladas de forma colectiva para mejorar la cohesión y la calidad de vida de un territorio. Un PDC entiende que todo el que convive y trabaja.

### **1.10. Comunidad, importancia**

Ezequiel Ander Egg, considera el término comunidad: “La comunidad es una unidad social cuyos miembros participan de algún rasgo, interés, elemento o función común, con conciencia de pertenencia, situados en una determinada área geográfica en la cual la pluralidad de personas interacciona más intensamente entre sí que en otro contexto”.

Considera que “esta noción es amplísima” por tanto “sólo así puede ser aplicable igualmente a unidades tan distintas en características y extensión, como una unidad religiosa que vive aislada en un convento, un barrio, un municipio, la provincia, la nación o la comunidad internacional, es decir, a todos los niveles en que es aplicado de ordinario el término de comunidad” (s/a: 10-14).

Diferente autor, Rudolf Rezsöházy, señala que “la palabra 'comunidad' está de moda” indicando que “un concepto de uso tan múltiple corre el riesgo de ser inutilizable. Por tanto, si queremos adoptarlo y emplearlo científicamente, tendremos que definirlo con rigor” (1988: 49). Expone tres características que considera principales:

- La comunidad se circunscribe en el espacio, en un territorio. Constituye un conjunto de personas que viven en un terreno geográfico determinado. La extensión puede variar. En la mayor parte de los casos, coincide con una región o una concentración y comprende varias colectividades locales (aldeas, barrios).
- El conjunto de personas que viven en este territorio mantienen unas relaciones múltiples y tienen entre ellas numerosos intereses comunes. (...) Las relaciones pueden ser tanto

de vecindad como de trabajo o de ocio. Los intereses comunes pueden referirse a la calidad de los servicios públicos, a las oportunidades de empleo o a la victoria del equipo de fútbol. (...) El tejido social que establece la comunidad no excluye en absoluto las discrepancias y los conflictos entre los miembros. Si hay intereses comunes, hay también otros que son divergentes.

- Los miembros están unidos a su comunidad. Se identifican con ella. Además, las personas del exterior les reconocen como pertenecientes a esta comunidad. (1988: 49-50)

### **1.11. Conciencia crítica**

Es importante empezar la intervención comunitaria con procesos de concientización a los sujetos que van a ser intervenidos, de esta forma comprenderán la complejidad real de la sociedad, llegarían a una sensibilidad crítica en la cual la realidad se da como objeto conocido y el ser humano asume una posición epistemológica, que será una práctica a través de la acción – reflexión de los involucrados.

En el Centro de Estudios Comunitario se tiene la idea de que “la integración a la realidad es un proceso epistémico que, a su vez, es la condición para que el ser humano sea sujeto; en ese hacerse sujeto, que siempre se da con otros, no sólo se conoce la realidad, si no que se apuesta por su transformación” (Alonso, 2004:132).

Los Municipios ecuatorianos se encuentran descentralizados y tienen autonomía, con esta disposición normada a través de la constitución, el Gobierno Local de Pindal podría proyectar a la comunidad una propuesta cultural la misma que se articulara desde abajo, donde el pueblo se apropie, y ejerzan un mínimo de conciencia crítica y un mínimo de autodesarrollo y así su acción colectiva intervenga decisivamente en la elección y desarrollo de su vida y de la sociedad. Esta conciencia crítica, tiene como finalidad la identificación de fuerzas que

obstaculizan procesos de intervención social comunitaria, se convierte en un punto de partida y de proyección como un instrumento en proyectos de autodesarrollo, de gestación, producción de lo comunitario.

### **1.12. Participación**

La etimología del término lo indica: “ser parte de algo”, “tomar parte en algo”, “tener parte en alguna cosa”. Inclusión, personal o colectiva, como sujeto de la actividad; impulso de los interesados en la autogestión de los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de una tarea determinada; toda acción colectiva de individuos orientada a la satisfacción de necesidades, que se cimienta en la existencia de una identidad colectiva, enmarcada en valores, intereses y motivaciones compartidos que dan sustento a la existencia del grupo. Participación lleva implícito la acción de ser parte de algo, de intervenir o compartir en un proceso; se entiende por participar, el proceso a través del cual distintos sujetos individuales o colectivos, en función de sus intereses y de la lectura que hacen de su entorno, intervienen en la marcha de sus asuntos colectivos, con el fin de mantener y/o reformar el orden social comunitario.

Para Wandersman, Florín, Chavis, Rich y Prestby (1985), la participación se asemeja a la capacidad para influir, es decir, a la posibilidad del sujeto para actuar dentro de un contexto comunitario. En éste sentido, la capacidad de influir, se da sobre el proceso de toma de decisiones que de alguna manera se vinculan con los intereses de los participantes. Partiendo de este conocimiento es necesario diferenciar los tipos de participación que han sido reconocidos de manera tradicional: la participación política, la participación comunitaria y la participación ciudadana.

Cooperación. - El significado etimológico: "Acción simultánea de dos o más agentes que obran juntos y producen un mismo e idéntico efecto". En sentido más lato se llama cooperación a "la ayuda, auxilio o socorro que se presta para el logro de alguna cosa" (Tomado de la Enciclopedia Universal). Es un término que se utiliza para muchas y muy diferentes relaciones; debemos identificándolo sin negar sus mejores contenidos; este se fundamenta en el trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades hacia un objetivo compartido, teniendo como base la experiencia desarrollada, la misma que fomenta una práctica social que promueva la movilización social, con una gestión participativa distinta de las formas tradicionales de gestión.

La cooperación es esencial para el grupo como oposición a la competencia en la que el otro siempre está en la posición de adversario (rol de adversario, según Habermas). La comunidad es siempre un grupo humano complejo que de alguna manera comparte, con diverso condicionamiento, la participación en torno a tareas comunes, establece determinadas relaciones de cooperación y propicia determinado grado de implicación de las personas que integran dicho grupo. Es por ello que podemos afirmar que una comunidad es, ante todo, un grupo que comparte y construye colectivamente y de manera ininterrumpida una praxis cultural que lo identifica.

## **2. MARCO LEGAL**

### **2.1. Antecedentes**

Antes de 1995 la ley ecuatoriana no reconocía a las radios comunitarias, estas fueron reconocidas en 1995 cuando el Congreso reforma la Ley de Radiodifusión y Televisión aprobada 20 años antes. Con la reforma se estipulaba provisiones especiales para las emisoras comunitarias, aun cuando se refiere a emisoras de servicio comunal. Sin embargo, esas mismas reformas a la ley establecieron severas restricciones, prohibiendo toda actividad

comercial, limitando la potencia de transmisión y exigiendo una aprobación previa del ejército, por razones de seguridad nacional.

Esta situación no solo atentaba contra los derechos fundamentales los mismos que hablan sobre el derecho a la libertad de pensar, de expresarse y difundir sus ideas a través de cualquier medio de comunicación social, (CORAPE 2002) A partir de esto la misma institución propone una reforma a la Ley de Radio y Televisión, por considerar que no respondía a la dinámica de las radios populares y educativas, cuya misión estaba claramente definida en pro de los derechos de la comunidad, pueblos y nacionalidades del país. En el 2002 se presentó una demanda constitucional por parte de CORAPE, que actualmente lleva 27 años de servicio, para solicitar se modifique la ley, con lo cual lograron una nueva reforma de la Ley de Radio y Televisión.

## 2.2. Marco jurídico vigente

Norma	Aprobación
	1.- Decreto Supremo 256-A (Registro Oficial 785, 18-IV-75) 2.- Ley s/n (registro oficial 691, 9-V-95)
Ley de radiodifusión y televisión	3.-Decreto Ley 2000-1 (Suplemento del Registro Oficial 144, 18-VIII-2000) 4.-Ley 89-2002 (Registro Oficial 699, 7- XI-2002)
Reglamento general a la ley de radiodifusión y televisión	1.-Decreto 3398 (Suplemento del Registro Oficial 864, 17-I-96)
Norma técnica reglamentaria para radiodifusión en frecuencia modulada analógica	1.-Resolución 866-CONARTEL-99 (Registro Oficial 74, 10-V-2000) 2.- Resolución 1946-CONARTEL-01 (Registro Oficial 466,3-XII-2001) 3.- Resolución 1947-CONARTEL-01 (Registro Oficial 466,3-XII-2001) 4.- Resolución 2556-CONARTEL-03 (Registro Oficial 103, 13-VI-2003)

### **2.3. Ley Orgánica de Comunicación**

A pesar de la implementación de la ley de comunicación que en el los art 86 y 106 habla específicamente del fortalecimiento y creación de estos medios de comunicación, adoptando nuevas políticas públicas para su mejor funcionamiento, tratando de distribuir equitativamente en tres partes las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de las estaciones de radio y televisión de señal abierta correspondiéndole a los medios comunitarios un 34%, a los privados un 33% y a los públicos un 33% (Ley Orgánica de Comunicación, 2013), estos porcentajes no se ha cumplido a lo que va del año a pesar de ya más de 4 años de la ejecución de esta ley las cifras son muy desmotivadoras, según los últimos registros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM, 2016), que muestra a junio del 2016, 41 radios comunitarias inscritas en todo el país, ocupando apenas un 5,1% del espectro radio eléctrico en medios radiofónicos, frente a un 90,1% de medios privados y un 4,8 de medios públicos, La provincia de Loja en materia de comunicación radial comunitaria según el registro oficial de medios a nivel nacional, no presenta avance alguno.

### **2.4. Requisitos**

Para la obtención de una frecuencia para el funcionamiento de una radio según la Ley de Radiodifusión y Televisión, (1975) establece los siguientes requisitos para la concesión de frecuencias en el Art. 20.- En el contrato de concesión se harán constar, obligatoriamente, los siguientes requisitos:

- a.** Nacionalidad del concesionario, acreditada de acuerdo con la Ley.
- b.** Escritura pública de constitución de la sociedad concesionaria y título de propiedad de los equipos; y cuando se trate de una persona natural solo se requerirá el título de propiedad. Se admitirá provisionalmente la promesa de compraventa, judicialmente reconocida, a falta de dicho título.

- c. Lugar en que la estación será instalada, con indicación precisa de su domicilio y sitios de trabajo, y ubicación cartográfica de los transmisores.
- d. Nombre de la estación radiodifusora o televisora, potencia de operación, frecuencia asignada, horario de trabajo y el indicativo que utilizará para identificarse.
- e. Garantía que, con sujeción al Reglamento, el concesionario rinde a favor de la Superintendencia de Telecomunicaciones, para el cumplimiento de la instalación.

Cantidad que pagará mensualmente por la utilización de la frecuencia.

## **2.5. Operatividad de la radio comunitaria**

Dentro de las reglamentaciones particulares de cada país, se encuentra una serie de normas que regulan la radiodifusión, tanto en la parte técnica como en sus contenidos.

Nosotros ya nos habíamos organizado antes de iniciar la emisora. Sabíamos cómo se trabajaba en equipo, cómo se hacía un plan de trabajo y hasta coordinar reuniones y asambleas y juntas directivas. Lo único que nos faltaba era saber cómo organizarnos para gerenciar un medio de comunicación. (González, 1986, pág. 65)

Para un mejor funcionamiento de la radio se debe delegar el equipo de dirección, gerencia y operativo para la radio; crear un manual de estilo de uso público y una programación de amplia y plural participación, se debe generar también mecanismos que permitan un funcionamiento ordenado y eficaz de los recursos humanos, técnicos y económicos. Lo que se debe evitar en una radio es la imitación ya que aprendemos básicamente de dos maneras: por imitación y por invención. No es de extrañar entonces que las radios comunitarias, hayan optado inicialmente por el primero de estos caminos. Las radios comerciales, como hermanas mayores, han sido el referente, el modelo a seguir por las emisoras de otras modalidades. Esa imitación se ha dado no sólo en el plano de la producción radiofónica sino también en el plano de la gerencia. (Savater, 2002), es por ello que demos luchar ahora por cambiar eso y apostar más por la creatividad de las personas capacitadas que están detrás de estas emisoras.



Las radios comunitarias, pueden alcanzar una cobertura local, las emisoras tienen dos puntos neurálgicos en el procesamiento del sonido: los estudios centrales y el transmisor. Los estudios centrales según García (1980) afirma que:

En estos estudios el sonido tiene un tratamiento especial, con el cual se amplifica y se modula, se regula, se normaliza y se ecualiza (el término ecualizar se usa cuando, mediante un aparato ecualizador, se altera la respuesta del sonido, mejorando sus tonos: altos y bajos, para darle mayor presencia). (pág. 81)

En si las radios comunitarias funcionan con las mismas herramientas de cualquier otra radio La inmediatez puede quedar atrás como algo exclusivo de la radio. Hoy los medios, en su gran mayoría pueden ejercerla. Ya pasaron los tiempos en que la televisión tenía serias complicaciones para transmitir en vivo. Hoy los medios escritos lo hacen gracias a la Internet. A cambio la radio puede, sin las carreras de la inmediatez, navegar más por los hechos que son noticia; comprenderles mejor, profundizar más en ellos para no quedarse sólo en la respuesta a los famosos “qué, quién, cómo, dónde y cuándo”. Hoy puede a sus anchas profundizar en los por qué, cosa que ni la tele ni la prensa escrita suelen hacer.

## **2.6. Parrilla de programación**

Existen distintos tipos de programación radial, García, (1980), menciona que:

Esto depende de los factores que inciden en el medio que se desarrolla una emisora la categoría en relación con la potencia de sus equipos, la filosofía de sus dueños o directores, la competencia, los hábitos y costumbres de las gentes y necesidades propias de cada una de las diferentes circunstancias de tipo ambiental, socioeconómico y aun geográfico. (pág. 293).

Es por ello que para poder crear una parrilla de programación acorde a las necesidades de la comunidad se debe realizar un estudio previo para poder cubrir con todas carestías que aquejan a la colectividad.

La emisora popular permite plasmar la creatividad popular, dando como resultando nuevos formatos, nuevas formas de participación de los oyentes y una variedad de programas novedosos, en donde la participación de las personas se vuelve indispensable, “El proceso de mediamorfosis de la radio ha conllevado el desarrollo de nuevas fórmulas de participación

basadas en la interactividad”. (Videla-Rodríguez, J. J., & Piñeiro-Otero, T. 2013, pág. 113). En estos casos las radios comunitarias han logrado llegar a personas como las amas de casa que son muy entusiastas para participar en los concursos creativos que se hacen dentro de la programación.

Las radios comunitarias a diferencia de las radios privadas tienen una programación diferente que las distingue de cualquier otro medio radial

Esta radio no está llena de música pop y noticieros superficiales, ni con comunicados oficiales o contenido cultural del gobierno, no es tan importante que la programación sea refinada. El papel de las radios radica en atender las prioridades establecidas por la comunidad, de forma que puedan facilitar su discusión, fortalecerlas y desafiarlas. Es difícil barajar todos los intereses de una comunidad y la radio comunitaria no siempre acierta a hacerlo, sin embargo, al conseguirlo sus emisiones tienen una fuerza pasional rara vez alcanzada por los medios estatales de gran escala o los comerciales, esta pasión involucra a oyentes facilitando la participación no solo en la radio sino en procesos culturales que afectan a la comunidad. (Girard, Bruce, 2002, pág. 76)

Su programación se basa específicamente a la comunidad y lo que acontece dentro de ella, sus protagonistas son los habitantes de la zona, sea comunidad, barrio o localidad aunque todas las emisoras están en la obligación de identificarse esto quiere decir que por lo menos cada media hora deben poner al aire el nombre la emisora, la frecuencia con que opera, ciudad y país donde se origina (García, 1980), en la parrilla de programación también existen prohibiciones expresas y alguna de las veces se deben acomodar al horario establecido por la Ley Orgánica de Comunicación.

### **3. ÁMBITO SOCIAL**

#### **3.1. Participación de actores sociales**

En el desarrollo local se encuentran la estructura local integrada, en la que participan actores que tienen un objetivo social común y luchan por lograrlo, con cierto nivel de liderazgo local, capacidad empresarial y asociatividad social.

El desarrollo local es un proceso de múltiples dimensiones donde intervienen diversos actores sociales y una serie de factores específicos de la zona con el objetivo común de mejorar la calidad de vida de

la población local. En esa óptica, lo más importante es la interacción y concertación estratégica de los actores sociales para el mejor aprovechamiento de los factores endógenos de la zona teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas del entorno económico, tecnológico, sociocultural y político. (Chauca & López, 2004, pág. 56).

La alta participación ciudadana, con capacidad social de respuesta diferenciada y además, la innovación tecnológica, puede ser un punto a favor para lograr crear nuevas radios comunitarias.

Las propuestas de desarrollo local crean la posibilidad de fortalecer el contexto de la participación, especialmente si se toma en cuenta la existencia de voluntades políticas que privilegian las alianzas y consensos dentro del contexto geográfico de los municipios. El escenario participativo que instala la gestión asociada para el desarrollo define una metodología particular que subsume e integra visiones e intereses contrapuestos en acuerdos, negociaciones o concertaciones; en la que el diseño de estrategias y acciones conjuntas definen modelos de gestión. (Martínez, 2008). La participación, del latín *participatio*, que significa acción y efecto de participar, se definió como un proceso acuerdos, negociaciones o concertaciones; en la que el diseño de estrategias y acciones conjuntas definen modelos de gestión. (Martínez, 2008). La participación, del latín *participatio*, que significa acción y efecto de participar, se definió como un proceso voluntario por el cual la población influencia o controla las decisiones que los afecta, incluso aquellos sectores de la población que están en desventaja en relación a ingresos, género, etnia o educación. Narayan, (1995) menciona “La esencia de la participación es un ejercicio de comunicación y toma de opciones” (pág. 121), esto nos da a pensar que la participación es esencial en la comunicación, específicamente si de radio comunitaria hablamos, pues uno de los principales objetivos de dichas radios es mantener un contacto muy cercano con sus oyentes. En este sentido, de acuerdo con Linares (2004), “En su vinculación con las estrategias de desarrollo, la participación constituye un medio para lograr el reparto equitativo de los beneficios y es el elemento indispensable para una transformación y modernización

autosostenida de la sociedad” (pág. 76), la participación activa, que permite a la gente realizar todo su potencial y aportar su mayor contribución a la sociedad, también es un fin en sí misma.

La participación de actores sociales es definida por, Everett.M Rogers (1994), como:

Un proceso de amplia participación de cambio social en una sociedad. Este proceso tiene como propósito la producción de avances de carácter social y material (incluyendo una mayor igualdad, libertad y otras cualidades consideradas valiosas) para la mayoría del pueblo, valiéndose de la obtención de mayor control de su medio ambiente. (pág. 86)

Aunque la participación no sea homogénea, alcanza distintos niveles y diferentes formas de expresión, condicionada por un conjunto de factores de diversa índole. Es un ejercicio que permite ir creando espacios, para influir en las decisiones que afectan la vida.

### **3.2. Lenguaje radiofónico**

Una de las formas de comunicación que debe ser utilizado en una radio comunitaria, es el lenguaje popular cotidiano, que expresan, contienen o generan códigos que sintetizan valores, sentimientos, ideas y conceptos; cuyo contenido es particularmente significativo para aquellos que lo usan o que mantienen profundidad, ritmo y sentido en un contexto histórico determinado. Como afirma Fuzellier, (2009) en consideración al lenguaje radiofónico.

El perfeccionamiento de la técnica no sería suficiente para hacer de él un verdadero lenguaje si no hubiera realizado poco a poco un inventario de la naturaleza misma de los sonidos que transmite (voz, ruidos y música), de su propio valor y del valor de su mezcla, de la funcionalidad de sus relaciones y de la eficacia de su utilización. Se convirtió en un lenguaje auténtico al definir así empíricamente su gramática y su sintaxis. (pág. 98)

Las formas y códigos del lenguaje popular de los sectores populares y en la homogeneidad de situación de clase. Una de las dimensiones es la interclase, es decir el proceso de expresión dentro del ámbito de las propias clases populares con un mismo horizonte cultural. Allí se proponen las formas o códigos que surgen de la gente, tales como el arte espontáneo, la comunicación cotidiana, la religiosidad y esoterismo, familia, eventos colectivos, medicina popular.

Siempre el lenguaje popular debe ser sencillo, entendido por las grandes mayorías populares, sin llegar a la vulgaridad, buscando siempre la empatía y el entendimiento entre el emisor y el receptor. Según Torres V.

Conversar en radio no es simple, es un arte poco común. En la vida cotidiana también no es muy común encontrar conversadores, ya que el estilo conversacional es difícil. Una fórmula de solución es tratar de compensar estas carencias mediante el uso de textos escritos para ser leídos en forma convencional. (pág. 40)

El lenguaje del pueblo que debe ser utilizado en las radios comunitarias, es de una riqueza extraordinaria debe ser sencillo, natural, en donde exprese los pequeños y grandes acontecimientos de la vida del pueblo, su tradición cultural acumulada en siglos de vida y lucha, así como la esperanza en un mañana mejor. El lenguaje popular es en definitiva la misma sabiduría del pueblo. Torres V. (1976) comenta, “la información debe tener un propósito, así como la música y las personas deben desear seguir sirviendo y complaciendo a la audiencia que cada estación ha cultivado para sí, a veces con mucho sacrificio”. (pág. 53), la información no debe ser dicha con el simple objetivo de informar debe tener muchos propósitos más como es ayudar a alguien con esa información impartida por el medio.

### **3.3. Locutores populares**

El locutor es una parte importante en el trabajo radial. Muchos locutores de las poblaciones cuando empiezan un trabajo radial lo hacen con la conciencia deformada por la radio tradicional y lo pretenden llevar a la práctica imitando gestos, poses y el estilo del locutor tradicional. Es así como la palabra se aleja del pueblo, y la voz ya no expresa el sentir, la emoción y la vida de la comunidad: esta es la forma como la radio tradicional ha alejado al pueblo del medio radial.

Quien es locutor o se está iniciando en este arte debe, ante todo, dominar todos los sentidos de la lengua castellana y exigirse una correcta pronunciación, incluyendo las diferenciaciones en las consonantes: v-b; de la c,s,z que suelen ser descuidadas. (Torres V, 1976, pág. 80)

El locutor de una radio comunitaria es aquel que ha logrado dominar el lenguaje cargado de emoción, sentimiento y vida. Un artista capaz de alegrar, entretener, de dar una palabra de aliento, de vida, una esperanza, no nace de la noche a la mañana, sino que se forja en las tareas de la emisora popular a la par que ésta se construye y avanza. “no olvidemos que todo lo que decimos se lo lleva el viento; si no logramos el impacto inicial, único y definitivo, hemos perdido el tiempo”. (García 1980, pág. 159) la radio tiene el don de ser un medio volátil, que el mensaje pasa en un segundo si no es bien recibido por el radioescucha se pierde en ese instante.

### **3.4. Financiamiento**

Las radios comunitarias a diferencia de las privadas o públicas tienen diferente forma de financiarse, Hausman, (2001). Afirman que: “La radio se enfoca en mercados reducidos, para lograr desarrollar una audiencia constante se deben delimitar cuidadosamente los grupos de población a los que irán dirigidos los mensajes, deben estar directamente ligados con los intereses de la audiencia.” (pág. 112), pero esto no afecta a las radios comunitarias ya que el fin de ellas es trabajar para la sociedad, no tienen fines de lucro.

Las radios por lo general tienen ingresos gracias a las cuñas que pasan por sus frecuencias, cada emisora establece su tarifa, en base a los aspectos cualitativos y cuantitativos de su empresa, García, (1980), menciona que,

El aspecto cualitativo tiene como base la categoría de la emisora, de acuerdo a la frecuencia y su potencia, el tipo de programación, el talento que emplea en la realización de sus programas y la clase de servicios que tiene, en lo cuantitativo, se tiene en cuenta el porcentaje de la audiencia que posee cada emisora en su localidad, que se establece mediante la investigación de la sintonía. (pág. 373)

Algunas radios también le dan un valor determinado dependiendo de los horarios y la programación que se esté dando en esa hora del día, varía el precio dependiendo de la audiencia que pueda generar un programa.

### **3.5. Rentabilidad**

Es complejo saber si una radio puede ser rentable o no, más bien esto depende en la calidad de productos que hagamos en esta emisora todo se trata en que ofrecemos a quien ofrecemos, para que ofrecemos y cuando ofrecemos, se trata de un truco de mercadeo. Las radios comunitarias, según su naturaleza, son empresas del sector servicios. Son organizaciones sin ánimo de lucro, lo que no significa sin recursos o sin medios, sino que los excedentes que se obtengan no van a parar a los bolsillos de los socios para lucrarles; van a ser reinvertidos en el mismo proyecto, es decir, en la emisora comunitaria. Algunas podrán ser cooperativas, microempresas, pequeñas, medianas o grandes empresas, “Todas con un carácter local pero con posibilidades de una incidencia regional, nacional y hasta internacional, si se trabaja entre redes y de acuerdo a como se planifiquen” (Torres V. 1976, pág. 139), Y una empresa como ésta, sin una administración, es una empresa sin bases para su funcionamiento: si las personas responsables de las mismas saben administrarlas, obtendrán los resultados deseados. Quienes lo están haciendo, no pueden dejar de reconocerlo-

### **3.6. Rol de una radio comunitaria**

La radio es el medio de comunicación electrónico más expandido en el mundo y el mejor medio para alcanzar a las comunidades más pobres. En particular y en contraste con las radios comerciales- la radio comunitaria pone una herramienta en las manos de los ciudadanos para su expresión cultural, noticias e información, diálogo y desarrollo. Sin acceso a una voz propia, las personas de bajos recursos son incapaces de participar en el debate o de expresar sus opiniones sobre políticas públicas que les afectan directamente. Kaplun, (1978) comenta “La participación es el motor de la democracia y la radio comunitaria es el instrumento de la participación” (pág. 386). La radio comunitaria forma parte de procesos políticos de comunicación que contribuyen al cambio social facilitando la inclusión, la participación y el empoderamiento de los participantes, diversidad cultural y construcción de la paz en

comunidades locales. La radio comunitaria es un nuevo sector de la comunicación: La radio comunitaria es un Nuevo sector de medios cuyo contenido está profundamente enraizado en confrontar desafíos específicos que afectan las sociedades humanas en el ámbito regional, de países y local.



## **f. METODOLOGÍA**

**Analítico.** Este método de investigación consiste en la disgregación de un todo, descomponiéndolo en sus partes elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, por ende, a través de él podremos identificar y analizar cada una de las principales características de la investigación y la situación actual de la radiodifusión comunitaria en la ciudad de Loja. Utilizando como técnica la observación que nos permitirá evidenciar, verificar y constatar los problemas planteados en el proyecto de investigación.

**Sintético.** Se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen, utilizaremos este método para sintetizar la información extraída de consultas, utilizando como técnica la recopilación bibliográfica que nos servirá para revisar libros, revistas e internet y toda bibliografía necesaria que nos ayude a fundamentar el planteamiento del problema y marco teórico.

**Comparativo:** Utilizaremos este método para establecer similitudes o diferencias que existan en la investigación antes y después de la implementación de ley de comunicación. Utilizando como técnica la observación directa e indirecta y la recopilación de datos anteriores.

**Deductivo.** Este método va de lo general a lo particular, a través de él podremos conocer cuál es el papel que cumplen las radios comunitarias en la ciudad de Loja y la forma de trabajo que emplean. Para ello aplicaremos la técnica de la entrevista y la encuesta que nos ayudaran a recopilar información confiable que nos permitirá conocer e identificar cuáles son las limitaciones y las fortalezas de las radios comunitarias de esta ciudad.

**Estadístico.** A través de este método podremos interpretar las características, variables o valores numéricos del proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad, representando gráficamente los resultados obtenidos en la investigación.

**g. CRONOGRAMA**

<b>MESES</b>	<b>Febrero 2018</b>	<b>Marzo 2018</b>	<b>Julio 2018</b>	<b>Agosto 2018</b>	<b>Septiembre 2018</b>
<b>ACTIVIDADES</b>					
<b>Aprobación del proyecto.</b>	<b>XXXX</b>				
<b>Prueba de evidencia de los instrumentos.</b>		<b>XXXX</b>			
<b>Aplicación de los instrumentos de investigación.</b>		<b>XXXX</b>			
<b>Procedimiento y análisis de la información.</b>			<b>XXXX</b>		
<b>Elaboración del primer informe y aprobación por parte del director de tesis.</b>			<b>XXXX</b>		
<b>Tramite de actitud legal y designación del tribunal de tesis.</b>				<b>XXXX</b>	
<b>Revisión por parte del tribunal e incorporación de las sugerencias dadas.</b>				<b>XXXX</b>	
<b>Aprobación por parte del tribunal de tesis</b>					<b>XXXX</b>
<b>Incorporación</b>					<b>XXXX</b>

## **h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

<b>MATERIALES</b>	<b>COSTO/TOTAL</b>
Flash memory	18.00 USD
Internet	96.00 USD
Cartuchos de tinta para impresión	100.00 USD
Hojas de papel bond	70.00 USD
Fotocopias e impresiones	150.00 USD
Adquisición de material bibliográfico	50.00 USD
Transporte	300.00 USD
Empastados y anillados de documentos	75.00 USD
Imprevistos	100.00 USD
<b>Total</b>	<b>959.00 USD</b>

### **FINANCIAMIENTO**

La presente investigación será financiada por el investigador.

## **i. BIBLIOGRAFÍA**

Abrojos. (2008). *Manual de periodismo y comunicación para el trabajo comunitario*.

Balsebre. (1994). *El Lenguaje Radiofónico*.

Brecht. (1932). *Teoría de la radio*.

Claudia Villamayor (2005) *Mentiras y medios*

Escalante, M. V. (1986). *El reportero radiofónico*.

Jesús González Requena, (1986). *La metáfora del espejo. El cine de Douglas Sirk, Hiperión, Instituto de Cine y Radio-Televisión*.

Judith Gerbaldo. (oct. 2012) *Espacio de Intervención en Comunicación*.

Kaplun, M. (1999). *Producción de programas de radio. Ley Orgánica de Comunicación (2013)*

López Vigil José Ignacio, (1997). *Manuel urgente para radialistas apasionados*.

Mata, M. C. (1993). *¿Radio popular o comunitaria? Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*,

Mariana Mendoza. (2013). *Comunicación de masas*

Nancy Díaz (2005), *Razón y palabras, Democratizar la Comunicación: Pensar en Micro Utopías*

## **WEBGRAFÍA**

Red Internacional de Mujeres AMARC (18 ago. 2011) *Radio digital herramienta tecnológica para el aprendizaje <https://es.slideshare.net>*.

*Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y educativos del Ecuador, 2002*

CORAPE pág. Oficial

**OTROS ANEXOS**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Con el objetivo de identificar la aceptación y la influencia de las radios comunitarias en la población lojana y analizar la calidad de contenidos de la radiodifusión comunitaria en la provincia de Loja, solicitamos comedidamente nos colabore contestando la siguiente encuesta, la cual tiene exclusivos fines académicos.

**DATOS INFORMATIVOS:**

**Edad.....**

**Profesion u Oficio.....**

**Instrucción.....**

**Género                                    M ( )            F ( )**

**CONTENIDOS:**

**1. ¿Sintoniza usted la radio "El Buen Pastor" (92,9 FM)?**

SI ( )                                    NO ( )

Porque.....  
.....

**2. Dentro de la programación de la radio "El Buen Pastor" (92.9 FM) ¿Qué es lo que más escucha?**

HC Noticias	( )	Vivencias	( )
Deportes	( )	Música	( )
Otros	( )		

**3. ¿Usted considera que estos programas son de carácter comunitario?**

Sí ( )                                    No ( )

¿Por qué?  
.....  
.....



.....  
.....  
**10. ¿De los siguientes ítems, señale que programas le gustaría a usted que difunda la Radio Comunitaria "El Buen Pastor"?**

- |                     |     |                  |     |
|---------------------|-----|------------------|-----|
| Cultura             | ( ) | Gastronomía      | ( ) |
| Turismo Comunitario | ( ) | Ciencia agrícola | ( ) |
| Artesanía           | ( ) | Medicina Natural | ( ) |

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN***



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Con el objetivo de identificar la aceptación y la influencia de las radios comunitarias en la población lojana y analizar la calidad de contenidos de la radiodifusión comunitaria en la provincia de Loja, solicitamos comedidamente nos colabore contestando la siguiente encuesta, la cual tiene exclusivos fines académicos.

**DATOS INFORMATIVOS:**

**Edad.....**

**Profesion u Oficio.....**

**Instrucción.....**

**Género** M ( ) F ( )

**CONTENIDOS:**

**1. ¿Sintoniza usted la radio "Integración" (103.3 FM)?**

SI ( ) NO ( )

Porque.....  
.....

**2. Dentro de la programación de la radio "Integración" (103.3 FM) ¿Qué es lo que más escucha?**

HC Noticias ( ) Vivencias ( )

Deportes ( ) Música ( )

Otros ( )

**3. ¿Usted considera que estos programas son de carácter comunitario?**

Sí ( ) No ( )

¿Por qué?  
.....  
.....

**4. A su criterio ¿Considera que los programas emitidos por la Radio Comunitaria "Integración" aportan a su desarrollo?**

Sí ( ) No ( )

¿Por qué?  
.....







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

Como estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, estoy realizando mi Tesis sobre el tema: ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018. Por tal motivo le solicito a usted comedidamente se digne contestar las preguntas que planteo a continuación.

**PREGUNTAS A LOS ENCARGADOS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS INTEGRACIÓN 103.3 FM DEL CANTÓN PUYANGO Y EL BUEN PASTOR (92.9 FM) DEL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA.**

1. Para Usted ¿Qué es una Radio Comunitaria?
2. ¿Conoce Usted el reglamento que tiene la Radio Comunitaria?
3. ¿Qué contenidos difunde una Radio Comunitaria?
4. ¿Cómo se mantiene la Radio Comunitaria?
5. ¿Considera usted que la implementación de artículos referidos a estos medios, en la Ley Orgánica de Comunicación han beneficiado de alguna manera a estas radios?
6. ¿Por qué cree que no se cumplen los porcentajes establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación para los medios comunitarios en el Ecuador, especialmente en la provincia de Loja?
7. ¿Cuáles son los cambios que se generaron después de la implementación de la ley de comunicación para estas radios?

***GRACIAS POR SU COLABORACIÓN***



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

**ENTREVISTA**

Como estudiante de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, estoy realizando mi Tesis sobre el tema: ESTUDIO DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN LA PROVINCIA DE LOJA Y EL SERVICIO QUE GENERAN A LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL, PERIODO NOVIEMBRE 2017-MARZO 2018. Por tal motivo le solicito a usted comedidamente se digne contestar las preguntas que planteo a continuación.

**PREGUNTAS A LOS ENCARGADOS DE LAS AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS TELECOMUNICACIONES (ARCOTEL) Y A LOS ENCARGADOS DE LA SUPERINTENDENCIA DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN (SUPERCOM)**

**Nombre.....**

**Cargo.....**

1. ¿Cuál fue el objetivo para que en la Ley de Comunicación se establezca la ampliación de las concepciones de frecuencias de radio comunitarias en el Ecuador?
2. ¿En la provincia de Loja a partir de entrar en vigencia la Ley de Comunicación cuantos medios comunitarios se han creado o se han fortalecido?
3. ¿Cuál es el rol social que cumplen los medios radiales comunitarios?
4. ¿Por qué a pesar que esta normado en la Ley de Comunicación la creación de medios radiales comunitarios ha sido tan escasa la creación y la entrada en funcionamiento de estos medios de medios a nivel nacional y provincial, (explique el nivel de crecimiento de creación de estos medios)?

5. ¿Cuáles son las facilidades que están dando como institución para garantizar las creaciones de nuevas estaciones de radios comunitarias?
6. ¿Cómo institución que objetivos tienen planteados a mediano o largo plazo con respecto a que más medios de comunicación comunitarios entren en funcionamiento?
7. ¿A nivel de la provincia de Loja y a nivel nacional podría proporcionarme los datos de cuantas frecuencias están en trámite de concepción?
8. ¿Se han realizado campañas para proponer y motivar a las comunidades para que estas creen y fortalezcan los medios radiales comunitarios?

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**PROGRAMACION DEL AÑO 2017 RADIO INTEGRACIÓN 103.3 fm Puyango**

**LUNES A VIERNES**

Nombre del programa	Duración	H. Inicio	Hora fin	Días	Responsable/ locutor	Clasificación pública	Contenido
Despierta Ecuador	1h20	05h00	06h20	de lunes a viernes	Lic. Homar Rogel Encalada	F	Miscelánea, programas de caficultora, seguridad alimentaria, información. Música ecuatoriana. Flash de Noticias.
Radio Revista Usted y la Noticia	1h30	06h30	08h00	lunes a viernes	Lic. Erwin Bravo y Lic. Lisseth Zhuma	I	Informativo. Informaciones de la comunidad con enlaces de los reporteros de las parroquias y cantones. Noticias, provinciales, nacionales e internacionales
Educa Radio	00h10	08h00	08h10	lunes a viernes	SECOM Y MINISTERIO DE EDUCACION	F	contenidos de entretenimiento y educativos dirigidos a niños, niñas, jóvenes, adultos, y adultos mayores del Ecuador.
Impacto Estereo	3h20	08h10	11h30	lunes a viernes	Sr. Fernando Gómez Yaguachi	E	Programa interactivo, música, comunicados, informes, saludos, complacencias, llamadas al aire. Concursos. Notas informativas.
Cultural al Aire	00h30	11h30	12h00	Lunes a viernes	Lic. Lisseth Zhuma	F	Difusión de contenidos interculturales dando a conocer costumbres y tradiciones del territorio, a través de entrevistas
Noticiero Integra Noticias-Primera Emisión	1h00	12h00	13h00	lunes a viernes	Sr. Fernando Gómez Yaguachi	I	Informativo. Informaciones de la comunidad con enlaces de los reporteros de las parroquias y cantones. Noticias, provinciales, nacionales e internacionales
El Show de la Música	4h00	13h00	17h00	lunes, martes, miércoles y viernes	Sr. Francisco Rogel Encalada	E	Programa interactivo, música, comunicados, informes, saludos, complacencias, llamadas al aire, concursos. Notas informativas.
Ágora Constituyente	1h00	13h00	14h00	Jueves	CORAPE	O	Temas Constitucionales diálogo con Asambleístas, etc.
La Salud en la familia	00h30	17h00	17h30	lunes	Dr. Álvaro Guerrero	F	Programa de información y prevención de la salud humana cuyo contenido hace referencia a los aspectos de salubridad propios de la región. v Asesoría familiar que incluye temas de planificación y convivencia familiar, nutrición, seguridad alimentaria, salud sexual y reproductiva.
Espacio musical	01h00	17h00	18h00	martes a jueves	Sin conducción (programado)	E	Música del recuerdo.
Ecuador en Contacto	00h15	17h00	17h15	viernes	CORAPE	I	Espacio informativo de la CORAPE para ampliar la principal noticia de la semana, desde su contexto histórico tomando en cuenta las personas vinculadas al tema y la ciudadanía,

Consejos de FE Y SPA	00H15	17H15	17H30	viernes	Cosmetóloga Esthela Arciniega E	F	Informar y dar a conocer la importancia de la cosmética natural utilizando productos propios de la región.
Reprise de Cultura al Aire	00H30	17H30	18h00	lunes a viernes	Lic. Lisseth Zhuma	F	Difusión de contenidos interculturales dando a conocer costumbres y tradiciones del territorio, a través de entrevistas
Noticiero Integra Noticias-Segunda Emisión	1h00	18h00	19h00	lunes a viernes	Lic. Homar Rogel Encalada	I	Informativo. Informaciones de la comunidad. Noticias provinciales, nacionales e internacionales.
Educa Radio	00h10	19h00	19h10	lunes a viernes	SECOM Y MINISTERIO DE EDUCACION	F	contenidos de entretenimiento y educativos dirigidos a niños, niñas, jóvenes, adultos, y adultos mayores del Ecuador.
Al rescate de la Música Nacional	1h20	19h10	20h30	lunes a viernes	Lic. Homar Rogel Encalada	F	Costumbres, turismo y leyendas, Música Ecuatoriana.
FM HIT	1H30	20H30	22H00	lunes a jueves	Sr. Francisco Rogel Encalada	E	Música, baladas, saludos, complacencias, consejos juveniles, audios motivadores, Consultorio Dra. Miralles (radialistas)
Lo llevo en la Sangre	01H30	20h00	22h00	viernes	Sr. Jorge Calderón	E	Programa musical dedicado a la cultura del rock y metal.

### FIN DE SEMANA

Nombre del programa	Duración	H. Inicio	Hora fin	Días	Responsable	Clasificación pública	Contenido
Despierta Ecuador	1h30	05h00	06h30	sábado	Lic. Homar Rogel Encalada	F	Miscelánea, programas de caficultura, seguridad alimentaria, información. Música ecuatoriana. Flash de Noticias
Ciudadanía Activa	2h00	06h30	08h30	Sábado	Lic. Erwin Bravo y Srta. Lisseth Zhuma	O	Programa de opinión ciudadana, noticias, entrevistas en vivo.
Informativo GADM Pindal	0h10	8H30	08H40	Sábado	GAD Pindal	I	Informático municipal contratado
Rumba Tropical	3h00	08h40	12h00	Sábado	Danny Arboleda	E	Programa musical Bailable, mezclas en vivo. Promoción de artistas y música ecuatoriana.
Sintonía Musical	1H00	12h00	13h00	Sábado	Sin conducción (programado)	E	Música variada
Fiesta Musical	4h00	13h00	17h00	Sábado	Danny Arboleda	E	Programa musical Bailable, mezclas en vivo. Promoción de artistas y música ecuatoriana.

La Minga del Sur	1h00	17h00	18h00	Sábado	Miguel Ángel Saca	F	Temas productivos, de emprendimiento y turístico
Cantares Ecuatorianos	1h00	18h00	19h00	Sábado y domingo	CIESPAL	F	Música ecuatoriana, biografías, entrevistas, artistas ecuatorianos.
Educa Radio	00h10	19h00	19h10	sábado y domingo	SECOM Y MINISTERIO DE EDUCACION	F	contenidos de entretenimiento y educativos dirigidos a niños, niñas, jóvenes, adultos, y adultos mayores del Ecuador.
Sábados Románticos	2h50	19h10	22h00	Sábado	Sr. Francisco Rogel Encalada	E	Programación musical romántica.
Despierta Ecuador	2h00	05h00	07H00	domingo	Lic. Homar Rogel Encalada	F	Miscelánea, programas de caficultora, seguridad alimentaria, información. Música ecuatoriana. Flash de Noticias
Latinoamérica Viva	1h00	07h00	08h00	Domingo	CIESPAL	E	Programa de música latinoamericana
Misa Dominical	1h00	08h00	09h00	Domingo	Iglesia católica de Alamor	F	Trasmision de la Misa dominical iglesia católica de Alamor
Fiesta Musical	4H00	09H00	13H00	Domingo	Danny Arboleda	E	Programa musical Bailable, mezclas en vivo. Promoción de artistas y música ecuatoriana.
Voces Comprometidas	00h15	13h00	13h15	Domingo	PRODH	I	Difusión de noticias enmarcadas en la defensa de los derechos de las personas
Domingo Rumbero	03H45	13H15	16H00	Domingo	Diego Esobar y Leonardo Malla	E	Programa musical Bailable, mezclas en vivo. Promoción de artistas y música ecuatoriana.
Vivir en Comunidad	00h30	16h00	16h30	Domingo	Juan Carlos Torres, Ginger Guerrero, Mary Manzanillas, Dalinda Sarango y Nixon Guerrero	F	Programa pregrabado conducido por jóvenes que difunde contenidos para promover el turismo comunitario y entrevistas a personas adultas mayores sobre costumbres de antaño combinado con segmento de educación tecnológica y promoción de artistas locales
Sintonía Musical	1H00	16h30	17h30	Domingo	Sin conducción (programado)	E	Música variada
Reprise Cultura al Aire	0:30	17h30	18h00	domingo	Lisseth Zhuma	F	Difusión de contenidos interculturales dando a conocer costumbres y tradiciones del territorio, a través de entrevistas
Tercer Tiempo	1h50	19h10	21h00	Domingo	Ab. Marco Bolívar Apolo	D	Información deportiva local, nacional e internacional
Sintonía Musical	1h00	21h00	22h00	Domingo	Sin conduccion (programado)	E	Música variada

Nombre del Medio:	<b>El Buen Pastor PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIO</b>			
Fecha de presentación (dd/mm/aaaa):		Clasificación del Medio:	<b>FM</b>	

Nota: en varios campos encontrará categorías de opciones, de clic en las celdas y aparecerá una flecha, la misma que permitirá seleccionar su respuesta.

N°	Nombre del Programa o Segmento	Tipo de Producción	Descripción del Programa o Segmento	Tipo de contenido del Programa o Segmento	ACCESIBILIDAD					Público Objetivo	Clasificación de Audiencia
					Traducción a Lenguas Ancestrales	Traducción a Lenguas Modernas	Acceso WEB	Otro (Especifique cuál)	Ninguna		
1	Los colores de la Oscuridad	Co Producción	Programa de los No videntes apoyo de la casa de la cultura Ecuatoriana	Formativo / educativo /cultural - F	NO	SI	NO			Todo público	Familiar
2	EDUCA	Co Producción	Diferentes formatos de productos del ministerio de Educacion	Formativo / educativo /cultural - F	SI	NO	NO			Niños-niñas - adolescentes	Familiar
3	Florilegio	Co Producción	Programa cultural de musica ecuatoriana apoyo de la casa de la cultura Ecuatoriana	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	SI			Todo público	Familiar
4	Dios Wan Rinashpa	Propio del Medio	Programa de apoyo a toda la familia	Formativo / educativo /cultural - F	SI	NO	NO			Todo público	Familiar
5	Hablando con Dios	Propio del Medio	Programa de apoyo a toda la familia en Kichwa	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	NO			Todo público	Familiar
6	Ecuador en contacto Noticiero Red Corape	Co Producción	Noticias con reportes a nivel nacional	Informativo - I	NO	NO	NO			Adultos	Responsabilidad Compartida
7	Noticiero Saraguro al Día I	Propio del Medio	Noticias Locales y nacionales	Informativo - I	SI	SI	NO			Adultos	Responsabilidad Compartida
8	Avance Informativo CORAPE	Co Producción	Avance de noticias	Informativo - I	NO	SI	NO			Todo público	Familiar
9	Enfoque a la familia	Co Producción	Consejería a toda la familia	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	NO			Todo público	Familiar
10	Vida en familia hoy	Co Producción	Consejería a toda la familia	Formativo / educativo /cultural - F	SI	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
11	Construyendo un futuro mejor	Propio del Medio	Consejería a toda la familia	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	NO			Adultos	Familiar



12	Programa Ecuador País Equinoccial	Co Producción	Programa cultural de musica ecuatoriana apoyo de la casa de la cultura Ecuatoriana	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
13	Informativo Vozandes (Quito)	Co Producción	Noticias	Informativo - I	NO	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
14	Contacto Sur ALER	Co Producción	Noticias a nivel de toda suramerica	Informativo - I	NO	NO	NO			Niños-niñas - adolescentes	Familiar
15	Agora Democratica CORAPE	Co Producción	Entrevistas temas de interes nacional	Informativo - I	NO	NO	NO			Todo público	Familiar
16	Un mensaje a la conciencia	Co Producción	Informe del presidente	De Opinión - O	NO	NO	NO			Todo público	Familiar
17	Noticiero Saraguro al Día II	Propio del Medio	Noticias Locales y nacionales	Informativo - I	NO	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
18	Desencadenados	Co Producción	Radioteatro	Informativo - I	NO	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
19	La Minga	Co Producción	Programa para las parroquias del canton Loja	Entretenimiento - E	NO	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
20	Narcóticos anónimos	Propio del Medio	Consejeria juvenil	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	NO			Adultos	Responsabilidad Compartida
21	Revista Deportiva	Propio del Medio	Noticias deportivas	Entretenimiento - E	NO	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
22	Generación Sin Limites	Propio del Medio	Consejeria juvenil	Entretenimiento - E	NO	NO	NO			Todo público	Responsabilidad Compartida
23	Alcohólicos anónimos	Propio del Medio	Consejeria	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	NO			Adultos	Familiar
24	Llamada de Medianoche	Co Producción	Opinion de sucesos internacionales	De Opinión - O	NO	NO	NO			Adolescentes y Jóvenes	Responsabilidad Compartida
25	Espacio musical	Co Producción	Musica nacional, latinoamerica e internacional	Entretenimiento - E	NO	NO	NO			Todo público	Familiar
26	El Pueblo Soy Yo	Co Producción	Cultura e historia Local	Formativo / educativo /cultural - F	NO	NO	NO			Adolescentes y Jóvenes	Familiar
27	Inka Shimi Minka	Propio del Medio	radio revista de cultura y tradicion para la reivindicacion del idioma Kichwa	Formativo / educativo /cultural - F	NO	SI	NO			Todo público	Familiar

Origen del Contenido	Hora de inicio del programa (hh:mm:ss)	Hora de fin del programa (hh:mm:ss)	DÍAS DE TRANSMISIÓN (Marque con una X los días que se transmite el programa o segmento)							Duración del programa sin publicidad (hh:mm:ss)	Duración de la autopromoción (hh:mm:ss)	Duración de la publicidad (hh:mm:ss)	Tiempo total de duración del programa (hh:mm) Auto calculada	Retransmisión del programa	Número de veces de retransmisión del programa	Frecuencia de retransmisión
			Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo							
Producción Nacional	10:05:00	11:00:00		x				x		0:52:00	0:02:00	0:06:00	<b>1:00:00</b>	No	1	Semanal
Producción Nacional	9:08:00	9:30:00	x	x	x	x	x	x	x	0:24:00	0:01:00	0:06:00	<b>0:31:00</b>	No	2	Diaria
Producción Nacional	8:00:00	9:00:00	x	x	x	x	x			0:23:00	0:02:00	0:05:00	<b>0:30:00</b>	No	1	Diaria
Producción Nacional	5:00:00	6:00:00	x				x			0:53:00	0:02:00		<b>0:55:00</b>	Si	0	Semanal
Producción Nacional	6:00:00	6:30:00	x				x			0:22:00	0:01:00	0:02:00	<b>0:25:00</b>	Si	0	Semanal
Producción Nacional	6:30:00	7:00:00	x	x	x	x	x			0:58:00	0:02:00		<b>1:00:00</b>	Si	0	Diaria
Producción Nacional	7:00:00	8:00:00	x	x	x	x	x			0:56:00	0:01:00	0:03:00	<b>1:00:00</b>	No	0	Diaria
Producción Nacional	9:00:00	9:05:00	x	x	x	x	x			0:26:00	0:01:00	0:03:00	<b>0:30:00</b>	No	0	Diaria
Producción Nacional	9:30:00	10:00:00	x	x	x	x	x			0:27:00	0:01:00	0:02:00	<b>0:30:00</b>	No	2	Diaria
Producción Nacional	10:00:00	10:15:00							x	0:50:00	0:01:00	0:03:00	<b>0:54:00</b>	No	0	Diaria
Producción Nacional	10:05:00	11:00:00			x				x	0:58:00	0:02:00	0:00:00	<b>1:00:00</b>	No	1	Diaria
Producción Iberoamericana	11:05:00	12:00:00	x	x	x	x	x			0:45:00	0:00:00	0:00:00	<b>0:45:00</b>	No	0	Diaria
Producción Iberoamericana	12:00:00	12:30:00	x	x	x	x	x			0:00:00	0:00:00	0:00:00	<b>0:00:00</b>	No	0	Diaria
Producción Internacional	12:00:00	12:15:00			x					0:03:30	0:00:30	0:01:00	<b>0:05:00</b>	Si	0	Diaria
Producción Nacional	12:15:00	13:15:00			x					0:12:00	0:01:00	0:02:00	<b>0:15:00</b>	Si	0	Diaria
Producción Nacional Independiente	10:15:00	10:20:00	x	x	x	x	x			0:14:00	0:01:00	0:00:00	<b>0:15:00</b>	Si	3	Diaria

Producción Nacional Independiente	12:30:00	13:00:00	x	x	x	x	x			0:28:00	0:02:00	0:00:00	<b>0:30:00</b>	Si	0	Diaria
Producción Iberoamericana	14:30:00	15:00:00					x			0:55:00	0:00:00	0:00:00	<b>0:55:00</b>	Si	1	Semanal
Producción Nacional Independiente	18:00:00	19:00:00	x	x	x	x	x			0:48:00	0:02:00	0:05:00	<b>0:55:00</b>	Si	0	Diaria

Producción Nacional Independiente	19:30:00	20:00:00							x	0:25:00	0:02:00	0:03:00	<b>0:30:00</b>	No	0	Semanal
Producción Nacional	20:00:00	21:30:00	x	x	x	x	x			0:14:30	0:00:00	0:00:30	<b>0:15:00</b>	Si	0	Diaria
Producción Iberoamericana	20:00:00	22:00:00							x	0:43:00	0:01:00	0:01:00	<b>0:45:00</b>	No	0	Semanal
Producción Nacional	9:00:00	10:00:00						x		3:50:00	0:10:00	0:00:00	<b>4:00:00</b>	No	0	Semanal
Producción Nacional	12:00:00	12:30:00	x					x		0:25:00	0:01:00	0:04:00	<b>0:30:00</b>	No	1	Semanal
Producción Nacional	15:00:00	17:00:00	x	x	x	x	x	x	x	0:29:00	0:01:00	0:00:00	<b>0:30:00</b>	Si	3	Semanal
Producción Nacional	17:00:00	18:00:00							x	0:50:00	0:01:00	0:09:00	<b>1:00:00</b>	No	0	Semanal
Producción Nacional	18:00:00	19:00:00							x	0:30:00	0:00:00	0:00:00	<b>0:30:00</b>	No	0	Semanal

## ÍNDICE

<b>PORTADA</b> .....	i
<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	ii
<b>AUTORÍA</b> .....	iii
<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b> .....	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	v
<b>DEDICATORIA</b> .....	vi
<b>MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO</b> .....	vii
<b>MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS</b> .....	viii
<b>ESQUEMA DE TESIS</b> .....	ix
<b>a. TÍTULO</b> .....	1
<b>b. RESUMEN</b> .....	2
<b>ABSTRACT</b> .....	3
<b>c. INTRODUCCIÓN</b> .....	4
<b>d. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	6
Qué es la comunicación .....	6
La Radio .....	9
Los medios de comunicación comunitarios .....	14
Parrilla de programación .....	16
Radio comunitaria.....	17
<b>MARCO LEGAL</b> .....	29
<b>e. MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	34
<b>f. RESULTADOS</b> .....	37
<b>g. DISCUSIÓN</b> .....	66
<b>h. CONCLUSIONES</b> .....	70
<b>i. RECOMENDACIONES</b> .....	71
➤ <b>PROPUESTA ALTERNATIVA</b> .....	72
<b>j. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	83
<b>k. ANEXOS</b> .....	86

<b>a. TEMA.....</b>	<b>87</b>
<b>b. PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>88</b>
<b>c. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>92</b>
<b>d. OBJETIVOS.....</b>	<b>94</b>
<b>e. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>95</b>
<b>f. METODOLOGÍA.....</b>	<b>120</b>
<b>g. CRONOGRAMA.....</b>	<b>121</b>
<b>h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....</b>	<b>122</b>
<b>i. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>123</b>
<b>OTROS ANEXOS .....</b>	<b>124</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>139</b>