



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:

MAGISTER EN COMUNICACIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS

**TEMA: PERCEPCIÓN DE LA INCIDENCIA DE LOS CONTENIDOS DE LAS RADIOS
COMUNITARIAS EN EL MARCO DE LA SOSTENIBILIDAD Y EL DESARROLLO
HUMANO DE LAS COMUNIDADES SALINAS Y SIMIATUG DEL CANTÓN
GUARANDA EN EL AÑO 2018**

AUTORA: LCDA. MARYURI GARCIA CHAGUAY

TUTORA: MGS. YILENA MONTERO REYES

**MILAGRO, MARZO 2020
ECUADOR**



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar, que he analizado el proyecto de grado realizado por la Lcda. Maryuri García Chaguay, para optar por el título de Magister en Comunicación en Medios Públicos y Comunitarios, y que acepto tutorar al maestrante, durante la etapa de desarrollo del trabajo, hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 18 de marzo del 2020

FIRMA DEL TUTOR: 

C.I: 1726990873




UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo del Departamento de Postgrado de la Universidad de Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro título o grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 20 de marzo del 2020

FIRMA DEL MAESTRANTE: 
C.I: 120596719-1



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO INSTITUTO DE
POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTÍNUA**

CERTIFICACIÓN DE DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Magíster en Entrenamiento Deportivo, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENCTICA	57.33
DEFENSA ORAL	39.67
TOTAL	96.67
EQUIVALENCIA	EXCELENTE

**Dra. Yilena Montero Reyes
TUTOR/A DEL PROYECTO**

**MSc. Luis Roser Constante
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL**

**MSc. Andrea Velasco Donoso
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por guiarme siempre por el camino del bien y darme la oportunidad, paciencia y sabiduría necesaria en mis estudios para la obtención del presente título; a mi madre y padre quienes con su esfuerzo, sacrificio y ejemplo intachable han conseguido que sea una gran persona y una excelente profesional. A mi esposo e hijo que con su amor y dedicación ayudaron hacer posible este logro. A mi hermano, familia, amigas y amigos por darme ese afecto, apoyo y animo de seguir adelante. A todos ellos que Dios los colme de bendiciones y tengan presente mi gratitud y estima de por vida.

Lcda. Maryuri García

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme obtener un logro más en mi vida. Mi más sincero y especial agradecimiento al Departamento de Investigación y Posgrado de la Universidad Estatal de Milagro, por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico para poder estudiar mi Posgrado, así como también a sus autoridades y planta docente. Agradezco también, de manera especial a mi asesora de Tesis Msg. Yilena Montero Reyes, por el compromiso y responsabilidad en la dirección de este trabajo, su colaboración, sugerencias y orientaciones me permitieron culminar la presente Tesis.

A todos ellos mi eterno agradecimiento.

Lcda. Maryuri García

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

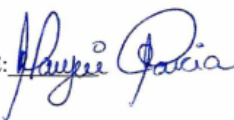
Ingeniero
Fabricio Guevara Viejo
RECTOR
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente se procede hacer la entrega de Cesión de derechos de autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención del título de Cuarto Nivel, cuyo tema es: PERCEPCIÓN DE LA INCIDENCIA DE LOS CONTENIDOS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN EL MARCO DE LA SOSTENIBILIDAD Y EL DESARROLLO HUMANO DE LAS COMUNIDADES SALINAS Y SIMIATUG DEL CANTÓN GUARANDA EN EL AÑO 2018. Y corresponde al Departamento de Investigación y Postgrado.

Milagro, 28 de abril del 2020

FIRMA DEL MAESTRANTE:

C.I. 120596719-1



ÍNDICE

Tabla de contenido

TEMA.....	15
RESUMEN	15
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
Breve presentación de la problemática.....	16
Importancia y actualidad del tema	22
Objetivos de la Investigación	25
Aporte práctico de la investigación	26
Originalidad y novedad científica de la investigación.....	27
1. CAPÍTULO I	27
EL PROBLEMA.....	27
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	27
1.1.1 Problematización. Origen y descripción del problema, causas, consecuencias, pronóstico y control del pronóstico.....	28
1.1.2 Delimitación del problema.....	29
1.1.3 Formulación del problema, en relación con el problema general de investigación, asociando una variable independiente con una o más variables dependientes.	29
1.1.4 Sistematización del problema en relación con los sub-problemas.....	29
1.1.5 Determinación del tema en relación con las variables del problema	30
1.2. OBJETIVOS.....	30
1.3. Objetivo General de la Investigación en relación con las variables definidas en el problema general.	30
1.3.1. Objetivos Específicos de Investigación para el cumplimiento del objetivo general y en relación con los sub-problemas	30
1.4. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN	31
CAPÍTULO II	32
MARCO TEÓRICO	32
2.1 BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES	32
2.1.1 Teorías y fundamentos teóricos	32
2.2 MARCO REFERENCIAL	39

2.2.1 Antecedentes Históricos	39
2.2.2 Antecedentes Referenciales	40
2.2.3 Fundamentación	46
Fases de la percepción	50
Desarrollo humano y sostenible	51
Medios de Comunicación.....	56
Comunidad.....	57
Medios de comunicación comunitarios.....	59
IMPORTANCIA.....	61
EMPLEO DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN FUNCIÓN DE LAS COMUNIDADES	62
FUNCIÓN DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS.....	62
COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL	63
LA UTOPIA EN CUANTO A COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL	63
Medios de Comunicación en práctica.....	65
Apoyo para los medios de comunicación comunitarios	65
2.2 MARCO LEGAL.....	66
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	67
Glosario de Términos	67
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	69
2.4.1 Hipótesis General Responde a la formulación del problema.	69
2.4.2 Hipótesis Particulares Responde a las preguntas de la sistematización del problema.	69
2.4.3 Declaración de Variables.....	69
Variable Independiente: Percepción de la incidencia de los contenidos de las radios comunitarias	71
CAPÍTULO III	80
MARCO METODOLÓGICO	80
3.1 Tipo de investigación	80
3.2 Población y Muestra	81
3.2.1 Características de la población	81
3.2.2 Delimitación de la población.....	81
3.2.3 Tipo de muestra	82
3.2.4 Tamaño de la muestra	82
3.2.5 Proceso de selección	82
3.3 Los Métodos y las Técnicas	82

3.3.1 Métodos teóricos	82
1.3.2 Métodos empíricos	83
1.3.3 Técnicas e instrumentos	83
PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	84
Análisis y tabulación de datos.....	84
Confiabilidad de los instrumentos	85
Procesamiento y Análisis	86
Plan de Procesamiento de la Información	86
GRUPOS FOCALES	86
El grupo focal realizado, permitió obtener los siguientes resultados:	88
ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN EN LA AUDIENCIA.....	96
CONCLUSIONES DEL CUESTIONARIO APLICADO:.....	141
CAPÍTULO IV	144
4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	144
4.2 PROPUESTA	146
4.2.1 Tema	146
4.2.2 Justificación.....	146
4.2.3 Fundamentación	148
4.2.4 Objetivos	149
4.2.5 Estudio De Factibilidad.....	149
4.2.6 Descripción de la Propuesta.....	149
Producción radial desde los principios de la identidad, desarrollo humano y sostenibilidad.	150
Movilización Social.....	157
Temáticas que generan mayor interés para la participación	158
Autogestión Comunitaria.....	158
Estrategias de Motivación para generar la organización y autogestión comunitaria	159
4.2.6.1 Actividades.....	160
4.2.6.2 Recursos, análisis financiero	160
4.2.6.4 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	166
4.3 DISCUSIÓN	166
CONCLUSIONES.....	167
RECOMENDACIONES.....	169
BIBLIOGRAFÍA.....	170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antecedentes del tema **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 2. Enfoques de desarrollo humano y sostenible desde las radios comunitarias **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 3. Operacionalización de las Variables **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 4. Plan de Recolección de Información **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 5. Nivel de instrucción **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 6. Género **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 7. Edad **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 8. Ocupación del encuestado **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 9. Experiencia **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 10. Conocimiento sobre la radio Salinerito **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 11. Frecuencia que escucha la radio Salinerito **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 12. Horarios en los que escucha la radio mayormente **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 13. Temáticas de la radio sobre memoria colectiva y organización social de la comunidad..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 14. Programación de la radio **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 15. Principales temas que ofrece la radio **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 16. Contenidos representativos del desarrollo humano y sostenible . **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 17. Alternativas de participación **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 18. Interculturalidad e integración social..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 19. Acciones que realiza la radio en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 20. La radio como espacio de diálogo, de respeto a la diversidad y democratización de la comunicación..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 21. La radio como mediadora en la solución de problemas de la comunidad **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 22. La democracia desde la radio **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 23. La aplicación del derecho a la comunicación desde la radio **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 24. La búsqueda del interés o el bien común..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 25. La defensa de intereses generales, no de los particulares..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 26. Grado de compromiso y la capacidad de la emisora para brindar un producto de calidad **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 27. El respeto a la libertad de expresión..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 28. Asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, al mismo tiempo que son portavoces de las minorías. **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 29. Proporcionar información y entretenimiento, motivar a los sujetos sociales y concientizarles del beneficio de aprovechar la educación, cultura, afianzamiento de la identidad nacional, generación de conciencia ciudadana..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 30. Importancia de tener responsabilidad social. **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 31. Conocimiento de sostenibilidad social, económica y ambiental ... **¡Error! Marcador no definido.**

- Tabla 32. Respeto a la diversidad, a los derechos humanos y de género, a la equidad social y la prevención de la violencia de género **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 33. Comunica aspectos relevantes contribuyendo a generar en los oyentes, conocimientos, nuevas iniciativas, intereses, aspiraciones, así como una actitud transformadora ante las problemáticas existentes..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 34. Facilita que la población participe en la planeación y evaluación de los servicios y programas. **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 35. Rescate de costumbres y tradiciones, preocupación por la situación de toda la gente, siendo considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos. **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 36. ¿Se genera un proceso de construcción de ciudadanía desde la radio, en la medida que propician espacios de diálogo y debate, así como la participación de la ciudadanía en la conformación de los programas? **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 37. ¿La radio realiza un Trabajo social mediante Talleres de formación y capacitación, para difundir información como responsabilidad social? **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 38. Recolección, reciclaje y manejo de desechos **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 39. Conciencia ambiental **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 40. Prevención de enfermedades y consumo de drogas **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 41. Participación en programas orientados a la familia..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 42. Solución de problemas a la comunidad que tengan la información veraz, transparente y oportuna **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 43. Articulación con entes gubernamentales en pro de una vida más justa y humana. **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 44. Talleres, orientación basada en mantener la cohesión social para cubrir necesidades presentes y persecución de objetivos **¡Error! Marcador no definido.**
- Tabla 45. Impulsa estrategias: sostenibilidad social, relaciones sociales, evolución social y legitimidad. **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Aspectos de las radios comunitarias	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 2. Características de un medio público	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 3. Nivel de instrucción	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 4. Género	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 5. Edad	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 6. Ocupación del encuestado	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 7. Experiencia	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 8. Conocimiento sobre la radio Salinerito	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 9. Frecuencia de escucha de la radio Salinerito	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 10. Horarios en los que escucha la radio mayormente	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 11. Programación de la radio	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 12. Principales temas que ofrece la radio	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 13. Contenidos que contribuyen al desarrollo humano y sostenible	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 14. Mecanismos de participación	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 15. Diversidad, pluralidad e integración social	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 16. Acciones que realiza la radio en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano .	¡Error! Marcador no definido.
Marcador no definido.	
Gráfico 17. Desarrollo de capacidades de comunicación e interrelación, diálogo entre personas, grupos, para la representación de saberes y conocimientos culturalmente distintos desde la radio.	¡Error! Marcador no definido.
Marcador no definido.	
Gráfico 18. Participación social, la representación y análisis de los problemas de la comunidad desde la radio	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 19. La democracia desde la radio	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 20. La aplicación del derecho a la comunicación.	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 21. La búsqueda del interés o el bien común	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 22. La defensa de intereses generales, no de los particulares	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 23. Grado de compromiso y la capacidad de la emisora para brindar un producto de calidad	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 24. El respeto a la libertad de expresión	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 25. Asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, al mismo tiempo que son portavoces de las minorías.	¡Error! Marcador no definido.

Gráfico 26. Proporcionar información y entretenimiento, motivar a los sujetos sociales y concientizarles del beneficio de aprovechar la educación, cultura, afianzamiento de la identidad nacional, generación de conciencia ciudadana..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 27. Importancia de tener responsabilidad social. **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 28. Conocimiento de sostenibilidad social, económica y ambiental **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 29. Respeto a la diversidad, a los derechos humanos y de género, a la equidad social y la prevención de la violencia de género **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 30. 1. Comunica aspectos relevantes contribuyendo a generar en los oyentes, conocimientos, nuevas iniciativas, intereses, aspiraciones, así como una actitud transformadora ante las problemáticas existentes. **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 31. Facilita que la población participe en la planeación y evaluación de los servicios y programas. **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 32. Rescate de costumbres y tradiciones, preocupación por la situación de toda la gente, siendo considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos. **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 33. Proceso de construcción de ciudadanía desde la radio, en la medida que propician espacios de diálogo y debate, así como la participación de la ciudadanía en la conformación de los programas. **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 34. Trabajo social mediante Talleres de formación y capacitación desde la radio..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 35. Recolección, reciclaje y manejo de desechos **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 36. Conciencia ambiental **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 37. Prevención de enfermedades y consumo de drogas **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 38. Participación en programas orientados a la familia..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 39. Solución de problemas a la comunidad que tengan la información veraz, transparente y oportuna **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 40. Articulación con entes gubernamentales en pro de una vida más justa y humana. **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 41. Talleres, orientación basada en mantener la cohesión social para cubrir necesidades presentes y persecución de objetivos..... **¡Error! Marcador no definido.**

Gráfico 42. Impulsa estrategias: sostenibilidad social, relaciones sociales, evolución social y legitimidad. **¡Error! Marcador no definido.**

TEMA

PERCEPCIÓN DE LA INCIDENCIA DE LOS CONTENIDOS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN EL MARCO DE LA SOSTENIBILIDAD Y EL DESARROLLO HUMANO DE LAS COMUNIDADES SALINAS Y SIMIATUG DEL CANTÓN GUARANDA EN EL AÑO 2018.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo fundamental, determinar la percepción de la población en cuanto al aporte de las radios comunitarias del cantón Guaranda, parroquia Salinas, para la construcción de la sostenibilidad y el desarrollo humano a nivel parroquial, tomando como muestra, la radio comunitaria Salinerito durante el año 2018. La investigación se realizó enmarcada en un enfoque cualitativo y cuantitativo con métodos y técnicas participativas, para el trabajo con las audiencias desde los grupos focales y la aplicación de cuestionarios, con carácter descriptivo y fundamentado en el análisis crítico de los contenidos y estrategias comunicacionales, empleadas por la radio en estudio. Todo ello permitió realizar un análisis comparativo entre las radios comunitarias y privadas, como premisas para determinar si los medios comunitarios inciden mayor o menormente, en el desarrollo humano y la sostenibilidad (entiéndase un andamiaje que comprende lo social, lo económico, lo político y lo cultural) desde los mensajes y contenidos emitidos, comparado con las radios privadas. Como resultados, se considera una propuesta de lineamientos que pueden ser considerados por las radios comunitarias para la promoción del desarrollo humano y la sostenibilidad tomando en cuenta la realidad de cada territorio.

Palabras Claves: sostenibilidad, desarrollo, radio comunitaria, estrategias.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the perception of the population regarding the contribution of the community radios of the Guaranda canton, Salinas parish, for the construction of sustainability and human development at the parish level, taking as a sample the community radio Salinerito during the year 2018. The search was carried out framed in a qualitative and quantitative approach with participatory methods and techniques, for the work with the audiences from the focus groups and the application of questionnaires, with descriptive character and based on the critical analysis of the content and communications strategies, used by the radio under study. All this allowed for a comparative analysis between community and private radio stations, as premises to determine whether community media have a greater or lesser impact on human development and sustainability (understanding a scaffold that includes the social, economic, political and cultural) from the messages and content broadcast, compared to private radios. As a result, it is considered a proposal of guidelines that can be considered by community radio stations for the promotion of human development and sustainability taking into account the reality of each territory.

Key Words: sustainability, development, community radio, strategies.

INTRODUCCIÓN

Desde los principios constitucionales en Ecuador, se reconoce el derecho de toda la ciudadanía, nacionalidades y pueblos, de contar con los medios y canales necesarios para que puedan tener libertad de pensamiento, expresión, organización y movilización (Constitución del Ecuador, 2008). Sin dudas, la comunicación es determinante y con ello, los medios, que posibiliten y faciliten este derecho, ejerciendo un rol protagónico a nivel social, comprometiéndose con el cambio y las condiciones sociales, culturales, políticas, ambientales de cada contexto o región.

Breve presentación de la problemática

Los medios comunitarios poseen un rol esencial en la democratización de la comunicación y representación de la interculturalidad. La comunicación, al ser reconocida como derecho, abre un nuevo escenario a la ciudadanía, nacionalidades y pueblos de Ecuador para que ejerzan su expresión, como elemento fundamental del ejercicio de este derecho; a esto se suma el derecho a ser informados correctamente y ser consultados en todos los asuntos que les afecten. La

comunicación, además de ser un derecho, es una forma privilegiada para ejercer otros derechos y es un proceso de formación y fortalecimiento de actores: una práctica potenciadora de las capacidades de la ciudadanía, nacionalidades y pueblos ecuatorianos para que puedan enfrentar los problemas de desarrollo de sus localidades.

En el caso de Ecuador, la comunicación como derecho está siendo poco a poco promocionada y ejercida. A pesar de ello, la mayoría de la población ecuatoriana aún no cuenta con espacios para ejercer este derecho, sus expresiones, voces y opiniones no cuentan con canales comunicacionales propios, por lo que no son parte de la opinión pública, quedando fuera del imaginario social en la construcción de una sociedad democrática. Esto se agrava más aún, cuando se hace referencia a las nacionalidades y pueblos ecuatorianos.

En los diferentes ámbitos en los que se desenvuelven cotidianamente las nacionalidades y pueblos de Ecuador existen limitados espacios de comunicación y participación, es decir, sus posibilidades de expresarse, ser escuchados, organizarse y movilizarse socialmente con libertad y autodeterminación son mínimas, repercutiendo negativamente, porque sus conocimientos, capacidades y destrezas relacionadas con la comunicación, la participación y el liderazgo no son potenciadas, al contrario, son obstaculizadas; las nacionalidades y pueblos no son reconocidos y aceptados con sus derechos en los diferentes ámbitos en los que viven cotidianamente, siendo

excluidos, social, cultural y políticamente; se refuerza una conducta pasiva, de obediencia y dependencia en estos grupos, limitando el desarrollo de una cultura activa favorable al ejercicio de sus derechos; los espacios en los que conviven cotidianamente no favorecen su comunicación y participación, propiciando condiciones para que exista un mayor abuso y explotación (Barragán, 2016).

Ante esta realidad, las radios comunitarias se han convertido en una alternativa viable para contrarrestar justamente, la inequidad social en cuanto al acceso a la comunicación y la posibilidad de poder expresarse. Se sitúan como una gran oportunidad para el cambio social y desarrollo en la medida que propician los espacios necesarios para que todas las personas, miembros de las comunidades, ejerzan su derecho a comunicar, a expresar, a dialogar y a intercambiar. Se convierten las radios en espacios de discusión, debate, siendo un actor determinante para propiciar y contribuir a generar desarrollo, solución de problemas y difusión de las necesidades, del sentir de la comunidad, asegurando la comunicación libre y plural.

En este sentido, se hace necesario el análisis de la percepción que tienen las comunidades sobre el rol de las radios comunitarias, si se considera que conocer la opinión de la audiencia, favorecerá las mejoras institucionales y el fortalecimiento de las radios. Medir el aporte de las radios comunitarias al desarrollo humano y sostenible de las localidades y regiones, resulta indispensable, más aún cuando se conoce previamente, que resultan insuficientes dichos aportes a distintas comunidades, como es el caso del cantón Guaranda y el rol que determina la radio comunitaria Salinerito. El análisis de los hechos observados, permitió identificar carencias en cuanto a las estrategias comunicacionales empleadas por la radio, los espacios que mantienen no abordan los temas que constituyen problemáticas para la comunidad, por lo que la comunidad ha dejado de identificarse totalmente con la radio.

Apuntar a una comunicación en correspondencia con el desarrollo humano y sostenible, conlleva a entender que comunicar es un mecanismo eficiente para transformar el entorno, proteger los recursos, incorporar nuevos derechos, difundir mensajes que aborden la importancia y necesidad de garantizar todas las oportunidades posibles para los ecosistemas, en los que el hombre y su sociedad son tanto administradores como parte. La radio se constituye en el espacio para generar una propuesta eficiente y amigable que integre diferentes voces en función del cambio social, de promover la necesidad de nuevos hábitos, prácticas, que garanticen el desarrollo sostenible; educar

a las personas y concientizarles de la realidad del cambio climático, así como de las problemáticas existentes como parte del desarrollo humano.

La comunicación para el desarrollo humano y sostenible debería considerar la diversidad cultural con enfoque territorial y carácter interdisciplinario. Se requiere fortalecer la comunicación de las radios comunitarias para que posibiliten soluciones a los problemas comunitarios, necesidades o potenciales de los diferentes espacios comunales donde las radios se convierten en actores del cambio, brindando apoyo en la búsqueda de soluciones a los problemas comunales a nivel de gestión y de orientación; fortaleciendo con ello, la lucha por los derechos de los ciudadanos. Desde estas perspectivas, resulta indispensable que la radio comunitaria mantenga vínculos con todos aquellos entes que se involucren con las actividades sociocomunitarias en pro de una vida más justa y humana que modifique la realidad del provenir comunitario.

Por otro lado, las acciones en función de la sostenibilidad social y el desarrollo humano, supone un rol protagónico de la radio en apoyar, acompañar a las comunidades en las mejoras de sus condiciones de vida, en relación a la salud, la vivienda, alimentación, servicios públicos, condiciones para la actividad económica, cómo canalizar los problemas de la comunidad ante los organismos competentes, así como ser un referente de orientación y educación para todas las personas del entorno. Las radios deben educar en torno a las consecuencias del cambio climático en las diversas regiones, promuevan la educación ambiental, el empoderamiento de las personas en la solución de problemas, la concientización ante la pérdida de la identidad cultural. Es decir, la radio debe desarrollar acciones en función del desarrollo humano y sostenible. Por ello, es posible afirmar que se ha constatado la existencia de una gran oportunidad para el cambio, pero aún no existe disposición, recursos y voluntad para liderarla en muchos medios comunitarios como es el caso de la radio Salinerito. En ese sentido, se puede considerar la existencia de un problema de investigación real y de urgente solución: existe un débil y desestructurado conocimiento en la difusión e integración de estrategias comunicacionales en las radios comunitarias para promover un desarrollo sostenible y humano, teniendo en cuenta el caso de la radio Salinerito en el cantón Guaranda, siendo necesario primeramente, evaluar la percepción de la ciudadanía para conocer sus criterios, opiniones en torno a la radio así como a su vez, determinar las acciones seguidas por la radio, como premisas para establecer lineamientos estratégicos que le permitan a la radio,

posicionarse en la comunidad, desde estrategias y acciones fundamentales a favor del desarrollo humano y sostenible.

La proyección de la radio hacia el fortalecimiento del desarrollo humano y sostenible posibilita a la comunidad la exposición de sus ideas, necesidades, conocimientos y proyectos para mejorar las condiciones de vida acentuando el compromiso social de las radios comunitarias con su entorno, necesario para mejorar sus vidas. Ello conlleva a repensar permanentemente sobre las acciones de las radios comunitarias en el quehacer radial alternativo siendo relevante, enunciar y proponer acciones que fortalezcan las estrategias de sostenibilidad desde la radio y permitan ampliar su visión, así como su campo de acción comunicacional desde el ámbito social, que procure desarrollar tanto convergencias discursivas, como acciones concretas relacionados para viabilizar la igualdad y sustentar la autodeterminación social.

A través de un accionar comunicacional de las radios comunitarias como el descrito en líneas anteriores, se sientan los primeros pasos de liberación de la conciencia ciudadana, lo cual permitirá interpretar la vida ciudadana, mediante nuevas formas de organizaciones y relaciones intersubjetivas entre sujetos sociales, entre estos y el Estado, así como el surgimiento de prácticas sociales acordes con la identidad propia de las comunidades, conduciendo a la construcción histórica de la sociedad comunal, posibilitando la participación constructiva en los procesos de producción e intercambio social.

Puede entonces considerarse que las acciones comunitarias que desarrollan las radios, son oportunidades para desplegar procesos de democracia participativa vinculada con los problemas y/o preocupaciones cotidianas de los ciudadanos, permitiendo la emergencia de nuevos actores colectivos, formas de construcción de subjetividades y de identidades promotoras de iniciativas que refuerzan los vínculos y generan nuevos anclajes comunitarios que puedan desplegar acciones colectivas ante los nuevos desafíos.

Lo expuesto anteriormente permite aseverar que las acciones desde la radio para promover la sostenibilidad y el desarrollo humano, exige los estudios de audiencia, el conocimiento de su percepción; la evaluación que realicen de la situación actual del medio, como referente para lograr condiciones que favorezcan la independencia comunicacional autóctona, endógena y comunal.

Es ineludible el tema de la preservación del medio ambiente y de desarrollo sostenible, definido este último, por el Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1987), como “aquel que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Comisión Brundtland, 1987, p. 25), siendo necesaria la concientización social, la formación de valores y cultura del cambio en la población, por lo que las ciencias y artes de la comunicación tienen voz y parte protagónica. La comunicación para el desarrollo, al promover entre sus lineamientos fundamentales la gestión adecuada del medio ambiente, plantea un proceso de producción de sentidos y promueve la comunicación ambiental, no restringiéndola a meros instrumentos tecnológicos o únicamente a la transmisión de información técnica del tema, sino que establece una plataforma de estudio, investigación e incidencia de la realidad del hombre y el entorno en que este se desenvuelve. Así, se privilegia la actitud, el pensamiento y la acción en los ciudadanos que propicien finalmente su empoderamiento en cada uno de los procesos de cambio por un futuro sostenible a nivel local, regional, nacional y global. Justamente para expresar dicho pensamiento y asumir tal protagonismo, surge la radio, que tiene un papel preponderante en estas experiencias sobre medio ambiente, fortalecimiento de actores en función del cambio social, empoderamiento y autonomía para lograr mejores condiciones de vida.

Por su bajo costo, su accesibilidad, su fácil manejo y potencial de difusión, la radio comunitaria es la estrella en los procesos de comunicación para el desarrollo, no solamente por las cuestiones de accesibilidad sino sobre todo por los criterios vinculantes que gestiona en sí. Cabe señalar en este punto que, dentro de la denominación de radio comunitaria, además de circunscribirse concretamente a una población sobre un territorio específico donde opera su difusión, posibilita mejor que ningún otro medio el acceso a la comunicación de toda persona en cualquier circunstancia. Así, los ciudadanos y ciudadanas que se ubican geográficamente distantes a los medios de comunicación tradicionales o que cuentan con recursos mínimos para poder acceder a éstos, tienen en las radios comunitarias el canal de comunicación por excelencia de sus necesidades e intereses.

La comunicación no solo es un derecho sino también una oportunidad para el desarrollo, oportunidad puede nacer desde el mismo espacio vital donde se desenvuelven las necesidades. Enfocarse al desarrollo humano y sostenible desde las radios comunitarias, podría garantizar

innovación y diversificación productiva en las comunidades, contribuir a reducir el riesgo y la vulnerabilidad frente a los cambios sociales y contrarrestar las problemáticas existentes, fortaleciendo la identidad cultural, el desarrollo de las comunicaciones, la economía y el bienestar, que impliquen el mejoramiento de la calidad de vida (Sili, 2005).

Las radios comunitarias deben constituirse como proyectos sociales viables y sostenibles, que ejecuten actividades sociales, culturales y formativas, a través del establecimiento de nuevas y fuertes relaciones entre los diversos sectores de la comunidad local e impulsando la discusión pública sobre la sostenibilidad. En ese sentido, los espacios de comunicación en la que se desenvuelve la presente investigación son las radios comunitarias del cantón Guaranda, en este caso, la radio Salinerito; los actores involucrados son los colaboradores de estos medios alternativos y su respectivo público oyente; finalmente, las prácticas y lenguajes o códigos de comunicación relacionados con el objeto de estudio son aquellas referidas a la locución en los diversos programas radiales que emiten, con especial incidencia en aquellos donde el tema ambiental, social, cultural, político y de desarrollo sostenible suscitan diálogo y participación que motivan y despiertan diversas iniciativas sociales a favor del bienestar social.

La misión de las radios comunitarias debe ser aportar en el fortalecimiento de la identidad y los valores, la construcción de ciudadanía y la concertación para contribuir a la calidad de vida que suscite en las comunidades valores, actitudes positivas de integración y solidaridad, una auténtica consciencia ambiental participativa e inclusiva que garantice la preservación de la diversidad.

Importancia y actualidad del tema

Es evidente la importancia de tener como punto de partida, la razón fundamental de existencia de un medio comunitario de comunicación, en este caso, la radio, los cuales deben enfocarse siempre a representar a las mayorías, a las culturas y grupos sociales marginados. Constituyen propuestas de comunicación –especialmente radiales–, que buscan que comunidades despojadas, empobrecidas, invisibilizadas, puedan comunicar sus necesidades y propuestas, y con ello, transformar su realidad.

El Estado, a través de las instituciones y autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos de comunicación, debe siempre promover medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a

fin de que estas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua (Barragán, 2016). La interculturalidad está en la base del buen vivir y así es reconocido en el Plan Nacional del Buen Vivir, en su objetivo 5 concretamente, y en las diferentes legislaciones que lo implementan.

Sin dudas, un medio comunitario debe identificarse con la realidad de las comunidades a las que representa, debe existir un proceso investigativo que les permita representar sus costumbres, identidad, tradiciones y los aspectos generales de la interculturalidad, si se considera que en la mayoría de los casos, varias comunidades han sufrido alguna vez discriminación y limitación de sus derechos ya sea por su etnia, su género, su clase, su opción sexual, edad, que los pone en una situación de desigualdad. En la medida que la radio se vincule a la realidad social, política, cultural, ambiental de las comunidades, estará contribuyendo al desarrollo humano y sostenible, teniendo en cuenta la solución de problemas.

El proceso de asignación de frecuencias a las 14 nacionalidades de Ecuador es un punto de referencia en varios aspectos, como ejemplo de comunicación intercultural, para avanzar en los derechos a la comunicación y en el estado plurinacional, a través de la participación de las comunidades como protagonistas de sus historias, narradas por ellas y con sus propios medios de forma autónoma (Flor, 2012), con el apoyo del sector público, que debe velar por el cumplimiento de los derechos reconocidos en la Constitución y de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

La radio es un espacio estratégico y privilegiado para que nacionalidades y pueblos de Ecuador puedan ejercer su derecho a la comunicación, por ser un medio basado en la oralidad, en la palabra, además de bajo costo y de alto impacto. Por otro lado, la radio es una ventana a la interculturalidad, al encuentro de las diversas culturas, al diálogo horizontal entre los actores sociales de las diversas nacionalidades y pueblos ecuatorianos, un espacio liberador y de construcción de identidades y liderazgo, que debe contribuir a la sostenibilidad y al desarrollo humano de las localidades donde incide directamente. Esto implica construir una radio que ajuste las temporalidades, los espacios y las formas de producción a las dinámicas culturales de las nacionalidades, ya que existen otras concepciones del tiempo y del espacio.

Se puede afirmar entonces, que en la comunicación debe existir idea de contrato o negociación, donde ambas partes –emisores y receptores- son activas, permaneciendo diferenciados sus roles y su capacidad de operar. Es aquí que, reconociendo el indiscutible poder del emisor, se deba advertir

en su discurso, la presencia activa de los receptores, que por ellos están presentes como término de su producción. (Barragán, 2016)

El concepto fundamental que articula esta estrategia es el de comunicación ciudadana e intercultural que, entre otras cosas, implica un uso democrático, participativo y eficiente de los medios de comunicación en función de los intereses de las comunidades y de lógicas de rentabilidad social y no económicas, aunque esto no significa dejar de lado la necesidad de lograr una gestión autosostenida.

La comunicación debe implicar el ejercicio del derecho público para favorecer la cultura y las identidades, debe servir como medio de resistencia y combate a los ataques neoliberales, a las luchas por los territorios, la autonomía y la defensa de los recursos naturales, en definitiva, para la defensa de los derechos humanos y de la naturaleza, como lo expresa la Constitución de Ecuador.

El proyecto de la Radios de las Nacionalidades en Ecuador trata de contribuir a estos objetivos fomentando la auto-organización social, la vida asociativa y la construcción de una ciudadanía activa (Sierra, 2016) que valore el Bien Común, colaborando con la Secretaria Nacional de Gestión de la Política en el desarrollo de la Red de Medios Comunitarios. Las radios comunitarias deben lograr fomentar sostenibilidad y desarrollo en sus entornos.

La sostenibilidad social está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad, pero también de la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación de la comunidad y de la audiencia, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación de la radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario. La sostenibilidad institucional es el marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión.

La presente investigación tiene una novedad científica significativa y de igual manera, importancia, considerando que la radio debe sustentarse en la articulación con los actores sociales, en este caso, las audiencias que permanecen como oyentes activos. Se debe estudiar y conocer la percepción de la población con el propósito de hacer mejoras y proyectar el trabajo de la radio hacia las necesidades y expectativas de los oyentes. Se propone la realización de un estudio de percepción en las audiencias de la radio Salinerito que permita caracterizar el nivel de integración de la radio y aporte al desarrollo humano y sostenible, desde el criterio de las audiencias. Por otro lado, se pretende aportar con los lineamientos necesarios para que un medio comunitario contribuya sólidamente al desarrollo humano y sostenible.

No existe una fórmula mágica para la sostenibilidad integral de los medios comunitarios, sin embargo, los tres componentes –social, institucional y económico–deberían tomarse en cuenta para lograr un equilibrio que permita no solamente la supervivencia sino el desarrollo de los procesos de comunicación participativa. En la investigación, se defiende la idea de que, sin un equilibrio entre los tres factores, la sostenibilidad a mediano y largo plazo es imposible, por ende, se debe partir del conocimiento del sentir, pensar y desde las experiencias de las audiencias.

Es importante la investigación porque pretende determinar cómo la radio genera participación, cómo trabaja su dimensión comunitaria, cómo desarrolla contenidos interculturales, en la medida que las audiencias deben estar representadas desde un medio comunitario, cómo se inserta y ayuda a la construcción del desarrollo humano y sostenible.

Indagar sobre la receptividad, aceptabilidad, motivación y expectativas del público usuario y receptor de los productos comunicacionales que se realizan, resulta de una gran novedad científica en la medida que se pueden determinar las debilidades y fortalezas sobre las cuales trabajar y proponer lineamientos que posibiliten a la radio potenciar su contribución a la construcción del desarrollo humano y sostenible en la parroquia.

Objetivos de la Investigación

La presente investigación se orienta precisamente, al análisis y diagnóstico de la percepción de los contenidos, en cuanto al aporte de las radios comunitarias del cantón Guaranda, parroquia Salinas, para la construcción de la sostenibilidad y el desarrollo humano a nivel parroquial, tomando como muestra, la radio comunitaria Salinerito durante el año 2017; si realmente se ha convertido la radio

en un espacio de acceso democrático a la información por parte de todos los sectores de la sociedad, la manifestación de la diversidad social, cultural, política, religiosa, étnica de las comunidades; y regional, en la producción de contenidos, con criterios socioculturales, desde la percepción social.

Se establecieron cuatro ejes en torno a los cuales se plantearon varias preguntas dirigidas a los diversos sectores investigados:

1. Percepción: Eje destinado a conocer criterios generales y la valoración que se da a los medios comunitarios.
2. Conocimientos: Para abordar aspectos que sustentan la creación de medios comunitarios, los conceptos que se tienen al respecto, y conocimientos específicos sobre los medios ecuatorianos, como programas y contenidos, informativos y fuentes utilizadas.
3. Participación de la ciudadanía: las formas de participación ciudadana en la programación de un canal, de una radio y/o en los espacios de expresión del público en los medios impresos.
4. Perspectivas y sugerencias: Qué se espera de los medios comunitarios, cuál es el rol que debe cumplir el gobierno con respecto a estos; deben ser o no espacios de propaganda de las labores gubernamentales; cuál es el “ideal” de medio comunitario (Sierra, 2016).

Aporte práctico de la investigación

La preocupación por transmitir una visión integral y que las comunidades sean actores empoderados del cambio social, requiere del aporte de las radios comunitarias como garantes del desarrollo humano y sostenible en la medida que existe un estrecho lazo vinculante entre las radios comunitarias y la población y la fe que se les tiene puesta por constituirse como voz y eco de un sentir común. Por tanto, una comunicación con enfoque al desarrollo humano y sostenible y carácter interdisciplinario en las radios comunitarias, que haga frente al cambio social implicará un llamado de alerta y movilización de información, recursos y gestores que doten a la población de mejores condiciones para una respuesta sostenida y con horizonte de largo plazo a los desafíos sociales.

La investigación aporta con los lineamientos necesarios para el logro de una comunicación enfocada al desarrollo humano y sostenible.

Originalidad y novedad científica de la investigación

La investigación afirma categóricamente que una forma de participación para la sostenibilidad es el integrar en las radios comunitarias una pertenencia al tema plasmada en información, sensibilización y propuesta de cambio. Por lo tanto, se considera que la respuesta de una población informada, con voz y poder de escucha y réplica, es la alternativa de solución que presenta la ciencia de la comunicación para el desarrollo. Así, la hipótesis planteada se revela como válida y urgente: La difusión e integración de buenas prácticas sociales, culturales y políticas a través de las radios comunitarias que practican la gestión de una comunicación asada en la interdisciplinariedad y el enfoque territorial, promueven el desarrollo humano y sostenible.

Analizar la percepción de la audiencia sobre la radio y su rol en la sociedad, además de proponer lineamientos metodológicos para fortalecer la comunicación en base al desarrollo humano y sostenible, tiene una alta novedad científica y relevancia social teniendo en cuenta que no se han realizado trabajos similares en el ámbito nacional.

1. CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización. Origen y descripción del problema, causas, consecuencias, pronóstico y control del pronóstico.

En la radio comunitaria Salinerito son limitados los productos interculturales que representen los valores socioculturales de la parroquia y el cantón. Los procesos de su accionar, la selección programática, la relación con sus audiencias, no responde totalmente a la realidad de las comunidades y sectores. El desafío de la radio comunitaria es implementar procesos comunicativos horizontales y participativos, privilegiando la relación entre emisores y receptores con una programación que abarque las necesidades de la población, sus condiciones socioculturales y represente su realidad. La radio debe representar la interculturalidad, no solo con respecto a la interacción que ocurre a nivel geográfico; sino más bien en cada una de las situaciones en las que se presentan diferencias.

La comunidad no se empodera de su medio de comunicación e información a pesar de una serie de estrategias implementadas a lo largo de estos años, se ha perdido ese sentido de pertenencia en cuanto a la información que se genera. En muchos espacios, no promueve la participación de los oyentes en el diseño, contenido y producción de los programas radiales, por lo tanto, no ha contribuido al empoderamiento de los actores sociales, a la representación de sus intereses, cotidianidad e identidad. En este sentido, es necesario investigar en qué medida la radio comunitaria promueve la democratización de la información, a fin de generar propuestas y alternativas de solución enfocadas al fortalecimiento de la radio como medio de avance y crecimiento de los pueblos, comunidades, su gente y la democratización (Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, 2013).

En caso de continuar y no determinar la percepción de la población, la radio estará alejada de la realidad de la parroquia, no podrá representar sus valores culturales y su razón de existencia se verá limitada. Se hace necesario determinar la percepción en la población sobre los contenidos interculturales que promueve la radio, como mecanismo para mejorar y realizar una estructuración adecuada de la información, en cuanto a si impulsan el desarrollo humano y la sostenibilidad desde la radio, siendo necesario el análisis de la relación entre la producción de contenidos y la sostenibilidad que adelantan las emisoras comunitarias en su aporte a la construcción de ciudadanía y al desarrollo humano.

Desde estas perspectivas, considerando la realidad de los pueblos, la radio Salinerito aún no logra un enfoque hacia el desarrollo sostenible y humano. Los problemas sociales de las comunidades, la realidad latente en cada una de ellas, no forma parte del quehacer cotidiano de la radio. Su programación no responde a las exigencias del contexto, a generar emprendimientos, formar redes sociales comunitarias o promover cambios de conducta en la comunidad impulsado por la radio,

impulsar la cooperación y la solidaridad, así como una programación basada en una oferta de políticas, servicios y bienes públicos, siendo insuficiente los espacios de la radio para la solución de problemas que le permitan a la población tener la información veraz, transparente y oportuna. El desarrollo humano y sostenible debe estar sustentado en estos pilares y la radio debe convertirse en un catalizador para el cambio social.

Significa que se requiere, para los ciudadanos, un trabajo en dos direcciones complementarias. Por un lado, una mayor participación política de la ciudadanía y, por otro, una actitud de los ciudadanos que subordine sus intereses particulares a los bienes compartidos. Hacerlo no solo es urgente por los tiempos actuales, sino que es también accesible a los recursos que poseemos en todo nivel y en diversas escalas de involucramiento en la medida que implica la formación de las nuevas generaciones a través de la educación ambiental, marcada por una renovada comunicación ambiental, que se convierta en una parte importante de la educación de todo ciudadano (PNUD, 2013) además del fomento de la educación en valores, el respeto a la interculturalidad como expresión del desarrollo humano.

1.1.2 Delimitación del problema

Se realizó la investigación en el cantón Guaranda, en las comunidades Salinas y Simiatug, con 140 habitantes de las comunidades antes mencionadas, en aras de comprobar su percepción sobre la incidencia de la radio Salinerito en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano, así como el papel de los medios de comunicación en la socialización de la variedad cultural de las comunidades.

1.1.3 Formulación del problema, en relación con el problema general de investigación, asociando una variable independiente con una o más variables dependientes.

¿Cuál es la percepción de la incidencia de los contenidos de las radios comunitarias en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano de las comunidades Salinas y Simiatug del cantón Guaranda en el año 2018?

1.1.4 Sistematización del problema en relación con los sub-problemas.

¿Cuáles son los aspectos teóricos conceptuales que definen una radio comunitaria y los indicadores para el análisis de sostenibilidad y percepción social?

¿Cómo son los procesos comunicacionales representativos de las comunidades en estudio?

¿Los contenidos de la radio, responden a la identidad cultural, cosmovisión, costumbres, tradiciones, desarrollo humano y sostenibilidad de las comunidades?

1.1.5 Determinación del tema en relación con las variables del problema

Determinar la percepción de la población con respecto a la incidencia de las radios comunitarias en la construcción del desarrollo humano y sostenibilidad de las comunidades Salinas y Simiatug del cantón Guaranda.

1.2. OBJETIVOS

1.3. Objetivo General de la Investigación en relación con las variables definidas en el problema general.

Determinar la percepción de la incidencia de los contenidos de las radios comunitarias en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano de las comunidades Salinas y Simiatug del cantón Guaranda en el año 2017.

1.3.1. Objetivos Específicos de Investigación para el cumplimiento del objetivo general y en relación con los sub-problemas.

- Identificar los aspectos teóricos conceptuales que definen una radio comunitaria y los indicadores sobre los cuales llevar a cabo un análisis de interculturalidad y percepción social.
- Analizar la percepción con respecto a los contenidos y acciones de la radio en función del fortalecimiento de la sostenibilidad y el desarrollo humano.

- Proponer los lineamientos metodológicos y orientadores que permitan servir de referentes a la radio para promover la sostenibilidad y el desarrollo humano.

1.4. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN

La inserción de los medios de comunicación en Ecuador ha sido claramente vinculada con grupos hegemónicos que tradicionalmente han manejado el poder político y económico. A lo largo de la historia, la reglamentación radioeléctrica ha concedido exagerados beneficios a tales grupos, en desmedro de la radio pública y comunitaria. Sin embargo, el auge de la tecnología, los nuevos mecanismos legales en el país, han permitido la existencia de medios populares y comunitarios, para la participación social y la ampliación de la democracia.

En el país se desarrolla un sistema democrático, basado en el régimen del Buen Vivir, en el cual se propende la equidad social, la promoción de la igualdad en la diversidad y la garantía de derechos del ser humano, en la construcción de un capital social, o red estratégica de relaciones, capaz de generar confianza y sinergias para estimular la cooperación y lograr el mutuo beneficio. Todo ello a partir de programas de información y comunicación para sensibilizar y motivar a todos y cada uno de los colectivos. (Constitución República del Ecuador, 2008).

En efecto, las radios comunitarias están en una nueva etapa de reconversión a nivel nacional, en la cimentación de espacios y relaciones comunicativas efectivas, respetando las diferencias para revertir las desigualdades. Abrir los micrófonos para que la ciudadanía se exprese mediante ellos es solo el inicio, siendo necesario que prevalezca, la descentralización de la capacidad de comunicarse. Una de las metas de las radios comunitarias es el ejercicio de la democracia y la ciudadanía en el ámbito comunicativo y a su vez, formar parte del desarrollo local y comunitario del contexto en el que se desarrollan, contribuyendo a la formación, educación y desarrollo de estos espacios.

Es importante la realización de estudios de audiencia que permitan determinar la receptividad, aceptabilidad, motivación y expectativas del público usuario y receptor de los productos

comunicacionales que se realizan, su incidencia en el fomento de la sostenibilidad y el desarrollo humano, lo que encierra una gran novedad científica en la medida que se pueden determinar las debilidades y fortalezas sobre las cuales trabajar.

La inserción de los medios de comunicación en Ecuador que representen nacionalidades, constituye un tema de interés y actualidad. Es evidente la importancia de conocer lo que piensan, cómo valoran, conciben y receptan los contenidos referentes al desarrollo humano y la sostenibilidad y su percepción de la contribución de la radio a dichos aspectos de la localidad.

Es importante la investigación porque pretende determinar cómo la radio genera participación, cómo trabaja su dimensión comunitaria, cómo desarrolla contenidos interculturales, que fomenten el desarrollo humano y la sostenibilidad, si se considera que las audiencias en un medio comunitario, deben estar representadas y definen los contenidos de su interés; si existe una penetración simbólica de la radio en las costumbres de la gente que genere un cambio social.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

2.1.1 Teorías y fundamentos teóricos

La importancia de democratizar la comunicación mediante la creación de radios comunitarias, es significativa. La consideración de las prácticas comunicativas como espacios de interacción entre sujetos (activos, protagonistas del acto comunicativo) en los que se observan procesos de producción de sentido aparece como un nuevo concepto, que es importante medir y analizar cómo

se materializa en las diferentes radios comunitarias y si existen los mecanismos para su cumplimiento y desarrollo.

En este sentido, Mata (1990) sostiene concepciones esenciales para la comprensión del rol de una radio comunitaria en la democratización de la comunicación, afirmando que, en los medios comunitarios, se debe considerar que los emisores ya no transmiten unos mensajes significados elaborados en virtud de un instrumento neutro. Tanto en la esfera de la emisión como en la de la recepción, existe producción de sentido, y no mera transferencia de los primeros a los segundos, aún, cuando ella sea desigual, “no simétrica”. Tener presentes estos elementos a la hora de analizar los procesos de comunicación implica reconocer que, tanto en la emisión como en la recepción, debe existir producción de sentido.

Se puede afirmar entonces, que en la comunicación debe existir idea de contrato o negociación, donde ambas partes –emisores y receptores- son activas, permaneciendo diferenciados sus roles y su capacidad de operar. Es aquí que, reconociendo el indiscutible poder del emisor, se deba advertir en su discurso la presencia activa de los receptores por ellos están presentes como término de su producción, como el otro “que habla en lo que yo digo”.

En este marco, también es pertinente tener presente los aportes de Mario Kaplún (1996), en cuanto propone mirar los procesos comunicativos en relación a las prácticas educativas, teniendo en cuenta que, desde esta perspectiva, muestra diferentes modelos de comunicación desde experiencias concretas por las que cada persona atraviesa cotidianamente e invita a reflexionar sobre las prácticas educativas.

En su libro “El comunicador popular”, describe tres modelos de educación comparados con tres modelos de comunicación que le corresponden: el modelo que pone el énfasis en los contenidos, el que pone el énfasis en los efectos y el que pone el énfasis en el proceso. Y afirma que “a cada tipo de educación corresponde una determinada concepción de una determinada práctica de la comunicación”. (Kaplún, 1996. p.4)

En cambio, el modelo que pone énfasis en el proceso, “destaca la importancia del proceso de transformación de las personas y las comunidades. No se preocupa por los contenidos a ser comunicados ni por los efectos en términos de comportamiento, sino por la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social” (Kaplún, 1996, p. 10 - 12).

En síntesis, democratizar la comunicación tiene que ver con pensar la comunicación como un derecho humano, de modo que todos puedan informarse, pero también informar y para que esto pueda desarrollarse en un marco de igualdad, hay que garantizar el acceso de todos los sectores de la sociedad a la producción de sentidos, a la propiedad y a la gestión de los medios.

La comunicación conjuntamente a otros procesos, puede mejorar la vida juntos o la vida en sociedad y por lo tanto, los comunicadores/periodistas pueden colaborar profesionalmente en este accionar; poseen la capacidad de construir lo común desde una participación ciudadana activa que incluya a la totalidad de los sectores. Esta perspectiva contempla a la comunicación como una herramienta o un componente del motor del cambio social y no solo como elemento reproductor de la lógica hegemónica. Implica pensar a la comunicación como espacio de interpelación y negociación del conflicto. La comunicación como un lugar desde el cual pensar la sociedad, pero no solo pensarla sino también construirla. (Barbero, 2000)

Se reconoce la realización de múltiples investigaciones relacionadas al tema, sobre todo a nivel de posgrados en torno a la comunicación para el desarrollo comunitario o endógeno a partir del rol y las funciones de los medios de comunicación, por lo que resulta imprescindible definir cómo estos pueden contribuir al desarrollo comunitario, allí donde se erigen como alternativa discursiva a los grandes monopolios comunicativos y devienen canales participativos y reflejos de la comunidad que representan (Hernández, 2012), investigación que corrobora y enfatiza que en la actualidad, para hablar de desarrollo local no se puede obviar el papel que desempeñan los medios de comunicación en la conformación de opiniones, conciencias, puntos de vistas y actuaciones además define que como término, los medios, constituyen, en esencia, instrumentos empleados por el hombre para transmitir mensajes, pero más allá de esta definición los teóricos les reconocen, en tanto, instrumentos fundamentales de propagación de información, educación y cambios en las culturas y prácticas sociales de cualquier destinatario.

Por otra parte, Chuji (2007) afirma que hablar de comunicación es hablar de culturas y si se hace referencia a culturas, es hablar de diferencias de relaciones, de percepciones y del habla. Fundamentan también que los escasos medios de comunicación que han sido implementados, o apropiados, por las organizaciones indígenas han jugado un papel fundamental en la promoción y defensa de los derechos humanos, en el fortalecimiento de la identidad cultural, en la educación bilingüe, en la interculturalidad, así como en la movilización social. Todo ello justifica en cambio, la importancia de la presente investigación.

Para el efecto, se trabaja la investigación desde dos líneas: por un lado se define la comunicación desde la visión indígena y cómo esta ha servido para garantizar la permanencia de la cultura a lo largo del tiempo y se contrasta con la comunicación occidental en sus formas distintas de concebir y ejercer la comunicación; por otro lado, se realiza un recuento histórico del proceso de influencia de las iglesias en las comunidades indígenas para evangelizar usando los medios de comunicación como estrategias de sometimiento; en este punto también se analiza el proceso de cómo paulatinamente estos medios, que fueron usados para su adoctrinamiento, se fueron convirtiendo en medios de fortalecimiento de la identidad, de la educación, así como de la organización, consolidando paulatinamente un movimiento político. El texto se basa, particularmente, en las experiencias de las organizaciones en el uso y manejo de los diferentes medios de comunicación, radio, periódico, video y correo electrónico. Por tanto, se describen los procesos de las radios pioneras en el Ecuador, así como de otras experiencias en el ámbito comunicativo.

La presente investigación se orienta precisamente, al análisis y diagnóstico de la percepción de la población en cuanto a las radios comunitarias y su nivel de incidencia en la sostenibilidad, el desarrollo humano en la localidad, así como el tratamiento de problemáticas de las comunidades a las que representan, así como en qué medida la radio se ha convertido en un lugar de exposición y representación de las realidades, de las voces y de la identidad de las comunidades; si realmente se ha convertido la radio en un espacio de acceso democrático a la información por parte de todos los sectores de la sociedad, la manifestación de la diversidad social, cultural, política, religiosa, étnica de las comunidades; y regional, en la producción de contenidos, con criterios socioculturales.

De forma general, se puede afirmar que las radios comunitarias pueden tener gestión y autogestión sin actuar como una cadena comercial. Las radios comunitarias constituyen un medio para promover la comunicación alternativa, donde se podrá difundir información, para que los habitantes de la comunidad conozcan la cultura, puedan rescatar y potenciar su memoria histórica y colectiva, lo cual será de gran ayuda para el progreso de la comunidad.

Mediante el proceso de investigación, se defiende la idea de que el medio de comunicación alternativo, permitirá dar a conocer la cultura de la comunidad de Simiatug y Salinerito, permitiéndoles que sea conocida en el país presentando alternativas que fortalezcan su tradición y

a través de este medio, puedan expresar sus necesidades y debatir acerca de las problemáticas comunitarias para encontrar soluciones entre todos y potenciar el desarrollo endógeno.

A juicio de Habermas (2004) y considerando el criterio de la autora, la comunicación alternativa y la comunicación para el cambio social, constituyen modos de expresión mayormente de aquellos grupos o personas que de algún modo, han sido excluidos y que configuran un espacio más bien plebeyo donde pueden expresar y transmitir los deseos de sujetos individuales y colectivos que por razones de clase, etnia o género, entre otras, no son reconocidos como interlocutores válidos en el ámbito dominante.

La comunicación será inclusiva, democrática y liberadora, en la medida que los pueblos y organizaciones sean los protagonistas en la producción y circulación de mensajes, que rompan los cánones establecidos por los medios de comunicación empresariales, que reproducen en sus agendas la pirámide del dominio, donde los políticos, artistas y deportistas son importantes, mientras el pueblo, en su lucha cotidiana es ignorado y solamente se lo incorpora como parte de la mercancía cuando se quiere vender noticias de la llamada “crónica roja”.

La comunidad Simiatug y Salinerito, ubicada en el cantón Guaranda cuentan con dos radios comunitarias y dos privadas, sin embargo, aún es insuficiente la incidencia de las radios en el contexto, siendo necesario contar con un medio de comunicación alternativo que les permita dar a conocer la riqueza cultural, el conjunto de tradiciones y el patrimonio intangible que poseen. Los moradores de la comunidad, no poseen un espacio de expresión donde puedan debatir, analizar los problemas a nivel del sector, sus necesidades, avances y retrocesos para la integración comunitaria y el bienestar social. Se hace indispensable fomentar en la comunidad, la radio como un medio alternativo, un espacio para el diálogo, el debate, la unidad comunitaria y la posibilidad de expresión libremente. Categorías como territorio, autonomía y desarrollo humano, deben incluirse en medios de comunicación para los sectores mencionados con anterioridad, los debates deben rescatar el sentido de los lugares étnicos, la geografía sectorizada y diferencias establecidas desde una lógica comunitaria. Una comunicación propia, basada en el respeto a las dinámicas y procesos organizativos y medios óptimos para la resiliencia cultural; la recuperación de la memoria histórica, de la memoria colectiva.

Una radio comunitaria necesariamente debe coexistir en igualdad de oportunidades con las de carácter comercial, aquellas que no tienen otro fin que obtener lucro, y que son, en muchos países de América Latina y del mundo, las que se oponen a que las primeras existan. Las radios

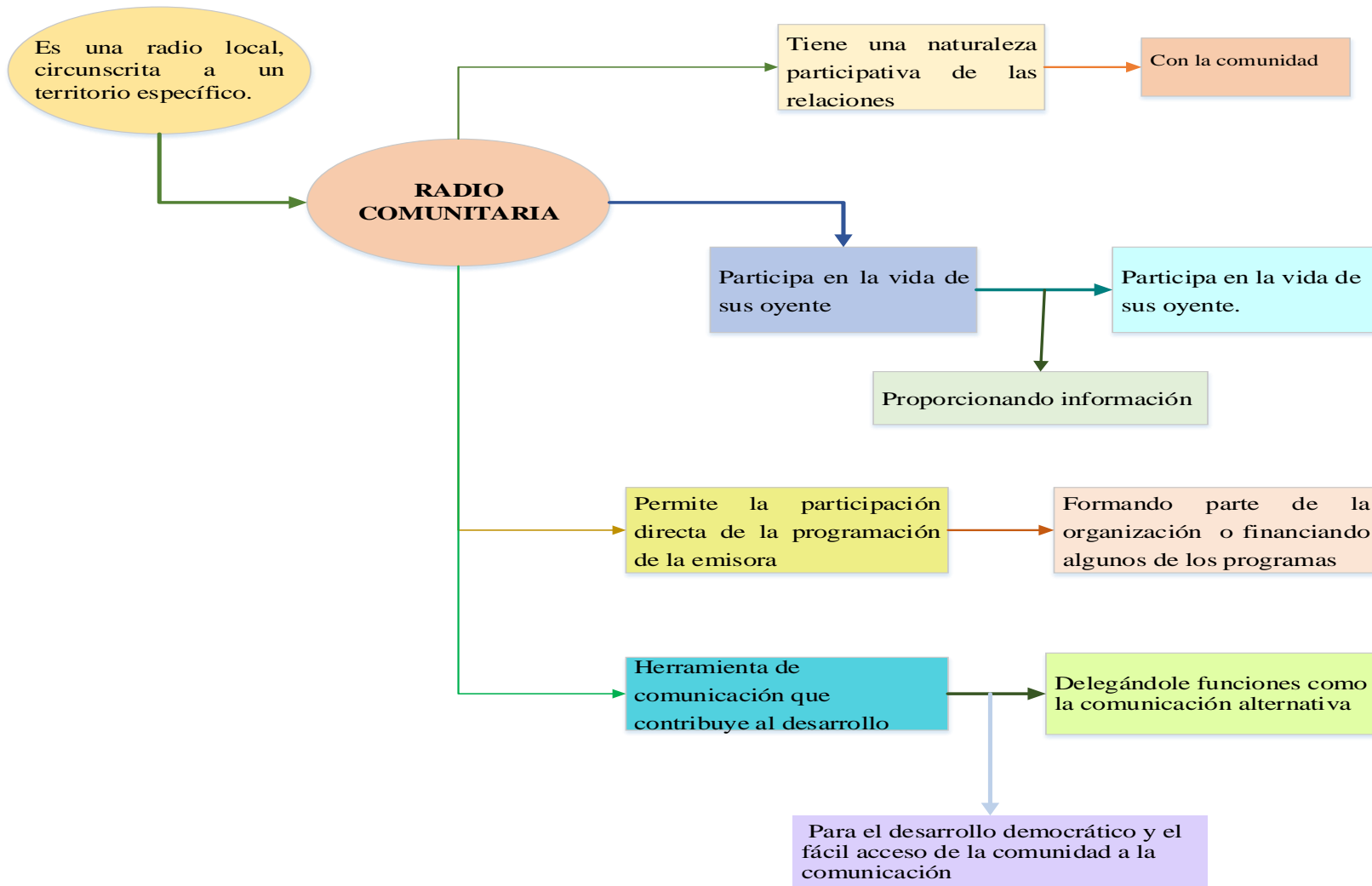
comunitarias se han planteado convertirse en protagonistas, en actores sociales que promuevan la movilización social.

La radio comunitaria debe tener el respaldo del gobierno, afianzarse en promover la participación y el apoyo económico del mismo.

Sobresalen como puntos comunes en la definición y análisis de las radios comunitarias, mencionado con anterioridad, los siguientes:

- Es una radio local, circunscrita a un territorio específico.
- Es característica de una radio comunitaria la naturaleza participativa de las relaciones existentes entre esta y la comunidad.
- La radio comunitaria participa en la vida de sus oyentes, ya sea a través de proporcionar información de su interés, difundir su música, sus saberes, en fin, reflejando su cultura.
- La radio comunitaria permite que la comunidad participe a su vez en la radio, ya sea a través de producir directamente programas en la emisora, hacer parte de la programación de la emisora, formando parte de la organización concesionaria, o financiando algunos de los programas de la emisora.
- La radio comunitaria se convierte en una herramienta de comunicación que contribuye al desarrollo, desde su particularidad como medio de comunicación, entendiéndolo más allá de su nivel informativo y delegándole funciones como la comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios - masivos, interpersonales y mixtos, para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría, como muestra la Figura 1:

Gráfico 1. Aspectos de las radios comunitarias



2.2 MARCO REFERENCIAL

2.2.1 Antecedentes Históricos

ANTECEDENTES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS

Los movimientos sociales y políticos de los años 70 y 80 estuvieron fuertemente influenciados por la comunicación comunitaria, en función de una acción comunicacional y periodística, desde la óptica popular y ciudadana. El término comunitario se empleó por ende, mayormente en la identificación y caracterización de procesos comunicacionales, en correspondencia con los grupos sociales, asociaciones y organizaciones, y por tanto, no forman parte del ámbito de los medios comerciales privados, ni de los medios estatales o gubernamentales, reconociendo desde luego las interconexiones con estos campos (Rivero, 2013).

El esfuerzo comunitario se concentraba en el medio impreso; el periódico impreso resumía una iniciativa más estable y permanente, promovida en muchas ocasiones, por organizaciones religiosas que hacían llegar este material comunicativo a diferentes grupos como obreros y campesinos. El periódico impreso se dirigía a manifestar quejas y demandas sociales, para reflejar la vida de la comunidad y para intentar una especie de pedagogía popular y difundir propuestas políticas. Estos periódicos eran impresos en multígrafos e incluso empleando la técnica de la serigrafía, papel bond, en muchos de los casos (Rivero, 2013).

Dos autores que promovieron este tipo de acción fueron Paulo Freire, brasileño, y Mario Kaplún, argentino-uruguayo. De Kaplún (1985) logró el material comunicativo “El comunicador popular” (1985) en el que defendió una noción diferente de comunicación. En ese texto, compara la comunicación de los grupos dominantes con la comunicación democrática que propicia el diálogo, el ejercicio comunitario, horizontal, participativo, que expone el sentimiento de la mayoría. Resume que hay una noción de comunicación que la reduce a la transmisión de información y que es distinta de la noción u opción que se propone desde una comunicación que implique problemas sociales y la realidad de las mayorías oprimidas.

Esta comunicación comunitaria también se le denomina alternativa, participativa, horizontal, dialógica, popular y radical (Rivero, 2013). Todas esas categorías están implicadas. Depende de las características de cada comunidad en particular, de sus ideologías y prácticas en desarrollo. Sin dudas, la comunicación ha reflejado históricamente la expresión de las luchas populares por

mejores condiciones de vida, por ganar una mayor participación política y social, por superar la comunicación sustentada en el consumo y en la transmisión de los intereses de pequeñas minorías. Representa opciones diferentes en la comunicación, con contenidos críticos y emancipadores, y asume las nociones populares y ciudadanas.

En los últimos años la denominación más común es la de medios comunitarios y la de comunicación comunitaria. La definición de comunicación alternativa, más usada en los años 70 y 80, en muchos casos, se entiende que no ha trascendido a los momentos actuales.

2.2.2 Antecedentes Referenciales

Se analizan a continuación los criterios de algunos autores referentes a las características principales de las radios comunitarias y la importancia de tener claridad en sus propósitos, objetivos y finalidad como se muestra en la siguiente Tabla:

Tabla 1. Antecedentes del tema

Organizaciones y autores relevantes	Criterios	Valoraciones
<p>AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) (2016)</p>	<p>Una radio comunitaria se puede sostener vendiendo publicidad, que va en una lógica de gestión colectiva mientras no haya un dueño capitalista que usufructúe para hacerse millonario, también puede no tener publicidad, eso no la define. AMARC (2016) manifestó que es una radio que pertenece a una organización social ya sea de un barrio como de una ONG. Sin fines de lucro, no significa tener fines de pérdida, significa tener recursos para hacer de este lugar asociativo, un espacio que maneja la comunicación de manera distinta que una cadena comercial. De igual manera asumen una concepción significativa sobre radios comunitarias, desde la perspectiva de autores como López (1997).</p> <p>Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria.</p> <p>Se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos de ampliar la democracia.</p> <p>En definitiva - y por ello, el nombre- de construir comunidad</p>	<p>Lo que la distingue es la esencia de lo comunitario:</p> <p>Los objetivos sociales por los que se lucha. Es decir, mientras las emisoras comerciales tienen una finalidad lucrativa y las estatales una propagandística, las radios comunitarias orientan su quehacer diario al servicio de la comunidad</p> <p>La radio comunitaria es la que permite expresarse a los que no tienen voz, de servir de portavoz de los oprimidos (se trate de una opresión racista, sexista o de clase social) y, en general, de ofrecer una herramienta para el desarrollo. y se define a partir de tres aspectos que la caracterizan: se trata de una actividad con fines no lucrativos, la comunidad tiene el control sobre la propiedad y está caracterizada por la participación de la comunidad</p>
<p>ALER (2000)</p>	<p>Una radio comunitaria necesariamente debe coexistir en igualdad de oportunidades con las de carácter comercial, aquellas que no tienen otro fin que obtener lucro, y que son, en muchos países de América Latina y del mundo, las que se oponen a que las primeras existan. Las radios comunitarias se han planteado convertirse en protagonistas, en actores sociales que promuevan la movilización social.</p>	<p>Las radios comunitarias deben fortalecerse desde y para el trabajo con las comunidades en defensa de sus intereses.</p>

	La radio comunitaria debe tener el respaldo del gobierno y el apoyo económico del mismo.	
Jaime Reyes (2010)	<p>En el contexto nacional se puede entender como radios comunitarias aquellas que se caracterizan por sus audiencias meta, el tipo de principios y políticas que rigen sus operaciones, la programación que presentan, el criterio de propiedad que tienen, la dimensión política que persiguen y las condiciones técnicas con las que operan.</p> <p>Es así que se puede reconocer a estas estaciones mayormente por lo siguiente: Audiencias meta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emisoras que tienen y comprenden como audiencia preferencial a los sectores suburbanos y rurales (no siendo el criterio central de su reconocimiento su ubicación); Principios y políticas de sus operaciones - Emisoras que tienen formulados en sus principios y como principales objetivos: el servicio social y el rescate de la cultura local o regional; - Emisoras que operan centralmente bajo fines no lucrativos; - Emisoras que trabajan por y desde la valoración de la identidad cultural local, regional y nacional; - Emisoras que trabajan por el rescate y fomento de las lenguas nativas (aymara, quechua, guaraní, y otras) - Emisoras que no pertenecen o se alinean a intereses de carácter político, sectas religiosas u otro que atente contra la unidad cultural y el carácter comunitario de las audiencias; Programación con presencia social - Emisoras que fomentan y estimulan la participación de las audiencias mediante estrategias y formatos que valoran su palabra y sus criterios; 	Existen condiciones y características que evidencian los lineamientos de las radios comunitarias, enfocadas en el servicio a la cultura local y comunitaria.

	<ul style="list-style-type: none"> - Emisoras que en su trabajo informativo están comprometidas a garantizar un equilibrio en el uso de la palabra, por ejemplo, entre grupos de poder político económico y sectores de base como sindicatos, organizaciones barriales, indígenas. - Emisoras que para sus emisiones valoran y toman en cuenta el contexto socio cultural de sus audiencias eligiendo espacios de funcionamiento de acuerdo a sus rutinas de trabajo, estación agrícola, temporada festiva. <p>Criterios de propiedad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emisoras que pueden ser de propiedad privada individual o grupal o de organizaciones indígenas tradicionales y/o sindicales. <p>Dimensión política</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emisoras que sin ser político partidarias tienen la capacidad de ser protagonistas en la formación de una opinión pública crítica dentro del contexto en el que están ubicadas. - Emisoras normalmente con dificultades para su sostenibilidad financiera por lo que optan por la búsqueda de alternativas para la generación de sus ingresos sin dañar sus principios de servicio. <p>Condiciones técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emisoras que no se reducen al aprovechamiento de un tipo particular de tecnología por su banda de emisión y/o poder de transmisión aunque para sus operaciones se sujetan al cumplimiento de condiciones técnicas mínimas que garanticen sus operaciones incluso siendo estimuladas para una permanente mejora en su equipamiento en función de un mejor servicios a sus audiencias. 	
Alma Montoya (2009)	<p>La radio popular, educativa, comunitaria y ciudadana en América Latina, ha aportado en sus 60 años a la conceptualización, metodologías y a la reflexión sobre la educomunicación, siendo una aliada natural, ha sido un escenario de formación y acompañamiento en los procesos organizativos, educativos, de movilización social en el continente.</p> <p>Son muchas las experiencias vividas a lo largo del continente, solo, por mencionar algunas, como la radio Yaraví en Arequipa, Perú, con el programa nocturno de acompañamiento y cercanía a los presos</p>	<p>Las radios comunitarias desde sus espacios y sus proyecciones más allá de la institución, deben contribuir al desarrollo humano y a la sostenibilidad de su entorno, desde la generación de espacios de</p>

	de la cárcel local; ha realizado un trabajo educativo con las personas que se encuentran en este lugar, con temas de ciudadanía, participación, derechos humanos y un conocimiento de la ley como regla de convivencia y participación ciudadana por una sociedad más solidaria.	participación y democratización de la comunicación.
Alejandro Barranquero (2010)	<p>Una de las premisas del comunicador para el cambio es el respeto a la diversidad y la autonomía de las culturas, no seguir insistiendo en la idea de desarrollo o de progreso, porque, tal vez, algunos colectivos no pretenden ni siquiera cambiar, sino mantener su entramado y antiguas estructuras.</p> <p>La comunicación para el desarrollo es el saber aplicado que estudia el vínculo histórico, teórico y procedimental entre los procesos comunicativos y la mejora de las condiciones de vida humana. Más específicamente, el campo se orienta al diseño, ejecución y evaluación de estrategias de cambio social en el ámbito individual, social y medioambiental, ya sea con apoyo de una información de carácter instrumental o desde un enfoque eminentemente comunicativo</p>	Los medios de comunicación comunitario constituyen alternativas y apoyo al desarrollo local y comunitario
José Luis Aguirre (2014) Director del SECRAD (Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo) y ex representante de AMARC-Bolivia.	<p>La comunicación es un derecho fundamental del ser humano, y que, por tanto, puede y debe asumir la misma calidad y amplitud de los demás derechos como a la vida, la salud o la educación, haciendo así parte del carácter indivisible de los derechos humanos. Segundo, el derecho a la comunicación permite reconocer la importancia y defensa de la información como bien colectivo, la que independiente a quien la administre por crédito social no pierde nunca su condición de bien colectivo y no unilateral o monopólico, sino que más bien nos permite reconocer que el diálogo como intercambio equilibrado y potenciador de las partes es la forma más viable del desarrollo humano integral.</p> <p>Tercero, el derecho a la comunicación, por otro lado, permite que todos y cada uno de los sujetos se consideren aptos por naturaleza tanto de ser receptores, como emisores de mensajes los que operando desde sus referentes culturales propios posibiliten un diálogo intercultural equilibrado y enriquecedor de sus cualidades. Así la edificación de sociedades democráticas se liga intrínsecamente a la capacidad de reconocimiento, valoración y respeto de las cualidades de la diversidad humana hecho que sólo será posible gracias a la contribución de los espacios de una comunicación dialógica.</p>	Los espacios de comunicación dialógica como las radios comunitarias, deben contribuir a la democratización de la comunicación desde diferentes espacios y programas creados para ello.

<p>Informe Mcbride (1980)</p>	<p>Los medios de información constituyen una alternativa viable para el fortalecimiento del respeto hacia los seres humanos como individuos, con todas las múltiples diferencias que revelan y a obtener la aceptación de las aspiraciones comunes a todos los pueblos. También pueden promover el diálogo ininterrumpido entre las comunidades, las culturas y los individuos, tratando de impulsar la igualdad de oportunidades y los intercambios recíprocos.</p> <p>Es importante y de gran relevancia, que todas las personas puedan participar en el proceso de pensamiento colectivo, de desarrollo de subjetividades que permitan la participación y empoderamiento social.</p> <p>En consecuencia, su marco y visión comunicativa de la sociedad, en la mayor cantidad de los rubros propuestos, siguen pendientes de construirse y deberá ser una directriz central que tendrán que rescatar e los proyectos de cultura y comunicación contemporáneos para construir naciones y comunidades humanas más equilibradas.</p> <p>Dentro de los muchos planteamientos que formuló hace más de dos décadas el Informe MacBride, destacan, entre otros, por su importancia vertebral para ser retomados en la actualidad, particularmente después de que los Estados Unidos se volvió a incorporar a la UNESCO el 1 de octubre de 2003; los siguientes 5 aspectos: la unidireccionalidad de la comunicación, la concentración vertical y horizontal, la transnacionalización, la alineación informativa y la democratización de la misma.</p>	<p>Los medios de comunicación constituyen espacios de construcción de lo local, de fortalecimiento de la ciudadanía y el desarrollo humano.</p>
-------------------------------	--	---

Fuente: investigación documental

Elaborado por: La Autora

2.2.3 Fundamentación

La revisión de fuentes bibliográficas, permite afirmar que existen investigaciones que han realizado en Ecuador, en torno a la percepción de los medios de comunicación públicos (Ayala, 2010). Como conclusiones, se puede constatar, que, de la encuesta, más de la tercera parte de la ciudadanía de las dos ciudades principales, no conoce aún que existen medios públicos, pero que de manera intuitiva se hacen diferencias entre medios públicos y medios gubernamentales, quizás porque se considera que todos los medios de comunicación son públicos.

De los grupos focales con la participación de organizaciones de la sociedad civil asentadas en la ciudad de Quito, cabe destacar el concepto muy claro de medios públicos como desvinculado de un Gobierno, cualquiera que este sea y cualquiera sea su tendencia política, y como expresión de la diversidad de un país. Al mismo tiempo, y debido probablemente al origen de estas agrupaciones organizadas, que basan su existencia en el derecho a la participación, el cual constituye el ejercicio mismo de ciudadanía, son estas las que resaltan la participación ciudadana como eje de acción, método de trabajo y herramienta estratégica de los medios públicos.

Concluyendo, en síntesis, de las tres técnicas de investigación aplicada, se puede mencionar que concluyen desde el hecho de que el concepto de mediopúblico no está interiorizado aún en el imaginario de la ciudadanía ecuatoriana. Hay que posicionar estos medios de manera adecuada, lo cual implica trabajar en tres aspectos que hagan la diferencia: en la estructura de propiedad, para independizarlos de todo Gobierno y diferenciarlos de un medio gubernamental o precisar sus objetivos: son de servicio público y buscan el bien común.

López (2014), afirma que la radio comunitaria es por excelencia la participación ciudadana como una de las mejores opciones de comunicación para el desarrollo y cambio social, para la mayoría del pueblo, valiéndose de la obtención de mayor control de su medio ambiente. A la vez, señala que la radio comunitaria debe enfocarse en que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras.

En Chile, el Departamento de estudios y desarrollo, ha llevado a cabo investigaciones de percepción, donde se ha podido afirmar que la satisfacción y la calidad percibida son conceptos

cercanos, ambos se organizan comparando expectativas y percepciones en el proceso. En la satisfacción las expectativas se relacionan con las necesidades y preferencias del usuario, en la calidad percibida la comparación se realiza con expectativas de lo que el usuario desearía que pasara y que pueda ser por experiencias previas a la atención recibida (Superintendencia de Salud de Chile, 2010).

Se pudo verificar la existencia de un estudio de percepción de marca (Rico, 2013). En el desarrollo del proceso de percepción de marca se identifican dos actores principales: de un lado la organización y del otro el consumidor. Tomando como punto de partida a la empresa, esta desarrolla marcas con la finalidad de asignarlas a un tipo particular de producto o servicio del cual sea objeto su labor. Se procura el establecimiento de referencias que hagan del resultado final de marca planteado de la firma algo característica y diferente a lo ofertado por posibles competidores. Es aquí cuando las marcas van más allá de la representación gráfica y se plantea el establecimiento de una identidad. La identidad de marca es definida como un conjunto de activos y pasivos ligados al nombre y símbolo de una marca que logra afectar el valor suministrado por un servicio o producto a la compañía y/o sus clientes (Aaker, 2002).

En la Universidad Complutense de Madrid, también se realizó un trabajo investigativo sobre la percepción, donde se establece que la percepción se puede considerar como la capacidad de los organismos para obtener información sobre su ambiente a partir de los efectos que los estímulos producen sobre los sistemas sensoriales, lo cual les permite interactuar adecuadamente con su ambiente. (Cáceres, 2011).

Es importante el análisis propuesto en la medida que analiza aspectos en cuanto a que la percepción puede entenderse como procesamiento de información: una serie de operaciones que transforman un elemento de entrada (o input) - la luz- en otro de "salida" (o output) diferente - información sobre el entorno.

Las emisoras comunitarias nacen como una necesidad del pueblo para comunicarse, informarse y expresar su palabra, a través de ella, se mantiene informada a la población sobre los acontecimientos y hechos que hacen la historia del pueblo, sus logros y realizaciones;

acontecimientos de otros barrios y de otros pueblos que de alguna manera, los afecta, para ir creando en la población, la solidaridad, la conciencia crítica y el reconocimiento a sus derechos fundamentales: elemento necesario para lograr su organización. La comunicación, principio fundamental de la democracia tiene serios

problemas para ser ejercido por la mayoría de la gente, por lo que hoy las radios imponen diversos temas de los que luego hablan y comenta la sociedad a base de la repetición constante y una búsqueda permanente de lo insólito y lo curioso más no con la formación de la opinión y el análisis crítico. Por eso es importante que las noticias que se emitan a través de los medios con veracidad del trabajo investigativo, brindando información a toda una generación capaz de defender su idealismo sin imposición alguna.

Hoy día lo comunitario se afianza como una necesidad distintiva del quehacer intelectual y de las transformaciones concretas; aquí se gestan redes que consolidan identidades y subjetividades, como eslabón estratégico para estimular las potencialidades de cada ser y del reconocimiento de las diferencias. Se requiere una reconstrucción de las vías y maneras de comunicación, una recuperación de la cultura de los barrios y de los movimientos, un fortalecimiento de la memoria histórica, del imaginario popular en sus múltiples prácticas, sabidurías e imágenes.

Este nuevo momento histórico, reclama una sociedad diferente y demuestra que las alternativas están precisamente, en la búsqueda de las raíces autóctonas del continente, en el fortalecimiento de la cultura y la identidad latinoamericana; en la implementación de modelos de desarrollo social diferentes sustentados en la equidad, que respondan a las exigencias de un hombre que necesita que se le reconozca como ser sujeto a nivel social.

El contexto actual reclama individuos que sean autores autónomos de la transformación social. Se hace indispensable, preparar, formar y educar socialmente a los hombres para que se conviertan en verdaderos agentes de cambio, en sujetos activos y conscientes capaces de transformar su entorno en aras de una mayor calidad de vida y autogestión del desarrollo social. Toda intervención en la realidad exige el desarrollo de la fuerza creadora de grupos, comunidades para encontrar vías de soluciones a los problemas sociales, así como el conocimiento y aprovechamiento adecuado del potencial de sus propios recursos.

El empoderamiento de los actores sociales constituye la vía formativa, desde el nivel micro, para el logro del desempeño autogestivo, en tanto que los espacios sociales deben propiciarlo a partir de la descentralización y la flexibilidad de participación y el posicionamiento reflexivo de los propios actores. Entonces la viabilidad y éxito de un programa de desarrollo dependerá en una medida importante de su sostenibilidad social; esto es del grado en que las personas no solo reciben beneficios, seguridad sino ante todo el grado en que esas mismas personas perciben a ese programa o proyecto como un escenario en que su subjetividad individual y colectiva es reconocida, fortalecida y respetada.

Tiene que pensarse en sujetos y actores con capacidades para generar un desarrollo local participativo, inclusivo, con una cultura ambiental sostenible, que incorpore un enfoque de género con los valores y dimensiones de la equidad, que trabaje desde un entramado institucional dinámico, autogestivo lo que evidencia la necesidad de formar a esos sujetos; de ofrecerles las herramientas teórico – metodológicas necesarias para promover desarrollo. Es el hombre como sujeto creador capaz de llevar a determinados resultados, el proceso de autotransformación de la vida social sobre la base de los principios éticos y valores históricamente reconocidos.

Hacia estos propósitos y considerando que todo proceso de cambio social que se pretenda promover y gestionar, debe estar sustentado en la participación y consenso social sobre todo en el respeto a la forma de pensar, sentir y hacer de la población en cuestión, es que se hace indispensable realizar un estudio para determinar la percepción social de las personas con respecto a los contenidos interculturales de las radios en estudio.

Tomar en cuenta las representaciones sociales lleva a plantear que no existe una realidad objetiva. Toda realidad es representada, es decir, apropiada por los individuos y los grupos, reconstruidas en un sistema sociocognitivo. Las representaciones no son, por lo tanto, simples reflejos de la realidad: son una organización significativa que integra las características objetivas del objeto, su historia y su sistema de actitudes, normas y valores. Son visiones funcionales del mundo, que permite a los individuos y a los grupos dar sentidos a sus conductas y comprender la realidad. En consecuencia, tanto los individuos como los grupos sociales están determinados no sólo por las

características objetivas de su medio, sino que, igualmente, por la manera cómo ellos lo aprehenden y le dan un significado y un valor.

Los estudios de percepción social, por ende, entonces, son técnicas habituales para aproximarse a la detección y valoración de opiniones y actitudes de la ciudadanía, su interés, sus conocimientos y comprensión, su opinión, su percepción del riesgo y su grado de participación en los procesos sociales que se manifiestan en su entorno. En este sentido, la valoración de los criterios de los sujetos sociales, las incertidumbres y las perspectivas de los ciudadanos, proporcionan información de las principales demandas sociales, el sentir y la subjetividad social del pueblo en general, que constituye un elemento esencial para gestionar con calidad procesos de desarrollo local y comunitario.

El estudio de la percepción social como parte de la representación social, permite conocer cómo se inscribe la realidad social en el individuo y de qué modo este se la representa. Esta representación no es una copia fiel de la realidad puesto que está mediatizada por interacciones con el objeto y su manera de pensar, su identidad y diversidad de factores culturales, sociales y económicos.

Las Representaciones Sociales se refieren a una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido por un grupo humano determinado, con el objeto de organizar y apropiarse de su entorno material, social, ideal, político y que a su vez permite orientar las conductas y las comunicaciones, además de establecer una visión de la realidad común a un grupo. De ahí que resulte indispensable realizar un estudio de estas características con la finalidad de determinar el sentir, el pensar de los pobladores de las comunidades ante los contenidos interculturales que se están desarrollando en las radios.

Fases de la percepción

En el caso de la percepción visual, suelen diferenciarse una serie de fases o estadios:

a) Visión temprana: conjunto de procesos mediante los que el sistema visual crea una representación inicial de propiedades sensoriales elementales como el color, el movimiento, la profundidad y la disposición espacial de los objetos (su orientación, tamaño y distancia con

respecto al observador, aspectos fundamentales para obtener información sobre la forma y, por tanto, la identidad de los objetos).

b) Organización perceptiva: en esta fase el sistema visual pone en juego una serie de mecanismos por medio de los cuales logra la constancia perceptiva de los distintos elementos de información obtenidos tras la fase de visión temprana, así como una especificación del modo en que se organizan como una totalidad cada uno de estos elementos, para poder así relacionarlos con los distintos objetos y superficies que forman la imagen visual.

c) Reconocimiento: como resultado de todo este conjunto de procesos se obtiene información acerca de la identidad, significado y función de los distintos elementos que nos rodean. En general, se considera que el reconocimiento perceptivo se basa en el establecimiento de algún tipo de correspondencia entre la información visual obtenida en cada momento con conocimiento almacenado a largo plazo sobre el aspecto visual de las cosas. (Cáceres, 2011)

Desarrollo humano y sostenible

La sostenibilidad social está relacionada de forma íntima con la participación de los actores sociales. En el caso de los medios de comunicación, tanto la televisión como la radio, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad, pero también de la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación de la comunidad y de la audiencia, la experiencia de comunicación se convierte en un espacio sin propósito. La programación de la radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar sus necesidades, expectativas y preferencias.

La radio popular surge como una necesidad del pueblo de comunicarse, informarse y expresar su palabra. A través de ella se mantiene informada a la población sobre las actividades de la comunidad y a nivel regional, sobre los hechos y acontecimientos que hacen la historia de la comunidad, sobre sus logros y realizaciones, sobre la vida de otros barrios y de otros pueblos que visualiza lo que les afecta e ir creando en la población la solidaridad, la conciencia crítica y el reconocimiento a sus derechos fundamentales: elemento necesario para lograr su organización.

Por ende, la sostenibilidad institucional a nivel de la radio, es el marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir, con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión, creando los medios necesarios para que la audiencia participe.

Las radios comunitarias deben buscar expresar voces y hablas regionales, de tal manera, que puedan constituir una programación alternativa en el espectro radial, determinada por seis ejes: construcción de ciudadanía, cultura de paz, interculturalidad, inclusión, deconstrucción del pensamiento androcéntrico, y creación de nuevos imaginarios. Sin dudas, los medios públicos o comunitarios poseen características y finalidades muy marcadas sobre todo en correspondencia con su vínculo directo con la ciudadanía.

La expansión de las radios comunitarias debe enfocarse en desarrollar proyectos sociales viables y sostenibles, ejecutando actividades sociales, culturales e institucionales, ya que, para estos medios de comunicación, lo imperioso radica en gestionar nuevas relaciones con los sectores en la comunidad e impulsar la discusión pública sobre el desarrollo local, entre otros aspectos de relevancia. Debe enfatizar en fortalecer el desarrollo humano y sostenible.

En tal sentido, el desarrollo humano debe ser un enfoque de las radios en la medida que sus acciones sociales estén centradas en mantener vigente un escenario comunicativo que permita la expresión de voces, intereses y expectativas de la vida local. Asimismo, está enlazada con su capacidad de gestionar el acercamiento y la participación de la población en su área de convivencia.

Las radios comunitarias deben desarrollar un quehacer comunicacional alternativo a las prácticas históricas, ya que se focalizan en el acontecer comunal; ampliar su campo de acción para responder a los cambios locales y desarrollar su objetivo, motivando a determinar las acciones de sostenibilidad social necesarias.

En tal sentido, la sostenibilidad social desde el enfoque emancipatorio permite a las radios comunitarias permanencia y fortalecimiento en su entorno, mediante:

- a) la participación horizontal de las personas de la comunidad
- b) pluralidad de pensamiento sobre diversidad de corrientes y tendencias políticas, sociales y económicas
- c) integración de los actores sociales y
- d) una perspectiva crítica que estimule el razonamiento, el análisis, la polémica, la argumentación y el debate como mecanismos de aprendizaje.

Para que el quehacer radial comunitario sea sostenible socialmente es imprescindible centrarse en el objetivo de estos medios de comunicación y establecer un direccionamiento a través de acciones sociales que revelen las necesidades de las comunidades de su entorno, para buscar respuestas a estas, promover el avance de una ciudadanía activa y constituir un sentir activo colectivo que permitan minimizar las necesidades de las comunidades (Galarza, 2003). Más que asegurar una comunicación libre y plural entre las comunidades, el alcance de la misma se extiende a coadyuvar a la solución de problemas comunitarios.

Para alcanzar este objetivo, la población ha requerido desarrollar acciones de sostenibilidad social, es decir, orientaciones activas basadas en mantener la cohesión social para cubrir necesidades presentes y persecución de objetivos comunes en el ámbito comunicacional alternativo, sin comprometer la capacidad de generaciones futuras.

Las acciones de sostenibilidad social se encuentran de forma permanentes en determinadas situaciones, así como en momentos de conflictos, por atender proyectos sociales, necesidades o potencialidades en un espacio comunal determinado, que por lo general, tienden a variar y reestructurarse ante situaciones coyunturales que afectan colectiva e individualmente a las comunas.

Las acciones de sostenibilidad social la implementan los miembros de la comunidad de forma particular, u organizada, a través de consejos comunales, quienes conjuntamente con los integrantes de las radios comunitarias, son actores sociales, que muestran algún tipo de anclaje relacional con el territorio y que toman conciencia y decisión en poder transformar y, por lo tanto, mejorar sus condiciones de vida (Barbero y Cortés, 2005).

Existe una propuesta de autores como Useche (2015) sobre acciones y estrategias de sostenibilidad que deben llevarse a cabo desde la radio, aportando nuevos elementos con la presente investigación:

Tabla 2. Enfoques de desarrollo humano y sostenible desde las radios comunitarias

<i>Estrategias de relaciones con la comunidad</i>	<i>Acciones permanentes</i>
Relaciones sociales	Participación en la solución de problemas Articulación con actores sociales Redes sociales comunitarias Empoderamiento Apoyo al desarrollo de emprendedores Capacitación y formación
Evolución social	Apoyo a la comunidad para mejorar sus condiciones de vida. Programas de talleres de orientación. Cambios de conductas en la comunidad.
Legitimidad	Reconocimiento de otros actores sociales de la comunidad Participación e integración

Fuente: Useche, M. (2015). **Acciones de sostenibilidad de las radios comunitarias en el Estado Zulia. Revista Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina especializada en Comunicación. Número 82, marzo – mayo.**

Las radios comunitarias deben realizar acciones, convirtiéndose en el quehacer perseverante que permite desarrollar las relaciones sociales con la comunidad de su entorno como estrategias detectadas que consiste en la habilidad para establecer interacción con las comunidades en su construcción; incidiendo en los procesos de cambios de la sociedad.

Al respecto, se detectó entre las acciones a desarrollar para esta estrategia, la participación de la comunidad para solucionar problemas comunitarios. Las radios comunitarias reciben apoyo de miembros de la comunidad por lo que deben unir esfuerzos para lograr minimizar las desigualdades y desequilibrios. Esto conlleva a la formulación de sus propias ideas y experiencias,

logrando así una gestión construida en base a decisiones colectivas y a espacios democráticos de comunicación para establecer vínculos a partir de sus relaciones con su entorno.

La articulación con entes gubernamentales, implica la labor de la radio de dar apoyo en la búsqueda de soluciones a los problemas comunales a nivel de gestión y de orientación, fortaleciendo con ello la lucha por los derechos de los ciudadanos. Resulta indispensable que la radio comunitaria mantenga vínculos con todos aquellos entes que se involucren con las actividades sociocomunitarias en pro de una vida más justa y humana que modifique la realidad del provenir comunitario.

Otra estrategia que se pudo apreciar se denominó Evolución Social, para las radios comunitarias son los cambios que suceden en una sociedad, que alteran las condiciones del ambiente comunal y del entorno. En este caso, las radios comunitarias vienen apoyando una serie de acciones con las comunidades para alcanzar el bienestar de las mismas, tales como el apoyo a la comunidad para mejorar sus condiciones de vida,

De forma complementaria para el desarrollo de la estrategia, también se han emprendido Programas de talleres de orientación, mediante talleres de producción, educación ciudadana y de vocería comunal a los ciudadanos de su entorno y de parroquias cercanas, con el objeto de incentivar a la comunidad insertarse la formación comunicacional. Esta relación propiciada por las radios, posibilita a la comunidad la exposición de sus ideas, necesidades, conocimientos y proyectos para mejorar las condiciones de vida y así fortalecer el compromiso social de las radios comunitarias con su entorno necesario para mejorar sus vidas.

La radio debe lograr cambios de conducta en los miembros de las comunidades en lo referente a la recolección de basura, reciclaje, cultura de paz, solidaridad y apoyo mancomunado, en la aceptación de personas de otras nacionalidades, así como en la toma de conciencia de cuidar el medio ambiente y protegerlo.

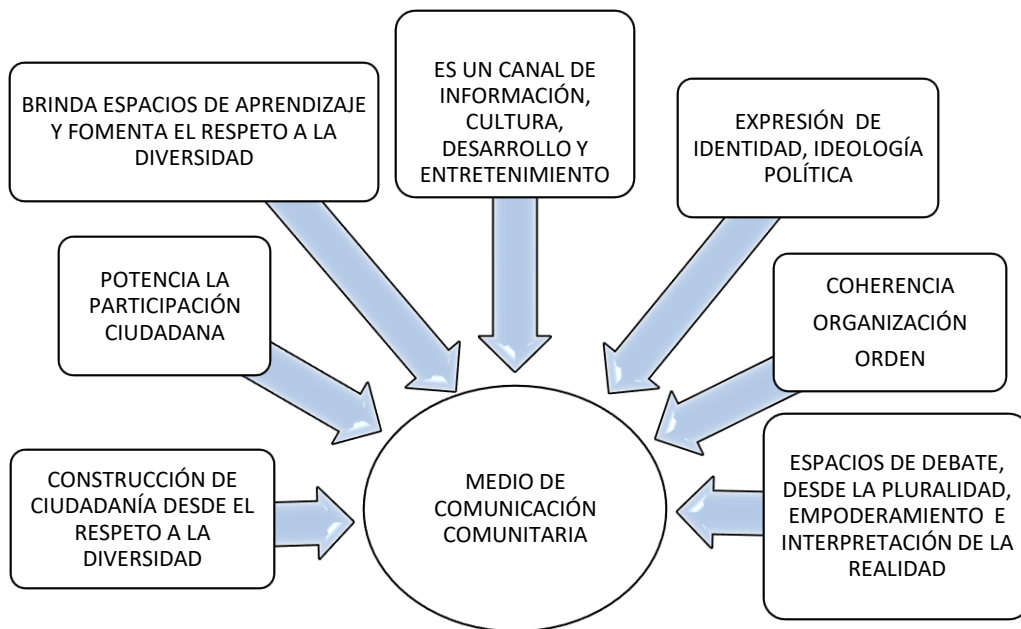
La legitimidad fue la tercera estrategia identificada en el quehacer comunicacional radial comunitario, que debe centrarse en el reconocimiento de la radio comunitaria que consiste en su aprobación social por su oferta de políticas, servicios y bienes públicos, respondiendo su actividad a unos criterios de valoración socialmente aceptados por la comunidad donde estas radios se desenvuelven (Escuela de Administración Regional, 2009).

Medios de Comunicación

Organizaciones como la CIESPAL (2010) desde la investigación realizada en torno a un estudio de Percepción sobre los medios públicos en Ecuador (Ayala, 2010), sustentan la idea de que un medio público, sobre todo la radio, deben constituirse como espacios abiertos a la diversidad, lugar de encuentro y convergencia de todos los ciudadanos, que se sientan representados e identificados con el medio. Constituyen medios de información, educación, entretenimiento, que deben garantizar la accesibilidad de todos los sectores y grupos sociales a su programación y servicios. Las radios públicas o comunitarias, deben tener como visión principal, el enriquecer la imaginación de la audiencia, la creatividad, divertir, entretener, educar, integrar y promover una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales.

Existen características desde la visión de diferentes autores (Ayala, 2010), que constituyen las características más significativas de un medio público, en este caso, la radio comunitaria.

Gráfico 2. Características de un medio público



Fuente: Investigación documental.

Elaboración propia

Desde lo antes expuesto, es importante mencionar, que los medios públicos o comunitarios, deben ofrecer programas pluralistas, desde aspectos relevantes como la información, cultura, educación y entretenimiento que permita abarcar la realidad social y cultural de las mayorías, evidenciando desde su programación, las situaciones reales, la diversidad de intereses, criterios, opiniones, desde el ámbito social, cultural, económico e ideológico.

Comunidad

Sería fácil dictar un concepto en el que se diga que una comunidad es un grupo de individuos que comparte un determinado espacio geográfico y tiene ciertos elementos en común, sin embargo, su significado conlleva un sin número de elementos que deben ser profundamente analizados. Bartle, (2011) en su publicación “Comunidad una Descripción Sociológica”, mantiene una visión mucho más amplia en la que hace referencia a que una comunidad no solamente son espacios poblados o el conjunto de viviendas, está más bien constituye el producto de una organización social y cultural, un sistema sociocultural que implica sentido de pertenencia e identidad con el lugar donde se desarrollan.

Es un modelo sociológico en el que se visualiza un conjunto de interacciones, comportamientos humanos, formas de vida, costumbres, tradiciones, creencias y valores que comparten un grupo de personas.

Las comunidades pueden presentar diferentes características, pero ninguna es exactamente igual a la otra, cada una mantiene peculiaridades distintas y propias.

Se puede afirmar que la comunidad tiene vida propia a partir de su propia identidad, de su historia, trayectoria, que se ve reflejada en sus formas de vida, sus tradiciones, su cultura, sus valores, sus políticas y la territorialidad y sus características.

Las comunidades son una importante fuente de conocimientos, en ellas reposan y viven todavía anécdotas, historias, leyendas, costumbres y tradiciones que, de cierta manera, caracterizan a todo un país o región. En una comunidad todos sus elementos culturales pueden ser transmitidos y guardados durante generaciones, lo que, en ocasiones, no se observa en las grandes ciudades o centros urbanos, donde a partir de la globalización, se ha ido perdiendo la identidad.

“De igual forma, que una célula viva, planta o animal trasciende a sus átomos, una institución, un patrón de comportamiento, trasciende a sus individuos humanos” (Bartle, 2011). Los integrantes o miembros de una comunidad, a pesar de ser grupos conformados por personas individuales están sujetos a compartir íntimamente un pensamiento o una creencia que permiten la vida en conjunto, las relaciones e intercambio, una unidad en el criterio de sus pobladores en cuanto a diferentes aspectos sociales, a pesar de lo diversos que puedan ser, encontrando aspectos esenciales desde los cuales, lograr la unidad.

En este sentido, una comunidad a criterio de la autora, se mide como el conjunto o agrupación de personas que interactúan entre sí, que pertenecen a un determinado espacio geográfico, y que integran elementos del sistema social tanto políticos, económicos, religiosos y culturales, unidos e integrados por sus costumbres, tradiciones, modos de vida, formas organizativas, entre otros, que conceden a una comunidad identidad propia.

La comunicación comunitaria puede ser también alternativa y la alternativa ser comunitaria. Ambas se complementan. Sin embargo, también existen diferencias que le permiten a cada una situarse en un lugar distinto, sin ser contrapuestas.

Muchas comunidades en la actualidad, cuentan con [métodos](#) de comunicación alternativos, como por ejemplo, un [periódico](#), carteleras informativas; altoparlantes y otros. La comunicación comunitaria, en sentido general, es el tipo de interrelación que se establecen entre los integrantes de una comunidad, como individuos aislados, familias o grupos, organización o institución laboral, con el fin de la transformación de esta ya sea material o espiritualmente (Moreno y Recio, 2010).

Es importante para la comunicación comunitaria, establecer diálogo con el pueblo, pero ello implica emplear un [lenguaje](#) similar al de las costumbres del individuo y generar un proceso participativo e inclusivo; para que exista esta interacción, es necesario integrarse a la vida del hombre, investigar su lenguaje, su actividad y pensamiento; posteriormente, a través de la inducción y la persuasión, estos elementos se conjugan para generar motivación, aceptación de las propuestas e integración entre los miembros de la comunidad.

La investigación previa a proyectos de comunicación alternativa, implica dos etapas distintas en las que se involucra el individuo: la primera, se refiere a acudir hasta el lugar de los hechos para

conocer cuál es la forma de pensar de los pobladores y la segunda, es el estudio diagnóstico a partir de instrumentos de investigación, que la [persona](#) vaya adquiriendo conciencia de su realidad y la expresen realmente, sin embargo, el proceso no termina en un único momento de tiempo, implica un procesos de acompañamiento y seguimiento.

Medios de comunicación comunitarios

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos que cumplen las siguientes características:

- El medio es propiedad de una [asociación](#) sin fines de lucro
- Su gestión y funcionamiento se encuentra a cargo de la comunidad.
- No existen remuneraciones, los ingresos son para el propio desarrollo del proyecto.
- La gestión de los [medios de comunicación](#) se realiza de forma participativa.
- Tienen como objetivos profundizar en la [democracia](#), transformar los procesos sociales y hacer referencia a la realidad social en concreto.
- Estos medios no abordan problemas religiosos ni políticos que se encuentren a favor de una u otra organización (Beltrán, 2010).

Los medios comunitarios han sido muy importantes en el desarrollo de los pueblos latinoamericanos y han formado parte de su historia. Existen iniciativas en muchos lugares de Latinoamérica, sobre todo en Colombia, acerca de la radio escuelas que fueron difundiendo sin mayor demora en la región desde el pasado siglo. Por ejemplo, a mediados de la década de los 50, en Bolivia, surgió la primera emisora de ese tipo en una zona rural poblada por indígenas aimaras: RadioPeñas (Beltrán, 2010), el número de emisoras, mayormente campesinas, había crecido en el país al punto de hacer necesaria su agrupación en redes.

El alcance de las organizaciones respondió a la equidad y la democracia, a partir de procesos participativos de la cultura indígena, y fue creciendo a fin de favorecer una educación integral con un compromiso de luchar por los pobres y los marginados, que evidenció el rol de la comunicación como un factor indispensable en el desarrollo social de los pueblos.

Una radio que ha trascendido, fue la denominada “*cassette foro rural*” creada en Uruguay por Mario Kaplún (1980) se convirtió en un recurso sencillo pero muy útil para propiciar el diálogo a

distancia entre agricultores cooperativistas. El caso de la radio consolidada en Ecuador denominada las “cabinasradiofónicas”, constituyó un espacio de grabación y contactos establecidos en territorio campesino, coordinados por un sacerdote del cantón Latacunga, para dar a los pobladores capacitados la oportunidad de enviar mensajes a una emisora central que los divulgaba. También se distinguieron en otros valiosos ejercicios de radio popular, comunicadores de Perú, México, República Dominicana, Nicaragua y Cuba, que combinaron programas radiofónicos con visitas a escuelas y hogares por brigadas de capacitación en salud y educación (Beltrán, 2010).

Los países de Colombia y México estuvieron entre los países que se valieron de la radio como instrumento de apoyo a la educación en las aulas. El Salvador apoyó a esa enseñanza por medio de la televisión, en cambio, no solo la radio, y México, llegó a establecer una red de canales dedicada a respaldar programas de desarrollo rural, además de ensayar el empleo de la telenovela para educación no formal sobre salud reproductiva, lo que evidencia que la comunicación es para el desarrollo social, desde diferentes medios.

Por otra parte, en Perú, en Villa El Salvador, un barrio limeño muy pobre sobrepoblado por emigrantes campesinos indígenas, existió la conformación gradual de un sistema de múltiples medios alternativos. Ellos comenzaron con periódicos murales y boletines en mimeógrafo, apelaron luego a altoparlantes y al cine en sitios públicos; usaron la radio y llegaron a contar hasta con su canal de televisión (Beltrán, 2010).

Festivales de música y de bailes, ferias, pancartas, teatro callejero, concursos y funciones de títeres fueron otros de los procedimientos empleados en varios países de la región para decir lo que los grandes medios masivos no decían y convertirse en herramientas desde las cuales abogar por el cambio social, por los derechos de las comunidades rurales.

Un importante estudio internacional, el informe Pearson (UNESCO, 1960) abordó el tema de las inequidades existentes entre Latinoamérica y Estados Unidos. Pero nadie escucharía esas tempranas voces de advertencia, por lo que, con los años, mayormente en vez de haber desarrollo, el subdesarrollo se fue acentuando fuertemente.

A principios de la década de 1970, el fracaso del modelo foráneo impuesto se hizo muy evidente. Una crisis de la actividad petrolera internacional tuvo consecuencias sumamente graves en la

economía de Latinoamérica de las que ella no pudo defenderse como lo hicieron los países desarrollados (UNESCO, 1960).

A partir de la dependencia a Estados Unidos de América, la región disminuyó sus tasas de crecimiento y resultó inevitable hacer recortes en los gastos públicos, afectando como siempre, a los más desamparados. Para cubrir los déficits acumulados por obra del inequitativo régimen de intercambio mercantil, los gobiernos latinoamericanos tuvieron que aumentar su deuda externa a plazos de amortización más cortos y con tasas de interés más altas. Pero el modelo de desarrollo causante de más subdesarrollo quedó en vigor en la región que afecta hasta la actualidad (Rivero, 2013).

En este contexto, los medios alternativos fueron un instrumento de expresión de la comunidad, más que para la comunidad y designaron un intercambio de puntos de vista y de noticias, y no una transmisión de una fuente a otra. Es importante destacar que los medios comunitarios representan una respuesta dinámica a las fuerzas de la globalización, como recurso en el proceso de desarrollo dado que desempeñan un rol importante en la democratización, las luchas sociales y la concientización (Rivero, 2013).

IMPORTANCIA

La comunicación comunitaria es de gran importancia en la medida en que puede convertirse en un escenario de participación y de construcción de ciudadanía, al posibilitar la inclusión de aquellos sujetos sociales que, por mucho tiempo, han sido invisibilizados y no han logrado acceder al ámbito de los grandes medios de comunicación.

Como consecuencia, la comunicación comunitaria permite que las comunidades, los sectores sociales, los grupos locales o los grupos de interés específicos se elaten así mismos y representen sus propios intereses. Igualmente, constituye un escenario propicio para la exigibilidad del derecho a la comunicación y a la información, establecido desde la Constitución como derecho, estrechamente relacionado con la participación ciudadana.

EMPLEO DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN FUNCIÓN DE LAS COMUNIDADES

Asumen los medios comunitarios, una voz propia en función del criterio de la mayoría y se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes (género, edad, ideologías, orígenes comunes, territorio e intereses comunes), para desarrollar y gestionar procesos comunicativos (medios de comunicación, formación, investigación, organización, entre otros), que reivindiquen a la población y sus derechos humanos. Sin dudas, en estos medios participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes (Rivero, 2013).

FUNCIÓN DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

Los medios de comunicación comunitarias tienen las siguientes funciones:

- Apoyan el desarrollo de luchas y contribuyen a la integración social.
- Representan el sentir, pensar, cotidianidad de los sectores populares y excluidos
- Constituyen un apoyo a la sociedad y responden al respaldo y defensa de sus derechos, necesidades y formas de ser y hacer, comenzando por el derecho a pensar y expresarse libremente.
- Promover la participación local.
- Autogestión, planificación e investigación en lo social y económico.
- Originar el desarrollo local, propiciando la integración local, regional y nacional, que facilite la creación de una estructura de redes sociales, para la integración de diferentes actores
- Prestar servicios sociales a las comunidades por medio de actividades en beneficios o intereses de la colectividad (Rivero, 2013).

En la proyección de la comunidad los medios alternativos tienen como objetivo reunir y contribuir a la movilización de los grupos a favor de proyectos comunes para el desarrollo, es decir, impulsar los procesos de gestión comunitaria.

Proporcionan una alternativa a las imposiciones del mercado, comprometiéndose con una vocación de justicia social y defensa de la diversidad (Rivero, 2013)

En 1973, se propuso entender al desarrollo como “un proceso de acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura” (Vázquez,

2010), en un país o región en particular, a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población en condiciones de dignidad, justicia y libertad.

La comunicación alternativa para el desarrollo democrático, por ende, es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo, empleando los medios para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

En los momentos actuales aún muchas personas, regiones y comunidades mantienen su fe y confianza en la comunicación como una herramienta para defender y representar a las grandes mayorías sobre todo desde los sectores populares.

Existe apoyo económico y financiero de instituciones públicas o privadas, para la comunicación educativa, comprometidos con el desarrollo y conscientes de la importancia y necesidad de procesos comunicativos con transparencia, ética e imparcialidad (Felder, 2010).

El mundo de la comunicación para el cambio social” entendiéndose por tal en principio, “un proceso de diálogo, privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo (Felder, 2010), implica mayormente que las comunidades deben ser protagonistas de su propio desarrollo, sujetos del cambio, de que la comunicación no debe ser necesariamente sinónimo de persuasión sino primordialmente mecanismo de diálogo e intercambio participativo y que, en vez de centrarse en forjar conductas individuales, debe hacerlo en los comportamientos sociales en correspondencia con los valores y las normas de las comunidades.

LA UTOPIA EN CUANTO A COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

Pese a las aspiraciones frustradas y a los contrastes sufridos, los comunicadores latinoamericanos comprometidos con la construcción de una nueva sociedad no han renunciado a sus ideales, ante el nuevo contexto económico, político y tecnológico.

Los años han pasado y el desarrollo democrático no ha ocurrido, en muchos países ante la dominación del sistema capitalista, la dependencia externa aumentó donde desde la comunicación no se logró el cambio esperado.

La concentración de medios en pocas manos es mayor que antes, la privatización de las frecuencias y de los medios del Estado ha eliminado casi completamente a la radio y la televisión de servicio público. Por influencia de las grandes empresas multinacionales ya no se discute la información como un hecho cultural y social sino como un hecho de mercado (Gumucio, 2013).

Los consorcios mercantiles transnacionales dominan, en efecto, hoy mucho más que nunca el negocio publicitario y el flujo noticioso. Los países desarrollados, controlan el 90% de la producción de bienes y servicios informativos electrónicos del mundo (Gumucio, 2013). En resumen, en vista de la presencia de la nueva tecnología y las nuevas formas de comunicación a través de las redes sociales, la brecha de comunicación entre países desarrollados y subdesarrollados es cada vez mayor.

En medio de las circunstancias sociales, económicas y culturales, la crítica de varios grupos latinoamericanos es latente y desde los medios, expresan su sentir y sus posturas, luchan desde la teoría y la práctica en medio de la sociedad de consumo y el tecnologicismo.

Los medios de comunicación comunitarios proporcionan una alternativa vital, orientada por objetivos sociales en vez del lucro privado, hacia arriba en vez de hacia abajo, empoderando a las personas en vez de tratarlas como consumidores pasivos, nutriendo el conocimiento local en vez de reemplazarlo por soluciones o modelos importados. Los medios de comunicación comunitarios están comprometidos con los enfoques de derechos humanos, justicia social y sostenibilidad para el desarrollo y son pertenecidos y controlados por las mismas comunidades.

Durante muchos años, las estaciones de radio comunitarias, han proporcionado a las comunidades los medios de expresión cultural, noticias e información y diálogo local. La radio es el aparato electrónico de comunicación más extendido en el mundo y un medio único para llegar a las comunidades más pobres del mundo (Gumucio, 2013). La transmisión comunitaria es reconocida en diversos ámbitos.

Existen miles de transmisores comunitarios actualmente en América Latina. La radio y televisión comunitarias están bien establecidas en gran parte de Europa y Norte América. Las nuevas tecnologías han transformado la práctica de los medios de comunicación masiva con un incremento en el uso de computadoras en la producción y acceso a la información de Internet.

La transmisión por radio sigue siendo la tecnología predominante, pero también están emergiendo nuevas plataformas de distribución.

Medios de Comunicación en práctica

La radio y televisión comunitarias tienen sus raíces en la vida cotidiana, como medios que facilitan la participación en función de los problemas sociales (Gumucio, 2013). La programación incluye mensajes comunitarios y personales (matrimonios, eventos sociales), saludos musicales, programas educativos para el desarrollo (salud, medio ambiente, género), programas informativos y entretenimiento cultural relevante. Este medio forma una plataforma colectiva para el empoderamiento a través del acceso a la producción y consumo de comunicación relevante (Gumucio, 2013).

Una tendencia creciente es la formación de redes nacionales y regionales para apoyar las estrategias de comunicación locales y para facilitar la influencia política y social, así como la participación en los niveles nacionales y regionales.

Los programas son producidos por diferentes comunidades utilizando la televisión satélite como un medio de distribución. La red permite el compartir el programa entre las comunidades locales, nacionales e internacionales, que normalmente no tendrían acceso a los medios de comunicación. De esta forma, estos medios de comunicación comunitarios contribuyen sustancialmente a la conciencia colectiva cultural y política de los que mayormente son discriminados, mayormente indígenas en Bolivia, Perú y Ecuador.

Apoyo para los medios de comunicación comunitarios

Los medios de comunicación comunitarios contribuyen al desarrollo social y económico, pero un enfoque sostenible requiere de bases firmes. Requiere de un enfoque basado en el empoderamiento de los pueblos y comunidades, y requiere un fortalecimiento de los derechos a la libertad de información y a la libertad de expresión.

Siendo la comunicación un derecho básico y una condición para el desarrollo social, los estados, naciones y las instituciones internacionales tienen que garantizar el acceso a la producción, distribución y consumo para todos los grupos en la sociedad. Se deben realizar reformas legislativas para asegurar el acceso efectivo y políticas de apoyo para los medios de comunicación comunitarios (Gumucio, 2013).

Se requiere de mayor conciencia del potencial de desarrollo de la radio comunitaria, apoyo y asistencia para los proyectos de medios de comunicación comunitarios con el fin de que se adapten a las nuevas tecnologías y respondan a intereses de las grandes mayorías.

El desarrollo de la radio comunitaria y el futuro de la televisión comunitaria dependerán del acceso a recursos técnicos significativos. La capacidad de acceder a las frecuencias, canales y bandas y la apropiación de estándares técnicos son de particular importancia. Por ende, mucho depende de las estructuras gubernamentales, aunque apuntar a ser autosustentados es la clave del éxito, para garantizar de algún modo, independencia y autonomía. Los ingresos y el apoyo de instituciones gubernamentales, no deberían de ser objetivos de manipulación sino direccionados al cumplimiento de objetivos sociales de comunicaciones, incluyendo el apoyo al desarrollo de los medios de comunicación comunitaria (Rivero, 2013).

2.2 MARCO LEGAL

En Ecuador, la creación de medios de comunicación públicos, privados, comunitarios y el acceso a las frecuencias de radio y televisión están consagrados como un derecho en la Constitución aprobada en el 2008 (República del Ecuador, 2008, Art. 16). Este es el contexto propicio para que los medios comunitarios sean reconocidos como actores trascendentales del sistema de comunicación.

Los medios comunitarios poseen un rol esencial en la democratización de la comunicación. Autores como Acosta (2017) establecen un análisis en cuanto a los medios comunitarios y su dimensión organizativa-comunicacional, que demuestra la realidad de los medios comunitarios en el contexto actual, donde se hace necesario que su direccionamiento se encuentre precisamente, en la adscripción a las nuevas formas de entender la “comunidad territorial” o “comunidad de sentidos”, por lo que la propuesta comunicacional de los medios debe estar cercana a las demandas de estas comunidades diversas. En este ámbito, se encuentran sobre todo aquellos medios comunitarios nuevos, de organizaciones indígenas, sociales, afro descendientes, campesinas, barriales, gremiales, de mujeres, jóvenes, muchos de los cuales están solicitando por primera vez una frecuencia para operar un medio de comunicación comunitario a nivel nacional.

En este sentido, es evidente la importancia de tener como punto de partida, la razón fundamental de existencia de un medio comunitario de comunicación, en este caso, la radio, los cuales deben

enfocarse siempre a “dar voz a los que no tienen voz” o amplificar las voces de quienes tienen limitaciones para acceder a los medios de comunicación. Constituyen propuestas de comunicación —especialmente radiales—, que buscan que comunidades despojadas, empobrecidas, invisibilizadas, puedan comunicar sus necesidades y propuestas, y con ello, transformar su realidad.

La Ley Orgánica de Comunicación define a los medios comunitarios como aquellos “cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, Art. 85). No obstante, un medio de comunicación comunitario, debe poseer una adscripción a una nacionalidad o pueblo indígena, o comunidad territorial o de sentido, o por su proyecto comunicacional, estar adjudicado al debate y análisis de temas importantes y de interés para las comunidades; compartir las producciones trabajadas por cineastas o profesionales en general pertenecientes a estas comunidades que ningún medio tal vez difunda, así como posicionar temas que los poderes no quieren que se conozcan (Acosta, 2017).

Las propuestas de contenidos que buscan estar presentes son diversas, así como diversas son las comunidades. Sin dudas, un medio comunitario debe identificarse con la realidad de las comunidades a las que representa, debe existir canales que les permitan empoderar a los actores sociales, hacerles partícipes y parte, de un proceso democrático de comunicación, si se considera que, en la mayoría de los casos, varias comunidades han sufrido alguna vez discriminación y limitación de sus derechos ya sea por su etnia, su género, su clase, su opción sexual, edad, que los pone en una situación de desigualdad.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Glosario de Términos

Radios: La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se pueda lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, a partir de una planificación y la producción de contenidos desde y para los oyentes.

Comunidad: Una comunidad es un conjunto de individuos, ya sea humano o animal, que tienen en común diversos elementos, como el territorio que habitan, las tareas, los [valores](#), los roles, el idioma o la [religión](#).

También suele ocurrir que las personas se agrupen entre sí por tener un mismo [objetivo](#) que alcanzar y se caracterizan por conformarse de manera espontánea y no de forma voluntaria, como ocurre con las [sociedades](#).

Rádios Comunitarias: Es un instrumento de comunicación bidireccional concebido para servir al pueblo, favorecer su expresión y participación y valorar su cultura. Por lo anterior, se ubica como un esquema de alternancia del poder de emisión de mensajes y cuyo objeto es dar voz a los que no la tienen, a los grupos marginados y a las comunidades alejadas de los grandes centros urbanos donde la población es demasiado pequeña para atraer a la radio comercial o a la radio pública.

Sostenibilidad: Sostenibilidad es asumir que la naturaleza y el medio ambiente no son una fuente inagotable de recursos, siendo necesario su protección y uso racional. Sostenibilidad es promover el desarrollo social buscando la cohesión entre comunidades y culturas para alcanzar niveles satisfactorios en la calidad de vida, sanidad y educación. Es promover un crecimiento económico que genere riqueza equitativa para todos sin dañar el medio ambiente. Por eso, la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad social y la sostenibilidad económica están estrechamente relacionados. Por eso, muchos de los retos a los que se enfrenta el ser humano tales como el cambio climático o la escasez de agua solo se pueden resolver desde una perspectiva global y promoviendo el desarrollo sostenible.

Desarrollo: Desarrollo significa crecimiento, progreso, evolución, mejoría. Como tal, designa la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse.

Desarrollo Humano: El desarrollo humano es aquel que considera fundamental que el desarrollo económico de una nación repercuta positivamente en la calidad de vida de sus habitantes, ofreciéndoles la posibilidad de desarrollar al máximo su potencial productivo y creativo, tener una vida satisfecha a nivel de necesidades e intereses, y gozar del bienestar, las oportunidades y la libertad que le brinda su sistema económico.

En este sentido, el desarrollo humano es el siguiente paso del desarrollo económico, y, como tal, persigue el bienestar del principal bien de una nación: su capital humano.

Comunicación para el desarrollo: La Comunicación para el Desarrollo consiste en lograr que un grupo amplio de personas haga consciente los problemas que presenta su comunidad y las opciones de cambio que poseen frente a esa situación, resolver conflictos, llegar a consensos, colaborar con un grupo amplio de personas en el diseño de planes de acción que promuevan cambios y un desarrollo sostenible, facilitar la adquisición de conocimientos y destrezas que un grupo necesita con el fin de mejorar la condiciones en las que viven y de ese modo introducir cambios en su sociedad y mejorar la efectividad de las instituciones. En las últimas décadas, la Comunicación para el Desarrollo ha atravesado una revisión crítica y, a pesar de que inicialmente los medios de comunicación fueron simplemente considerados promotores y vehículos para la difusión y la promoción de los mensajes que procedían de Occidente (Rogers, 1983), se ha ido propiciando un giro hacia la comprensión de un proceso de comunicación centrado en la comunidad y, por tanto, con arraigo cultural.

Comunicar es un mecanismo eficiente para transformar el entorno, proteger los recursos, incorporar nuevos derechos, aprovechar las oportunidades que se pudieran presentar y disfrutar de un ambiente adecuado que garantice todas las oportunidades posibles para los ecosistemas, en los que el hombre y su sociedad son tanto administradores como parte.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General Responde a la formulación del problema.

La percepción en cuanto a la incidencia de los contenidos de las radios comunitarias, en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano de las comunidades Salinas y Simiatug del cantón Guaranda en el año 2018, es adecuada porque manejan los recursos necesarios del tema de las relaciones sociales, legitimidad y evolución social.

2.4.2 Hipótesis Particulares Responde a las preguntas de la sistematización del problema.

¿Cuáles son los aspectos teóricos conceptuales que definen una radio comunitaria y los indicadores para el análisis de sostenibilidad y percepción social?

¿Cómo son los procesos comunicacionales representativos de las comunidades en estudio?

¿Los contenidos de la radio, responden a la identidad cultural, cosmovisión, costumbres, tradiciones, desarrollo humano y sostenibilidad de las comunidades?

2.4.3 Declaración de Variables

Variable Independiente: Percepción de la incidencia de los contenidos de las radios comunitarias

Variable dependiente: desarrollo humano y sostenible.

Variable Independiente: Percepción de la incidencia de los contenidos de las radios comunitarias

2.4.4 Tabla 3. Operacionalización de las Variables

Variable Independiente	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Percepción de la incidencia de los contenidos de las radios comunitarias	Capacidad de respuesta de la sociedad en función a su organización, a la participación ciudadana y a la información oportuna sobre los contenidos interculturales así como las acciones que potencian el desarrollo humano y sostenible desde las diferentes formas y productos comunicacionales que permitan a los pobladores emitir opiniones, receptar la información y crear juicios de valor, en la medida que las posibilidades de desarrollo en los sistemas sociales se basan también en la conciencia social, acción política y participación social.	Receptividad	1. Manejo de radio 2. Funcionalidad 3. Aplicaciones de la radio 4. Creación, edición y elaboración de contenidos interculturales y enfocados al desarrollo humano sostenible. 5. Elaboración de guiones y consumo	¿Con qué frecuencia escucha Ud. la radio Salinerito? ¿Cómo calificaría a la radio? ¿Ha realizado Ud. algún tipo de comunicación oral o escrita para la radio? ¿La radio promueve la diversidad, pluralidad e integración social? ¿Su programación responde a la realidad social, cultural y económica de las comunidades?	Cuestionario
		Aceptabilidad	1. Apreciación de programas 2. Representatividad de la interculturalidad en la Programación: comunitaria, de opinión popular, mundo infantil, música, deportes, avisos comunitarios	Evalúe en qué medida la radio se sustenta en los siguientes aspectos: 1. La democracia.	

				<p>2. La aplicación del derecho a la comunicación.</p> <p>3. La búsqueda del interés o el bien común</p> <p>4. La defensa de intereses generales, no de los particulares.</p> <p>5. El respeto a la libertad de expresión.</p> <p>6. Asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, al mismo tiempo que son portavoces de las minorías.</p> <p>7. Proporcionar información y entretenimiento de calidad y propulsar acciones de beneficio para la sociedad en educación, cultura,</p>	
--	--	--	--	---	--

				afianzamiento de la identidad nacional, generación de conciencia ciudadana.																					
				8. Actuar con responsabilidad social.																					
		Motivación	<p>1. Necesidades, vivencias y razones profundas del consumo</p> <p>2. Representatividad y consumo de las manifestaciones culturales propias</p> <p>3. Representatividad de las condiciones socioculturales y económicas, así como las actividades económico productivas</p> <p>4. Modalidades, formas, tipos de consumo</p>	<p>¿La radio promueve la participación social como método de trabajo, eje transversal de la programación y como herramienta estratégica?</p> <p>¿En qué medida aborda los siguientes temas?</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alto</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Medio</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bajo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	Alto					Medio					Bajo					
	1	2	3	4																					
Alto																									
Medio																									
Bajo																									
		Expectativas	<p>1. Veracidad</p> <p>2. Vinculación con la vida cotidiana</p> <p>3. Representación cultural</p> <p>4. Nuevas sesiones</p>	<p>La radio se destaca mayormente en la comunidad por:</p> <p>Veracidad</p> <p>Vinculación con la vida cotidiana</p> <p>Representación cultural</p> <p>Nuevas sesiones</p>																					

Variable Dependiente	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Sostenibilidad y el desarrollo humano.	<p>Sostenibilidad es promover el desarrollo social buscando la cohesión entre comunidades y culturas para alcanzar niveles satisfactorios en la calidad de vida, sanidad y educación. Es promover un crecimiento económico que genere riqueza equitativa para todos sin dañar el medio ambiente. Por eso, la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad social y la sostenibilidad económica están estrechamente relacionados.</p> <p>El desarrollo humano es aquel que considera fundamental que el desarrollo económico de una nación repercuta positivamente en la calidad de vida de sus habitantes, ofreciéndoles la posibilidad de desarrollar al máximo su potencial productivo y</p>	Modelos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respeto a la diversidad y singularidad y con ello a los derechos humanos y de género. 2. Transfiere a la comunidad información, conocimientos, recursos, organización e iniciativas de manera que esta las pueda aprovechar en beneficio propio, de acuerdo con su propia percepción de la problemática. 3. Facilita que la población participe en la planeación y evaluación de los servicios y programas. 	<p>Medición de indicadores en escala de Likert</p> <p>Totalmente de acuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Totalmente en desacuerdo</p>	Cuestionario
	<p>Competencia cultural</p>	<p>Capacidad para interactuar y negociar con grupos culturalmente diversos, comunicándose de una forma respetuosa y eficaz de acuerdo con las múltiples identidades de los participantes o usuarios, fomentando actitudes de respeto, tolerancia,</p>	<p>Medición de indicadores en escala de Likert</p> <p>Totalmente de acuerdo</p> <p>De acuerdo</p>	Cuestionario	

	<p>creativo, tener una vida satisfecha a nivel de necesidades e intereses, y gozar del bienestar, las oportunidades y la libertad que le brinda su sistema económico.</p> <p>En este sentido, el desarrollo humano es el siguiente paso del desarrollo económico, y, como tal, persigue el bienestar del principal bien de una nación: su capital humano.</p> <p>La sostenibilidad y el desarrollo humano implican acciones de la radio en función del bienestar social y consolidación del desarrollo, siempre sobre el respeto a la diversidad de las expresiones culturales y sus contenidos desde la creación de productos comunicacionales para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones</p>		<p>diálogo y enriquecimiento mutuo, constatando que la verdad es plural y relativa, y que la diversidad puede ser fuente de riqueza.</p> <p>Conocimiento y empatía hacia los diferentes usuarios, la comprensión de su percepción, la capacidad de no calificar o descalificar a ninguno por ser diferente y la detección de las barreras culturales existentes, diseñando estrategias para eliminarlas.</p> <p>Percepción</p> <p>La radio es considerada como un medio de comunicación útil.</p> <p>La radio refleja información sobre la realidad de la región, habla de su cotidianidad, de las necesidades e intereses de la gente, de las reuniones y asambleas, de las campañas educativas y de salud, invita a cursos, informes sobre aspectos culturales.</p> <p>La radio rescata las costumbres y tradiciones, sirva de correo y, en general, manifieste preocupación por la situación de toda la gente.</p> <p>La radio es considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos entre la gente; contribuyendo de esta manera, al crecimiento de la comunidad.</p>	<p>En desacuerdo</p> <p>Totalmente en desacuerdo</p> <p>Medición de indicadores en escala de Likert</p> <p>Totalmente de acuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Totalmente en desacuerdo</p>	<p>Cuestionario</p>
--	--	--	---	---	---------------------

	<p>culturales; el derecho a producir y difundir, en la propia lengua de las comunidades, de las mayorías; que los contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes sean difundidos, del conocimiento de la audiencia y lleguen a todos: productos con contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, así como acciones que favorezcan empoderamiento, participación, redes sociales comunitarias.</p>	<p>Funcionalidad</p> <p>Redes sociales comunitarias</p>	<p>La experiencia de radio comunitaria en los últimos años, ha ido ganando espacio en un trabajo de recuperación de formas de expresión distintas desde el uso de la lengua nativa, contribuyendo a la democratización de la comunicación y de la información en la sociedad a partir de la recuperación de la identidad cultural</p> <p>Los procesos de participación y movilización, generados desde la radio, son posibles en la medida en que se articula la dinámica comunicativa con la dinámica sociocultural de los sujetos.</p> <p>Su trabajo es primordialmente de recuperación y promoción de la cultura originaria, sumado a la lógica del servicio social, desde el cual se da solución a un sin fin de necesidades básicas no satisfechas, como, por ejemplo, la información entre sujetos.</p> <p>Trabajo social mediante Talleres de formación y capacitación, difundir información como responsabilidad social.</p>	<p>Medición de indicadores en escala de Likert</p> <p>Totalmente de acuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Totalmente en desacuerdo</p>	<p>Cuestionario</p>
--	--	---	--	--	---------------------

		<p>Empoderamiento</p> <p>Participación</p> <p>Autogestión</p> <p>Nuevas estrategias de sostenibilidad</p> <p>Cambios de conducta en la comunidad impulsadas por la radio</p>	<p>Alianzas con instituciones educativas, salud, para realizar actividades de formación.</p> <p>Saneamiento ambiental, educación ambiental, concientización del cambio climático.</p> <p>Apertura de espacios y construcción de ciudadanía.</p> <p>Desarrollo de capacidades de las personas para utilizar y apropiarse de los medios de comunicación alternativos en sus distintas etapas: selección, programación directa de la audiencia, transmisión y retroalimentación.</p> <p>Intervención o involucramiento de las personas de manera individual o grupal en la producción y manejo del sistema de comunicación: elaboración de programación, toma de decisiones sobre los contenidos y la planificación evaluación.</p> <p>Manejo y gestión de proyectos</p> <p>Democratización de procesos comunicacionales</p>		
--	--	--	---	--	--

		<p>Oferta de políticas, servicios y bienes públicos</p>	<p>Corresponsabilidad (deberes, compromisos comunitarios, obligaciones compartidas)</p> <p>Dinamizar la programación de acuerdo a las preferencias de la comunidad.</p> <p>Educación ambiental</p> <p>Recolección, reciclaje y manejo de desechos</p> <p>Conciencia ambiental</p> <p>Prevención de enfermedades y consumo de drogas</p> <p>Participación en programas orientados a la familia que permite</p> <p>Solución de problemas a la comunidad que tengan la información veraz, transparente y oportuna.</p> <p>Articulación con entes gubernamentales en pro de una vida más justa y humana.</p> <p>Talleres, orientación basada en mantener la cohesión social para cubrir necesidades presentes y persecución de objetivos</p>		
--	--	---	--	--	--

			Impulsa estrategias: sostenibilidad social, relaciones sociales, evolución social y legitimidad.		
--	--	--	--	--	--

Fuente: Investigación documental

Elaboración propia

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes.

El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. Los diseños son estrategias con las que se intenta obtener respuestas a preguntas como: contar, medir, describir.

La dimensión temporal será de corte transversal, en el año 2018, en la medida que se necesitó evaluar, describir, conocer la situación del objeto en estudio y explicar lo que estaba ocurriendo.

El diseño del modelo de investigación de este trabajo es no experimental, es decir, no se utilizaron variables de medición si se tiene en cuenta que mayormente su propósito es describir el problema y darle una solución.

La investigación de campo incluyó la aplicación de técnicas con las que se recopiló información, entre ellas, la encuesta y el grupo focal, que permitió valorar la situación actual de los medios de comunicación comunitarios, así como la observación participante que permitió caracterizar la situación en la comunidad en cuanto a la comunicación.

Se realizó el análisis y procesamiento estadístico de la información obtenida, para la interpretación de resultados.

La investigación corresponde a un proyecto de desarrollo por cuanto está encaminada a solucionar problemas prácticos por medio de una propuesta. De acuerdo al origen de la investigación, es de tipo cuantitativa y cualitativa, si se tiene en cuenta que la metodología cualitativa permitió realizar inferencias, valoraciones subjetivas en torno a los resultados de investigación desde la aplicación del grupo focal, mientras que la metodología cuantitativa, permitió establecer los análisis porcentuales y la estadística descriptiva.

Para llevar a cabo el trabajo de titulación se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

De campo: Investigación aplicada en el lugar de los hechos, lugar y sitio donde se presentó el problema. La técnica principal que se aplicó durante la investigación de campo es el grupo focal y la encuesta. Las técnicas mantienen una relación con el problema y con las variables en estudio. De acuerdo a la necesidad de la investigación, la investigación de campo se dividió en exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa.

Documental (bibliográfica): Se realizó como parte de la investigación bibliográfica. Se revisaron fuentes de información como libros, artículos científicos, tesis referentes al tema investigado y ponencias, que facilitarán la elaboración del marco teórico conceptual a partir de la construcción y análisis de cada una de las categorías investigadas.

Descriptiva: Se basó en la descripción y análisis de la problemática de investigación, así como en la descripción de los resultados de la investigación de campo que permitirán desarrollar la propuesta.

Esta investigación es de tipo propositivo, descriptivo y exploratorio, es decir, de corte mixto. Exploratoria descriptiva porque se orienta hacia el problema, describe sus elementos y los investiga a profundidad; propositiva porque aporta alternativas de solución que permitirán mejorar el problema.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Características de la población

La población en este caso, fue de 140 personas seleccionados desde la aplicación de un muestreo probabilístico, que pertenecen a la audiencia de la emisora en estudio según los Registros que poseen las radios sobre las Audiencias, así como 62 personas con las que se trabajaron los grupos focales, de acuerdo a que fueron los que mayormente se vinculan a la radio.

3.2.2 Delimitación de la población

Audiencia de la radio Salinerito, que había sido registrada en el período antes de comenzar la investigación, por estudios de Audiencia realizados y aplicando un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple obteniendo un total de 140 oyentes.

3.2.3 Tipo de muestra

Se aplicó un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple. El muestreo probabilístico es un método de muestreo (muestreo se refiere al estudio o el análisis de grupos pequeños de una población) que utiliza formas de métodos de selección aleatoria.

El requisito más importante del muestreo probabilístico es que todos en una población tengan la misma oportunidad de ser seleccionados.

Este método utiliza la teoría estadística para seleccionar al azar un pequeño grupo de personas (muestra) de una gran población existente y luego predecir que todas las respuestas juntas coincidirán con la población en general.

El [muestreo aleatorio simple](#), tal y como su nombre lo indica, es un método completamente aleatorio que se utiliza para seleccionar una muestra. Este método de muestreo es tan fácil como asignar números a los individuos (muestra) y luego elegir de manera aleatoria números entre los números a través de un proceso automatizado. Finalmente, los números que se eligen son los miembros que se incluyen la muestra (Sampieri, 2010).

3.2.4 Tamaño de la muestra

140 personas, de acuerdo a los resultados del muestreo probabilístico, realizado en la población oyente.

3.2.5 Proceso de selección

La población está representada por comunidades pertenecientes a la parroquia Salinas del cantón Guaranda provincia de Bolívar. Se tomó el registro de oyentes de la radio, aplicando un muestreo probabilística obteniendo un total de 140 personas, así como dicha muestra permitió realizar un análisis comparativo con las radios privadas Guaranda y Matiavi del cantón Guaranda.

3.3 Los Métodos y las Técnicas

3.3.1 Métodos teóricos

Entre los métodos que se utilizaron:

- Analítico- sintético: permitió analizar el problema desde sus causas y efectos, para su valoración posterior.

- Método estadístico: se utilizó para el análisis e interpretación de los datos.
- Hipotético – deductivo: permitió el diseño de la propuesta y caracterización de las variables en estudio.

1.3.2 Métodos empíricos.

Consiste en la percepción directa del objeto de estudio para de esta manera, conocer la realidad. Por tanto, se aplicó en la medida que se realizó una observación simple, realizada por la investigadora en las instalaciones de la radio, de forma consciente y sin prejuicios.

1.3.3 Técnicas e instrumentos.

Recopilación Documental: La recopilación se realizó a través de documentos, gráficos, materiales de consulta bibliográfica y fuentes primarias como libros, revistas, artículos e información disponible en medios digitales, acerca de los temas sistematizados teóricamente para esta investigación, tales como los conceptos de interculturalidad, los medios de comunicación comunitario, el desarrollo histórico de la diversidad cultural en Ecuador, así como las leyes que constituyen fundamento legal del tema investigado.

Encuestas: Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos (Hernández, Collado, & Baptista, 2010) Por lo tanto, la utilización de la encuesta permitió recoger la información precisa por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso que los pobladores pudieron responder desde la lectura previa del instrumento y análisis de sus experiencias como oyentes de la radio.

Grupo focal: La técnica de los grupos focales es una reunión con modalidad de entrevista grupal abierta y estructurada, en donde se procura que un grupo de individuos seleccionados por los investigadores discutan y elaboren, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación. En este caso, el grupo focal permitió debatir sobre la percepción de la radio.

Instrumentos

Cuestionario: Es planteado en base a los indicadores de cada una de las variables, para su caracterización en la unidad de estudio.

Los cuestionarios serán autoaplicados, anónimos, y contestados bajo consentimiento informado.

APLICACIÓN: Tiempo de administración: 4-10 minutos. Normas de aplicación: de forma individual respondiendo a cada ítem tomando como referencia sucesos acontecidos el último mes.

PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Análisis y tabulación de datos

A partir de la población universo determinada para la aplicación de los instrumentos de la investigación, se encuestaron a 140 habitantes de las comunidades Salinas y Simiatug, en aras de comprobar su percepción sobre la incidencia de la radio en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano, así como el papel de los medios de comunicación en la socialización de la variedad cultural de las comunidades. Como parte del enfoque mixto de la presente investigación, se vincularon preguntas de selección múltiple, cerradas y abiertas, en aras de conducir a un análisis cuantitativo y cualitativo sobre el fenómeno estudiado.

Se realizó además un grupo focal a fin de conocer la percepción de los procesos, de la programación de la radio, si cumplen con los parámetros en correspondencia con los contenidos interculturales, entendidos estos con los procesos de participación ciudadana, democratización y si estos reflejan las necesidades de los habitantes de la comunidad.

El instrumento debe poseer confiabilidad y validez. Validez de acuerdo al nivel de correspondencia de los indicadores de las variables, en este caso, de la variable independiente y dependiente, con las preguntas elaboradas para el cuestionario. Por ende, en la presente investigación se considera válido de acuerdo a dicha correlación.

Para procurar la validez del instrumento de medición desde un punto de vista cualitativo, se realizó la operacionalización de las variables de las hipótesis considerando conceptualización, dimensiones, indicadores e ítems. El juicio de expertos, permitió la validación, desde la

pertinencia de los indicadores, el lenguaje, la coherencia de las preguntas y la integración del instrumento.

Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad se estableció para comprobar el instrumento antes de la aplicación en la población investigada, en una muestra similar de 100 pobladores pero que no estuvieron incluidos finalmente, en la investigación de campo del presente estudio.

Se analizaron: la extensión de las preguntas, la coherencia y claridad así como el tiempo en que cada encuestado se demoró completando el cuestionario, obteniéndose que es aceptable por los encuestados y se consideran pertinentes cada una de las preguntas. Es por ello que la encuesta se estructuró de igual forma para el estudio definitivo en 16 ítems.

Tabla 4. Plan de Recolección de Información

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Para cumplir con los objetivos planteados de la investigación
¿De qué personas u objetos?	De los pobladores del Cantón Guaranda
¿Sobre qué aspectos?	Percepción sobre incidencia de la radio en la sostenibilidad y desarrollo humano
¿Quién?	Investigadora
¿Cuándo?	Segundo semestre año 2017
¿Dónde?	Cantón Guaranda
¿Cuántas veces?	Una
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta y Grupo focal
¿Con qué?	Cuestionario Estructurado
¿En qué situación?	Previas citas y durante la jornada de trabajo

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Procesamiento y Análisis

Plan de Procesamiento de la Información

El procesamiento de la información se realizó desde la revisión de los datos recolectados en la encuesta, el análisis basado en la estadística descriptiva para determinar porcentajes representativos y distribuciones de frecuencia, que posibiliten la interpretación de resultados.

Análisis e Interpretación de los Resultados

Análisis de los resultados estadísticos, con enfoque cualitativo.

Establecimiento de conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos de la investigación.

Cuestionario a partir de los indicadores de las variables, se enunciaron los ítems que conformaron el cuestionario, para medir en la población.

GRUPOS FOCALES

Este trabajo de investigación pretende analizar el proceso de empoderamiento que tiene la audiencia con la radio comunitaria, por ello durante la investigación se llevaron a efecto reuniones con grupos focales desde la participación de actores representativos de la comunidad donde se evidencia la percepción en torno al rol que juega la radio ante los problemas del entorno, el fortalecimiento del desarrollo humano.

El problema está relacionado con el insuficiente empoderamiento que tiene la comunidad desde la radio, que en los últimos años ha presentado un resquebrajamiento en la relación con la comunidad, por lo que la audiencia no se siente identificada con la programación. A pesar de ser Salinas de Guaranda una comunidad turística al practicar el turismo basado en sus emprendimientos ha bajado la contratación de pautas publicitarias, siendo este el indicador más importante, al ser las radios comunitarias auto sostenibles el poco pauta se convierte en un aspecto importante que afecta a la calidad de la programación por los bajos ingresos y la baja rentabilidad que genera.

La función social de la radio comunitaria es aportar al desarrollo socio económico de las familias que viven directa o indirectamente del turismo comunitario y de los emprendimientos, es precisamente, esta función la que al parecer no se está cumpliendo. Los contenidos no responden a los intereses de la audiencia ya que no parten de sus necesidades informativas, culturales y

socioeconómicas, las opiniones y las músicas no reflejan la realidad de la comunidad de manera crítica, los equipos radiales tienden a usar la misma fuente de información de las radios comerciales, aspectos que si no son abordados pueden provocar una reducción de la audiencia local y de las demás parroquias donde llegan las ondas radiales.

Tras el análisis de su discurso puede verse que su contenido es comunitario en ocasiones, pero hace falta mucho por mejorar en cuanto la participación de la audiencia para construir la programación de manera horizontal y tener una planificación congruente con la función que tienen que cumplir este tipo de medios.

Su comunicación es eficiente por permitir la participación de los escuchas, virtud que le ha otorgado un espacio importante para la resolución de problemas al interior de las comunidades. Así, se ha comprobado el papel principal que ha desempeñado en el servicio y educación a la población.

Partiendo de la razón de que una comunidad está compuesta por seres integrales e individuales, la radio comunitaria debe abrir su espacio y otorgar el derecho de voz y participación a todos y cada uno de los individuos. Sin embargo, en la práctica, desde la radio comunitaria, no se aplican los procedimientos necesarios en cuanto a la construcción de los contenidos y por lo tanto, los resultados no van a reflejar sus verdaderos propósitos.

Un medio radial comunitario debe educar y al mismo tiempo, difundir mensajes significativos para la audiencia. Se deben tratar temas de problemas actuales proponiendo soluciones y recomendaciones útiles para los mismos. El cumplir con esta función no es solo informar en la medida que la comunidad entiende a través del discurso transformado en donde se analiza y se explican los significados de un acontecimiento mediatización para concebirla "como esa instancia cultural desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo", a saber, desde la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural (Tamayo, 2011).

Es evidente que los medios exponen que en los tiempos actuales, la comunicación no se puede reducir a los medios, es algo más que eso, es mediaciones, es decir una cuestión de cultura. En este sentido, se debe considerar importante que la comunicación debe ser entendida y analizada desde el proceso comunicativo y las resistencias que hacen los diferentes grupos sociales, etnias, clases, sexos, a los medios y a los nuevos productos comunicativos. Por otro lado, se debe

considerar la apropiación por parte de los grupos sociales y las diferentes maneras en que incorporan estos procesos comunicativos. (Barbero, 2003)

Los medios comunitarios deben convertirse en un espacio alternativo de expresión ciudadana, en el que convergen las diversas miradas de distintas generaciones y colectivos sociales, culturales y políticos, fundamentando buena parte de sus procesos en una democracia deliberativa en la que prima el debate y la construcción conjunta por encima del mismo asunto que los convoca. En este sentido, se puede considerar que la gestión integral entendida como los procesos que congregan a la comunidad e instituciones ciudadanas y que acogen actividades como semilleros, capacitaciones de emprendimiento o talleres de formación, entre otros, que están atravesados por un marco axiológico orientado al reconocimiento de la otredad, se convierte en el medio y fin de la emisora comunitaria. Desde esta perspectiva, se puede entender cuán significativo es el valor agregado de estos medios comunitarios, para la construcción de una ciudadanía orientada hacia la legitimación de procesos incluyentes, autosostenibles y que contribuyan al fomento de la memoria colectiva.

El grupo focal realizado, permitió obtener los siguientes resultados:

Se realizó un encuentro comunitario donde se compartieron conceptos y criterios de la comunicación comunitaria, como premisas para el análisis de sus criterios y opiniones de los cambios que deberían instaurarse en el medio comunitario.

Se plantearon las siguientes preguntas:

En cuanto a sus criterios sobre comunicación comunitaria, de forma general, se pudo determinar que el grupo focal afirma que teniendo en cuenta los parámetros legales y teóricos que caracterizan una emisora comunitaria, este medio debe contribuir a la construcción de la ciudadanía de la comunidad en la que se encuentra ubicada, considerando la manera en que logran su sostenibilidad en el tiempo al establecer relaciones con la comunidad, con instituciones y con sus mismos miembros, permitiendo de esta manera, su legitimación dentro de un grupo social particular.

Así mismo, se evidencia un concepto de comunicación en donde el medio es un instrumento para contribuir al desarrollo. En este sentido, el papel de la radio comunitaria es el de operar el medio de manera que funcione correctamente, se divulgue la información local y sea una

herramienta educativa que desde diversos productos radiales aporta en la promoción de la identidad y los valores y la concertación de lo público para contribuir al desarrollo y la calidad de vida de las comunidades; una comunicación viva que compromete los imaginarios y deseos de la gente en pos de resolver sus problemas, alimentar esperanzas o sueños, generar cambios sostenibles y salir adelante.

Un criterio importante del grupo es que a la emisora comunitaria se le debe considerar como un espacio para el encuentro con los otros, y un medio desde donde se puede participar con sus ideas para generar propuestas que contribuyan al desarrollo de su entorno. Estas ideas corroboran la opinión de Vigil (1997), que la radio debe ser entendida como sonido, voz, pero una voz triple: la voz humana, expresada en palabras; la voz de la naturaleza, del ambiente, los llamados efectos de sonido y la voz del corazón, de los sentimientos, expresada a través de la música, desde el pueblo.

La ciudadanía hoy supone comunicación, porque lo ciudadano se construye desde el diálogo público en el espacio público, en una interacción creativa que supone lo multi actoral y lo multi sectorial. No se puede pensar lo público sin la comunicación y los comunicadores tienen que asumir como propia la tarea de la construcción ciudadana, poniendo sobre sus espaldas el compromiso de respaldar procesos ciudadanos innovadores incluso en aquellos casos en que, por determinadas circunstancias, les corresponda liderarlos temporalmente.

Los medios de comunicación comunitarios, son espacios para el desarrollo humano y la movilización por medio de la construcción de tejido social, además son herramientas que surgen en coyunturas en las que se reflejan situaciones contradictorias entre la comunicación masiva y las necesidades o demandas de la comunidad.

La radio comunitaria está orientada a satisfacer las necesidades de comunicación de una comunidad o colectivo social. Son medios contruidos desde una concepción horizontal, en los que el equipo humano coordinador y la comunidad misma establecen las pautas de funcionamiento y las orientaciones para actuar procurando la articulación social y el desarrollo humano de manera endógena.

Comunicar a través de la radio es construir, junto con las audiencias, las bases de pensamientos y acciones que potencien nuestras capacidades, que contribuyan a conseguir objetivos colectivos de las comunidades. Producir sentidos es abrir nuestras radios a muchas voces, es apelar a la respuesta de las audiencias, es el arte de preguntar para crear motivos, para impulsar la puesta en común de diversas formas de ver el mundo, y para construir nuevas.

En últimas, es como atizar el fuego para promover la acción colectiva, que no es otra cosa que movilizar ideas y prácticas a partir del diálogo, tratando de construir propuestas comunes.

Reconocieron que de la comunidad Salinas, les gusta y motiva, la energía que hay y se siente en el ambiente, en la naturaleza, en la gente. La historia, los valores de reciprocidad que a pesar de las circunstancias siguen vigentes.

Las relaciones interpersonales, la solidaridad y convivencia armónica son valores presentes en la comunidad y la mayoría son unidas y con sentido de pertenencia por el lugar.

La amabilidad de la gente, los espacios para poder aprender, la existencia de la Radio Comunitaria, el trabajo comunitario que todos realizan de forma unida y planificada, sus paisajes naturales, son aspectos positivos de la comunidad que reconocen los miembros del grupo.

Sus paisajes, el emprendimiento de la gente con sus microempresas y el trabajo, retos y actividades diarias que complementan las dinámicas sociales.

- La solidaridad, confianza, calidez, amabilidad y respeto por lo ajeno.
- Su paisaje y medio comunitario.
- Las relaciones humanas son más directas, muchas actividades diferentes, gente que se puede conocer, proyectos. Una propuesta económica diferente.
- La microempresa de Salinas.
- Su experiencia y trabajo comunitario.
- Los paisajes naturales que se preservan, los productos elaborados en la parroquia, el aire puro.
- Sus montañas y olor de la suave brisa.
- El crecimiento económico y social.
- La laguna de los sueños.

- Que es un Pueblo de Economía Solidaria
- La familia y las minas de sal
- Sus empresas y atractivos turísticos.
- La naturaleza, las microempresas y la amabilidad de las personas.
- Las experiencias de las labores de las personas adultas, el trabajo comunitario y las microempresas.
- Salinas es un pueblo solidario que ha salido sobresalir y crecer con el desarrollo.
- Los lugares turísticos y los productos que son elaborados en el medio.
- Los paisajes y la gente pujante y trabajadora.
- La economía solidaria que se practique en la parte real.

Algunos aspectos son negativos en la comunidad de Salinas según el criterio de los miembros del grupo:

- Que vengan personas de otros lados a ocupar lugares dirigenciales y a intervenir en cuestiones locales sin conocer la realidad del territorio. Mucha concentración de poder en ciertas personas, quitándole el espacio a las nuevas generaciones.
- El egoísmo que impera
- El criterio de la gente acerca de los foráneos.
- Las calles muy estrechas y los animales en las calles como los “perros”.
- La informalidad en la decisión de ciertas cosas. No se coordinan ciertas actividades
- Que la gente es un poco egoísta y crítica.
- Demasiadas críticas y chismes. No sabemos valorar lo que tenemos.
- Los jóvenes que no están involucrándose en Salinas ni en sus reuniones ni proyectos.
- La falta de basureros, no hay organización, no hay información sobre las fábricas y las calles no están bien asfaltadas.
- Las carreteras que no están en buenas condiciones.
- La forma de ser de las personas.
- Que no son escuchadas todas las opiniones con todos los jóvenes y niños.
- No buscan llamar a la radio y dar opiniones.
- La manera de pensar y la actitud de la gente.
- Las personas que critican a las personas que son menos que ellas.

- El frío
- Comentarios y escándalos.
- Los líderes de la parroquia.

Coincidieron en que existen aspectos que les gustaría que cambien de su comunidad en beneficio de las futuras generaciones:

- Involucrar a los jóvenes en las diferentes instituciones para que se empoderen del proceso comunitario, ya que solo los jóvenes pueden aportar con ideas innovadoras.
- Permitir que ingresen nuevas ideas
- Su manera de pensar, abrir un espacio a los demás (Economía Solidaria)
- La imagen de la comunidad
- Dar mayor espacio a los jóvenes.
- Que la gente sea más unida, más solidaria y más emprendedora.
- Que se instaure una Universidad
- Más comprensión con la gente y que haya más compañerismo
- La gente y su vocabulario
- Que los jóvenes no sean egoístas entre ellos, sino que todos se lleven por igual.
- La forma en la que se manejan los recursos.
- Que exploten más el turismo.
- Salir adelante con las generaciones.
- Que se rescaten las mingas
- Ser buenos salineros dando buenas aperturas.
- La manera de gestión, los procesos y las estructuras.
- Mantener y sostener las microempresas dejar como un legado y un Salinas próspero.
- Oportunidades de trabajo, crecer con más fábricas
- Que la gente se identifique más con los procesos comunitarios, haya más aportes y más actividades en general.
- Que se siga manteniendo la economía solidaria en bien de Salinas y sus comunidades.
- Se debe mejorar las condiciones por el buen vivir como alcantarillado y planificación urbana.
- Crear lugares más turísticos con cafeterías, restaurantes y mejorar la vialidad.

- Cambio a nivel comunitario, compartir y aprender de todos, crear beneficios para sí mismos.
- Los servicios de comunicación (internet y telefonía móvil).
- Que nos organicemos mejor.
- Que haya más fuentes de trabajo y más comunicación con el Pueblo.
- Dar más o crear más puestos de trabajo
- La forma de reciclar basura y reciclar de mejor manera.
- Nos gustaría que la gente cambiara la manera de pensar y valorará lo nuestro.
- Mejorar la participación de locutores en radio.
- A través de convenios darles oportunidad a jóvenes.

Desde la radio comunitaria y su fortalecimiento, afirmaron lo siguiente:

- Publicitar los productos de las diferentes microempresas
- Incrementar programaciones deportivas y culturales.
- Realizar un programa donde participen los integrantes de la Quesera.
- Incrementar música romántica (baladas en inglés)
- Brindar mensajes de motivación narrados por el Padre Antonio Polo.
- Incluir información de las comunidades
- Dar apertura a los jóvenes y adultos
- Que se realicen programas infantiles
- Que la música no se repita
- Incorporar más locutores.
- Participación activa de las empresas
- Estructurar la presencia de los ciudadanos. Que no sea la fórmula general, pero que no solo sea interesante para los salineros. Que sirva para llegar a más personas a nivel de la provincia. Que sea un justo compromiso que nos guste a nosotros y también a los demás.
- Involucrar a los jóvenes para que participen en la radio comunitaria.
- Se debería mejorar la programación para todo público, niños, jóvenes adultos, para que el contenido de la radio sea más dinámico.
- Se mejore la radio comunitaria.
- Incentivar que se escuche la radio.

- Que se incrementen deportes y entretenimiento
- Mejore la señal
- Repiten la misma música. En las llamadas es saludos a tres personas de la radio
- Sección de humor
- Llaman a todos los jóvenes y promuevan la participación
- Lo importante es la diversificación de contenidos. Incrementar la promoción, darse a conocer más allá de la comunidad.
- Más participación de jóvenes
- Mejorar la señal
- Deberían incrementarse más programas de entretenimiento
- La radio integre más a la comunidad
- Música más variada
- Programación más variada que se incremente entretenimiento, deportes, programas infantiles.
- Oportunidades a jóvenes
- Transmisión de La Hora
- Ampliación de cobertura
- Música con identidad
- Programas educativos
- Los locutores más dinámicos
- Músicas variadas de diferentes géneros acorde a una planificación acorde a las edades
- Concursos
- Programas deportivos
- Música nacional, variada, antigua, romántica, folclore
- Programa juvenil
- Programa para que informen los dirigentes comunitarios
- Programa formativo educativo en liderazgo

La Radio Salinerito representa para los miembros del grupo focal, lo siguiente:

- Es un medio de comunicación en el cual se puede interactuar en el mismo.

- Se deben incrementar más programas y música de todo el mundo.
- Que es un espacio muy importante con el cual podríamos cambiar el pensamiento y autoestima de las personas.
- Es una buena radio, es interesante, un poco aburrida en ocasiones, pero interesante.
- Es un medio eficiente a la hora de llegar a varios sitios. Tienen gran poder. Requieren cambios en cuanto a que se deben incrementar muchos más programas radiofónicos, reestructurar los programas y horarios de transmisión, así como que deberían incluir a gente más joven y a los adultos mayores, para que se generen nuevos espacios de comunicación.

ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN EN LA AUDIENCIA

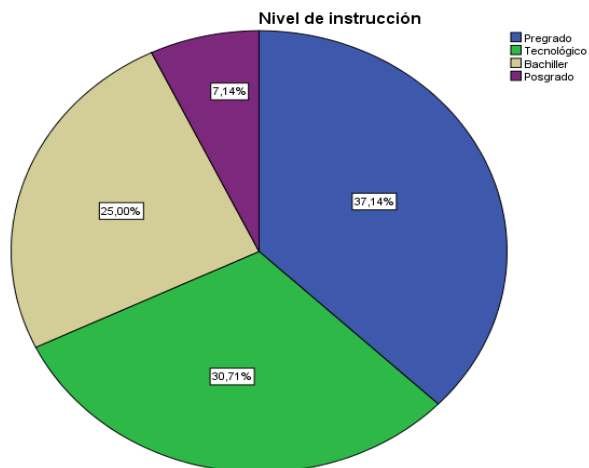
Tabla 5. Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pregrado	52	37,1	37,1	37,1
Tecnológico	43	30,7	30,7	67,9
Bachiller	35	25,0	25,0	92,9
Posgrado	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 3. Nivel de instrucción



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Las personas encuestadas en su mayoría, poseen título de pregrado, tecnologías y bachiller, siendo un aspecto favorable que la población se haya superado y continúe preparándose.

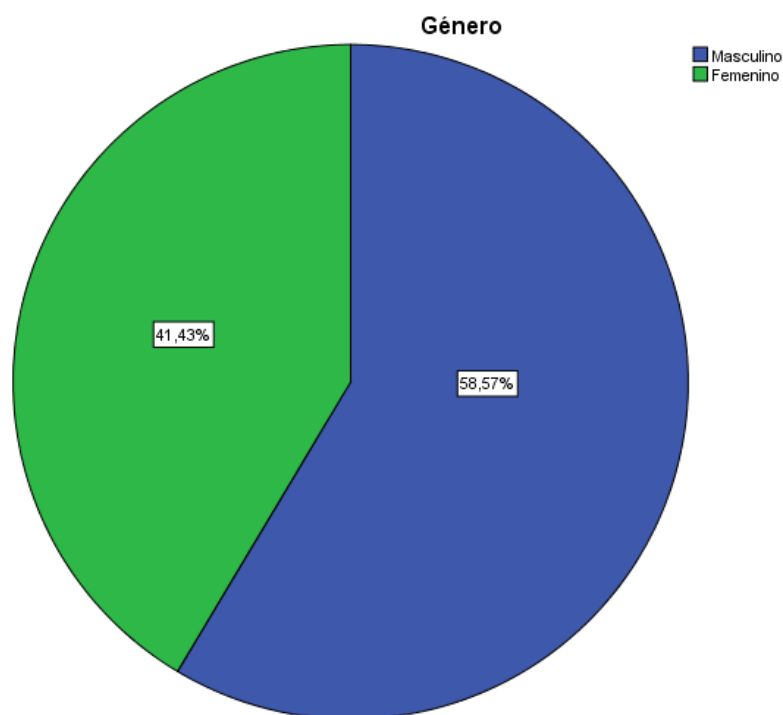
Tabla 6. Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	82	58,6	58,6	58,6
Femenino	58	41,4	41,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 4. Género



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

La mayoría de encuestados pertenecen al género masculino representando el 58,57%, sin embargo, el número de mujeres es significativo 41.43%, lo que evidencia que las mujeres han ido ganando participación y protagonismo en diferentes ámbitos de la sociedad.Ç

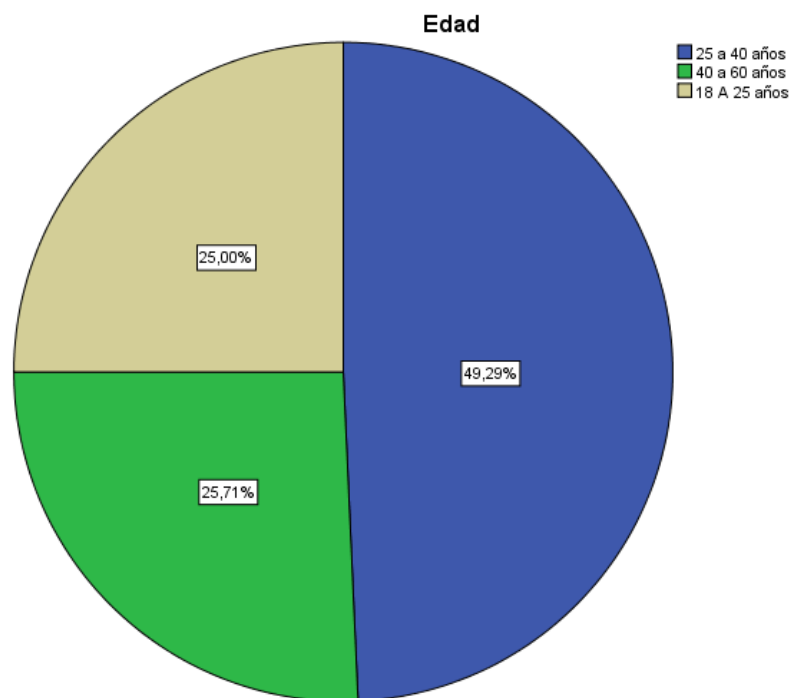
Tabla 7. Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
25 a 40 años	69	49,3	49,3	49,3
40 a 60 años	36	25,7	25,7	75,0
18 A 25 años	35	25,0	25,0	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 5. Edad



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

La mayoría de encuestados, el 49,29%, se encuentran en el rango de edad de 25 a 40 años, siendo favorable ya que es una población joven, adulta, con un criterio sustentado de la realidad y del entorno.

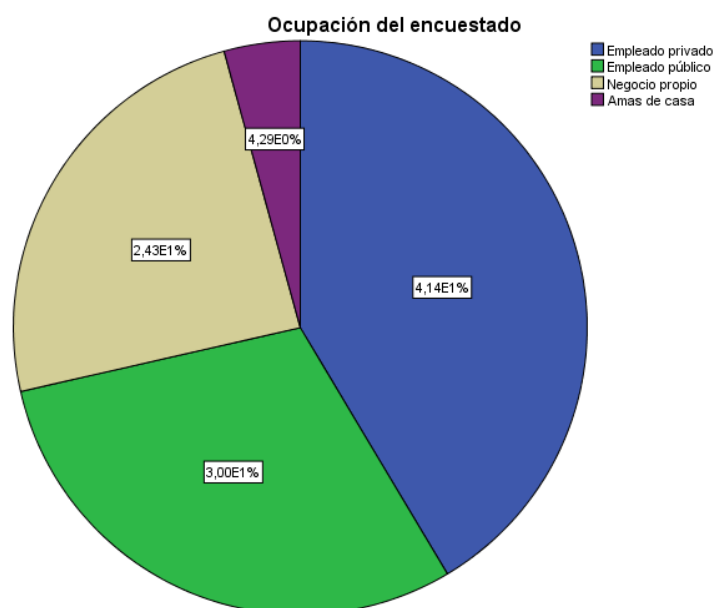
Tabla 8. Ocupación del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Empleado privado	58	41,4	41,4	41,4
Empleado público	42	30,0	30,0	71,4
Negocio propio	34	24,3	24,3	95,7
Amas de casa	6	4,3	4,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 6. Ocupación del encuestado



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Las personas encuestadas, mayormente son empleados privados, el 41,3% aproximadamente, mientras que el 30% son empleados públicos; solo el 24,3% posee negocio propio.

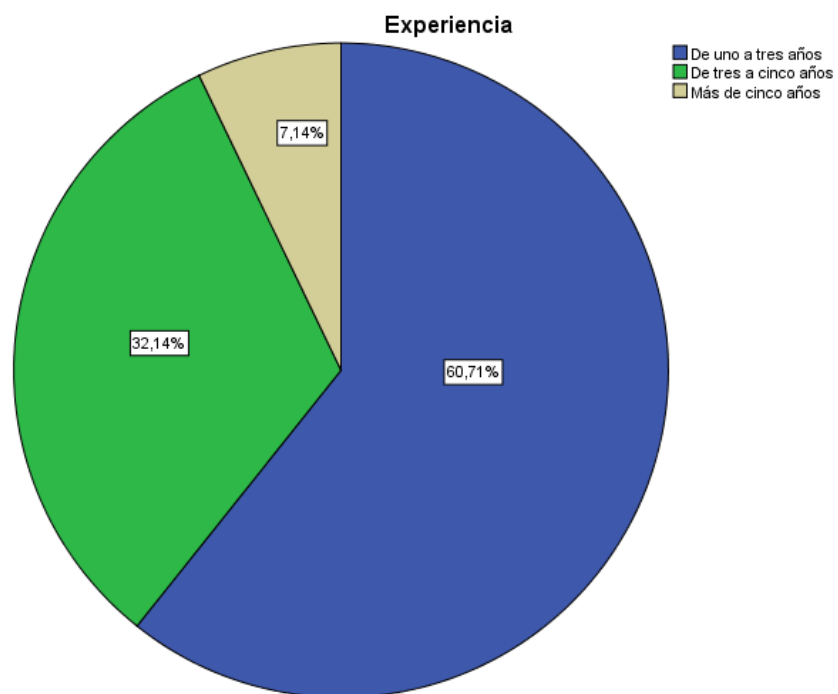
Tabla 9. Experiencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De uno a tres años	85	60,7	60,7	60,7
De tres a cinco años	45	32,1	32,1	92,9
Más de cinco años	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 7. Experiencia



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

El 60,71% de encuestados que representan la mayoría, poseen una experiencia laboral de uno a tres años mientras que el 32,14%, de tres a cinco años.

1. ¿Identifica usted la radio Salinerito?

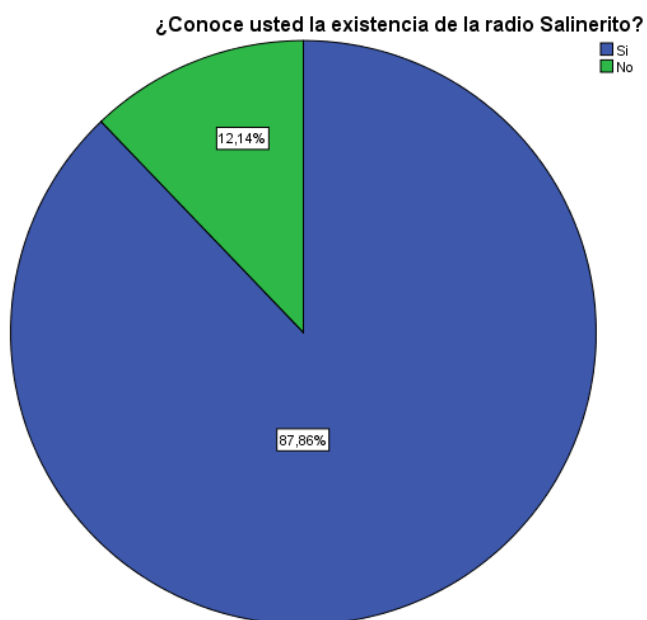
Tabla 10. Conocimiento sobre la radio Salinerito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	123	87,9	87,9	87,9
No	17	12,1	12,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 8. Conocimiento sobre la radio Salinerito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

El 87,9% de encuestados, afirma que conoce sobre la radio Salinerito, aspecto favorable ya que la gran mayoría conoce sobre la radio.

2. ¿Con qué frecuencia la radio Salinerito?

Tabla 11. Frecuencia que escucha la radio Salinerito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 1 a 2 horas	88	62,9	62,9	62,9
De 2 a 4 horas	42	30,0	30,0	92,9
No la escucho	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 9. Frecuencia de escucha de la radio Salinerito



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

La mayoría de encuestados, el 62,95% aproximadamente, escuchan la radio Salinerito de una a dos horas, mientras que el 30% restante, de dos a cuatro horas, corroborando que existe en la población una tendencia a escuchar la radio, aspecto favorable para la presente investigación

3. ¿En qué horarios suele escuchar la radio?

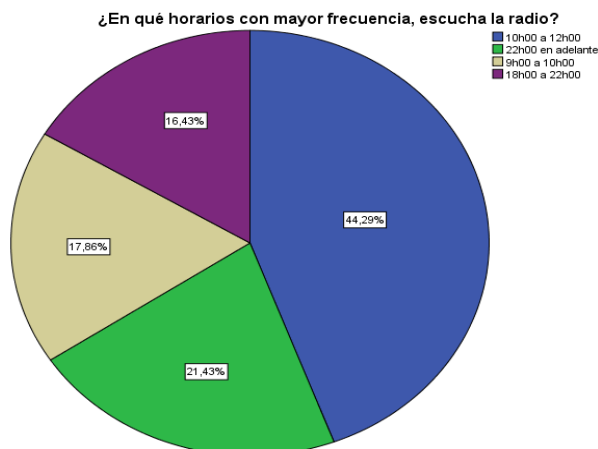
Tabla 12. Horarios en los que escucha la radio mayormente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10h00 a 12h00	62	44,3	44,3	44,3
22h00 en adelante	30	21,4	21,4	65,7
9h00 a 10h00	25	17,9	17,9	83,6
18h00 a 22h00	23	16,4	16,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 10. Horarios en los que escucha la radio mayormente



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

El 44,3% de encuestados, que representan la mayoría, afirman que escuchan la radio Salinerito de 10h00 a 12h00, es decir, en la mañana hasta medio día, mientras que el 21,43% escucha desde las 22h00 en adelante, así como el 17,9% restante, escucha mayormente de 9h00 a 10h00, siendo los porcentajes más representativos.

Los resultados corroboran que la radio debe mantener una programación sugerente, variada, dinámica, que se corresponda con las necesidades del contexto, sobre todo en el horario matutino.

4. ¿Los espacios y programas radiales reflejan aspectos propios de la memoria colectiva y organización social de las comunidades del entorno?

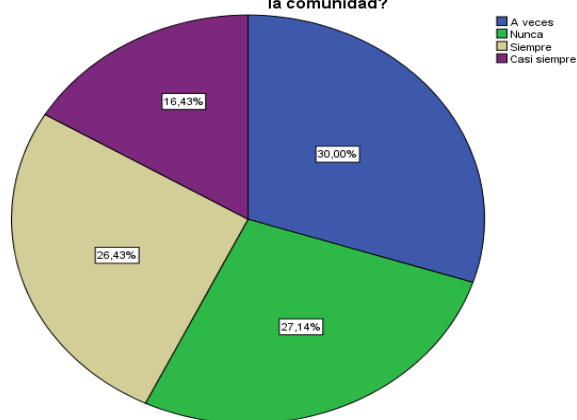
Tabla 13. Temáticas de la radio sobre memoria colectiva y organización social de la comunidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	42	30,0	30,0	30,0
Nunca	38	27,1	27,1	57,1
Siempre	37	26,4	26,4	83,6
Casi siempre	23	16,4	16,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

¿La radio ofrece temas referentes a la memoria colectiva y organización social de la comunidad?



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Los encuestados, en su mayoría, el 30%, afirman que solo a veces la radio ofrece temas referentes a la memoria colectiva y organización social de la comunidad, mientras que el 27% afirma que nunca. Es necesario que la radio tome de referente la investigación periodística en el

entorno a fin de dar a conocer los problemas de la parroquia además de fortalecer su identidad, desde temas afines a la memoria colectiva.

5. **¿La radio refleja las condiciones sociales, políticas, económicas del cantón y de la región en general?**

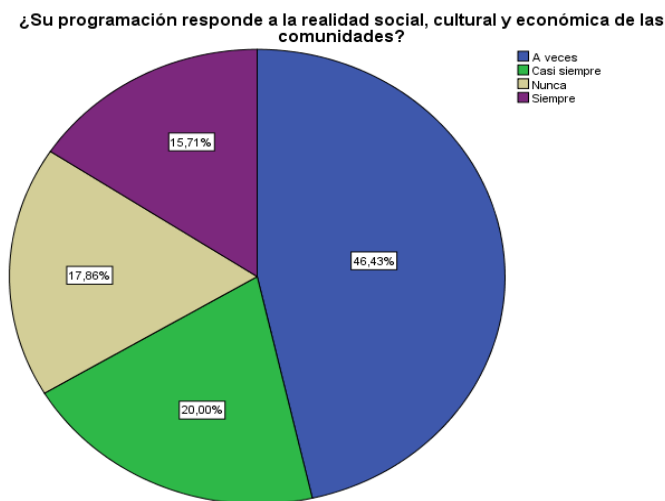
Tabla 14. Programación de la radio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	65	46,4	46,4	46,4
Casi siempre	28	20,0	20,0	66,4
Nunca	25	17,9	17,9	84,3
Siempre	22	15,7	15,7	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 11. Programación de la radio



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

El 46% aproximadamente de encuestados, afirman que a veces la programación de la radio responde a la realidad social, cultural y económica de las comunidades y el 20 % restante, afirma que casi siempre, siendo necesario que la radio trabaje desde las comunidades, dando a conocer

sus problemas, sus situaciones particulares, para lograr el respeto y valoración del otro, como aspecto importante en la determinación de contenidos en la parrilla de programación.

6. **¿Cuáles son las temáticas que se transmiten en la radio mayormente y que se enfocan a la valoración de la organización social, la identidad y memoria histórico cultural de la comunidad?**

Tabla 15. Principales temas que ofrece la radio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bienestar social	33	23,6	23,6	23,6
Otros	27	19,3	19,3	42,9
Emprendimiento	23	16,4	16,4	59,3
Música tradicional	20	14,3	14,3	73,6
Cuentos y leyendas	17	12,1	12,1	85,7
Gastronomía	15	10,7	10,7	96,4
Organización comunitaria	5	3,6	3,6	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 12. Principales temas que ofrece la radio



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Para la mayoría de encuestados, el 23,57%, los principales temas que ofrece la radio en cuanto a la memoria colectiva y organización social que promueve, son los relacionados al bienestar social, el 19,3% afirma que otros y el 16,4%, emprendimiento, siendo los porcentajes más representativos.

Se requiere mayor diversidad de temas de acuerdo al conocimiento del contexto.

7. ¿Qué contenidos debe abarcar la radio para contar con una programación enfocada a promover el desarrollo humano y sostenible?

Tabla 16. Contenidos representativos del desarrollo humano y sostenible

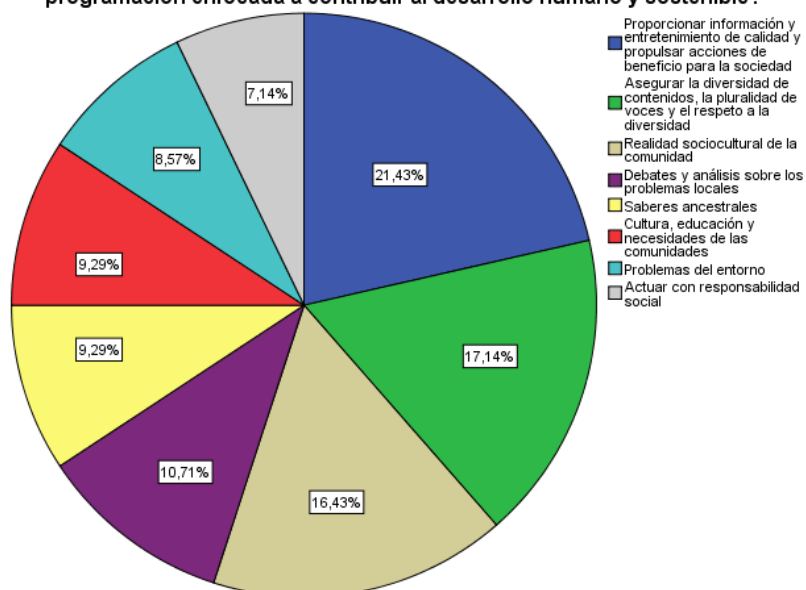
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Proporcionar información y entretenimiento de calidad y propulsar acciones de beneficio para la sociedad	30	21,4	21,4	21,4
Asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad	24	17,1	17,1	38,6
Realidad sociocultural de la comunidad	23	16,4	16,4	55,0
Debates y análisis sobre los problemas locales	15	10,7	10,7	65,7
Saberes ancestrales	13	9,3	9,3	75,0
Cultura, educación y necesidades de las comunidades	13	9,3	9,3	84,3
Problemas del entorno	12	8,6	8,6	92,9
Actuar con responsabilidad social	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 13. Contenidos que contribuyen al desarrollo humano y sostenible

¿Qué contenidos deben representarse en la radio para que se realice una programación enfocada a contribuir al desarrollo humano y sostenible?



El 21% aproximadamente de encuestados, manifiesta que la radio debe Proporcionar información y entretenimiento de calidad y propulsar acciones de beneficio para la sociedad, para que contribuya al desarrollo humano y sostenible, mientras que el 17,14%, afirma que debe asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, así como el 16,43%, afirma que deben reflejar la realidad sociocultural de la comunidad.

Se debe considerar desde la radio, las orientaciones ideológicas, problemáticas contextuales y actores involucrados, como punto de partida para la estructuración de la programación, con una visión crítica y analítica de las problemáticas que surgen, cuya finalidad es precisamente, la producción de contenidos y la sostenibilidad en correspondencia con el desarrollo humano, sustentado en la convicción de que la radio es un proyecto político comunicativo. Se debe respetar la diversidad cultural, de criterios, la subjetividad social, como premisas para la propuesta de contenidos en la parrilla de programación.

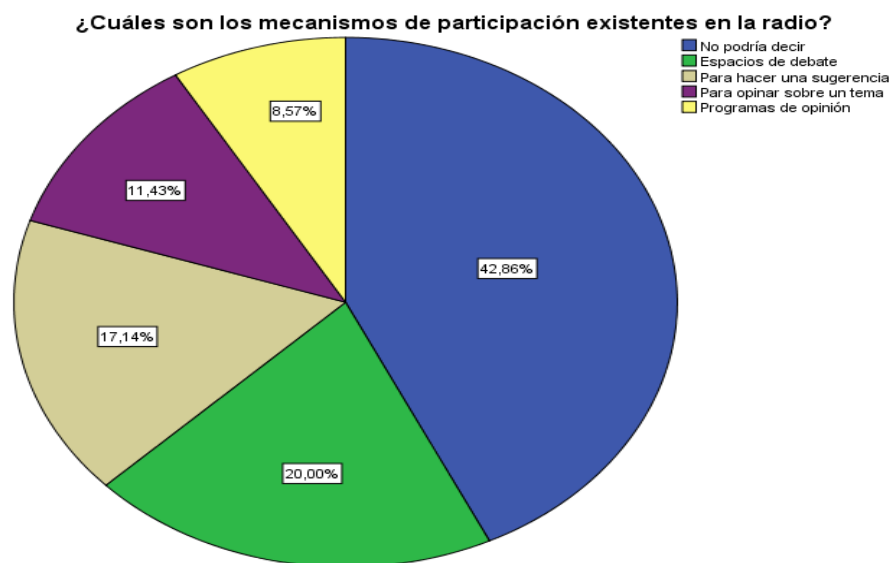
8. ¿La radio facilita la participación activa de la audiencia?

Tabla 17. Alternativas de participación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No podría decir	60	42,9	42,9	42,9
Espacios de debate	28	20,0	20,0	62,9
Para hacer una sugerencia	24	17,1	17,1	80,0
Para opinar sobre un tema	16	11,4	11,4	91,4
Programas de opinión	12	8,6	8,6	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 14. Mecanismos de participación



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

La mayoría de encuestados, el 42% aproximadamente no conocen los mecanismos de participación, mientras que el 20% afirma que existen espacios de debate y el 17% que existen espacios de opinión siendo necesario fomentar más la participación en la radio.

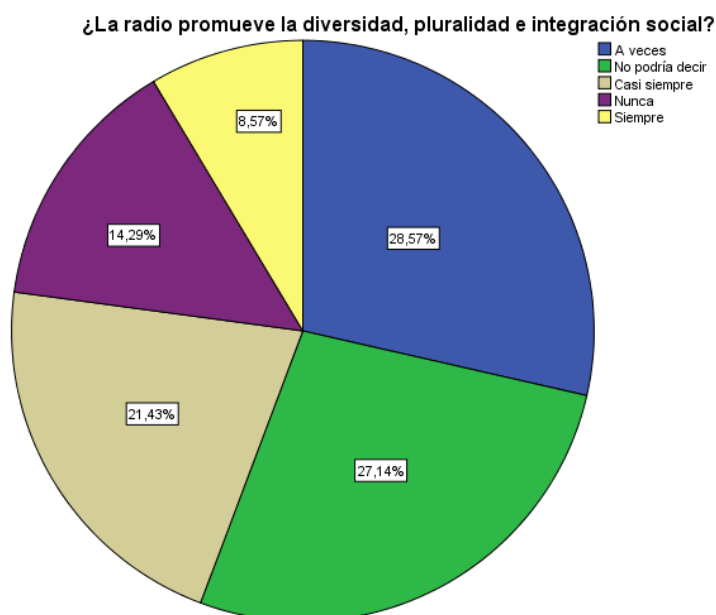
9. **¿La interculturalidad es un factor que se potencia desde la radio?**

Tabla 18. Interculturalidad e integración social

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	40	28,6	28,6	28,6
No podría decir	38	27,1	27,1	55,7
Casi siempre	30	21,4	21,4	77,1
Nunca	20	14,3	14,3	91,4
Siempre	12	8,6	8,6	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 15. Diversidad, pluralidad e integración social



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

El 28,6% de encuestados que representa a la mayoría, afirma que a veces la radio promueve la diversidad, pluralidad e integración social por lo que es importante que la radio fortalezca estas dimensiones, desarrollar líneas de acción propios de una emisora comunitaria.

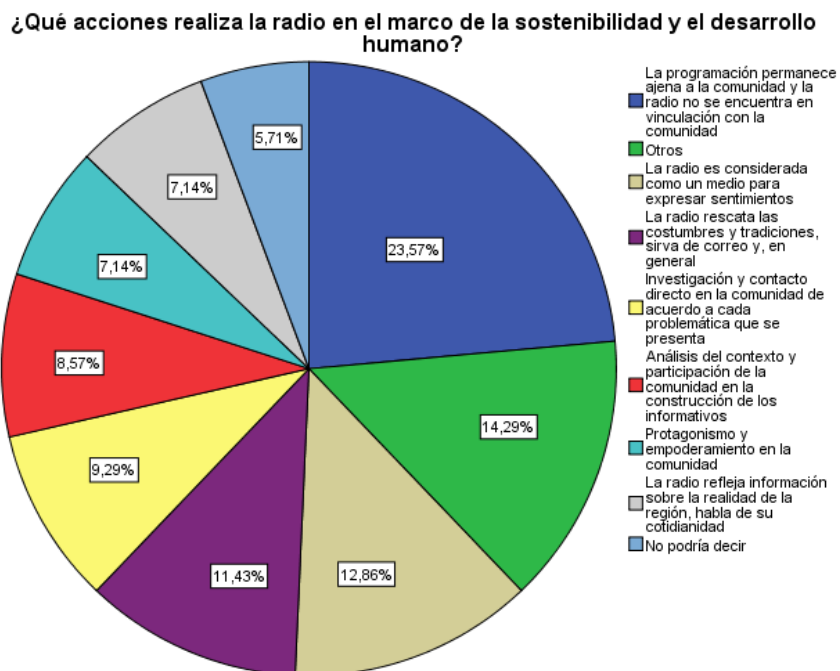
10. **¿Qué acciones realiza la radio en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano?**

Tabla 19. Acciones que realiza la radio en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La programación permanece ajena a la comunidad y la radio no se encuentra en vinculación con la comunidad	33	23,6	23,6	23,6
Otros	20	14,3	14,3	37,9
La radio es considerada como un medio para expresar sentimientos	18	12,9	12,9	50,7
La radio rescata las costumbres y tradiciones, sirva de correo y, en general	16	11,4	11,4	62,1
Investigación y contacto directo en la comunidad de acuerdo a cada problemática que se presenta	13	9,3	9,3	71,4
Análisis del contexto y participación de la comunidad en la construcción de los informativos	12	8,6	8,6	80,0
Protagonismo y empoderamiento en la comunidad	10	7,1	7,1	87,1
La radio refleja información sobre la realidad de la región, habla de su cotidianidad	10	7,1	7,1	94,3
No podría decir	8	5,7	5,7	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 16. Acciones que realiza la radio en el marco de la sostenibilidad y el desarrollo humano



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Las personas encuestadas, en su mayoría, el 23,6% afirman que la programación permanece ajena a la comunidad y la radio no se encuentra en vinculación con la comunidad así como el 12,9% opina que la radio es considerada como un medio para expresar sentimientos y en menor porcentaje, afirman que la radio rescata las costumbres y tradiciones, siendo necesario que la radio se vincule más a la comunidad, potencie la dimensión comunitaria que es su razón de ser, incorpore lineamientos que permitirán su trabajo desde la comunidad.

11. **¿Considera usted que la radio es símbolo y representación del respeto a la diversidad y la democratización de la comunicación?**

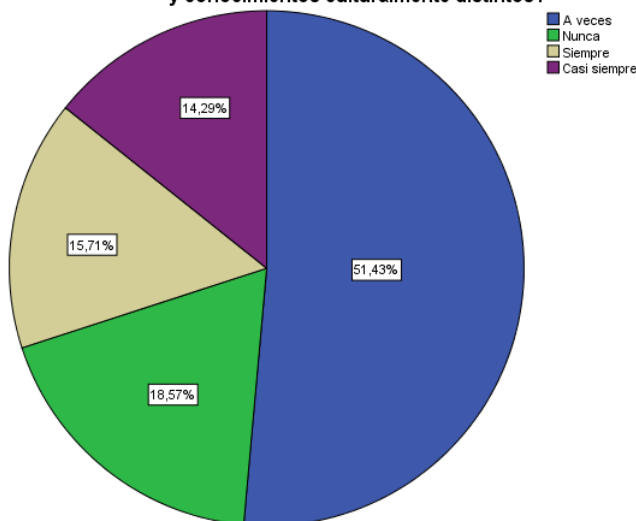
Tabla 20. La radio como espacio de diálogo, de respeto a la diversidad y democratización de la comunicación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	72	51,4	51,4	51,4
Nunca	26	18,6	18,6	70,0
Siempre	22	15,7	15,7	85,7
Casi siempre	20	14,3	14,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 17. Desarrollo de capacidades de comunicación e interrelación, diálogo entre personas, grupos, para la representación de saberes y conocimientos culturalmente distintos desde la radio.

¿La radio promueve el desarrollo de capacidades de comunicación e interrelación, diálogo entre personas, grupos, para la representación de saberes y conocimientos culturalmente distintos?



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

El 51% aproximadamente que representa la mayoría, afirma que a veces se puede percibir el desarrollo de capacidades de comunicación e interrelación, diálogo entre personas, grupos, para la representación de saberes y conocimientos culturalmente distintos desde la radio. La radio debe abrirse al protagonismo de los actores locales, brindarles el espacio para que puedan ser escuchados.

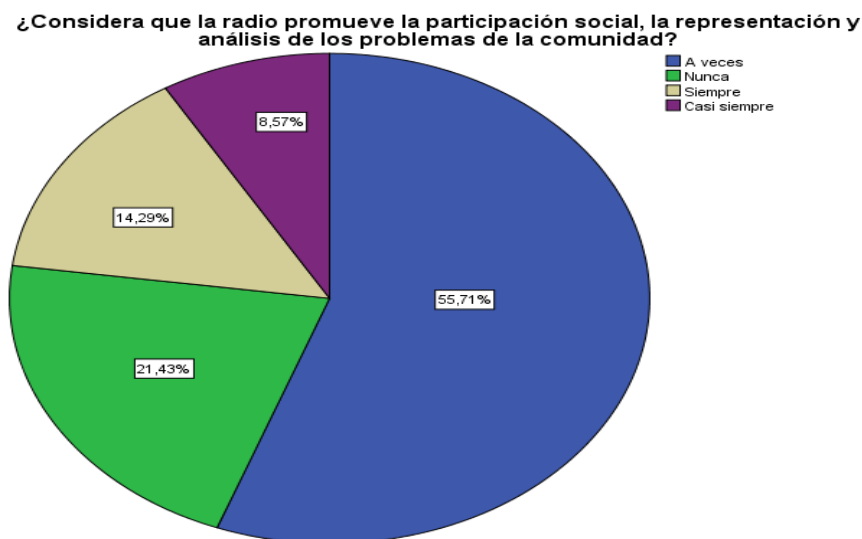
12. ¿Considera que la radio se encuentra vinculada e involucrada en la solución de problemas de la comunidad?

Tabla 21. La radio como mediadora en la solución de problemas de la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	78	55,7	55,7	55,7
Nunca	30	21,4	21,4	77,1
Siempre	20	14,3	14,3	91,4
Casi siempre	12	8,6	8,6	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 18. Participación social, la representación y análisis de los problemas de la comunidad desde la radio



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

El 55% afirma que la radio a veces promueve la participación social, la representación y análisis de los problemas de la comunidad. Cada una de las dinámicas que se tejen alrededor de la radio comunitaria hacen de ésta un escenario propicio para entender lo comunitario desde la construcción colectiva de saberes y la aplicación de estos en la solución de una problemática común, y para comprender la solidaridad, generada desde la sensibilización frente a las adversidades del otro y el sentido de lo ciudadano para construir un bien común.

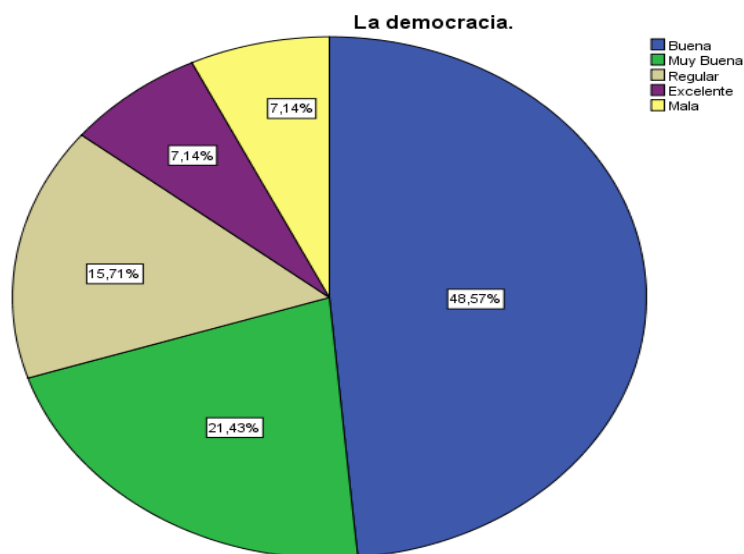
La radio es democrática:

Tabla 22. La democracia desde la radio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	68	48,6	48,6	48,6
Muy Buena	30	21,4	21,4	70,0
Regular	22	15,7	15,7	85,7
Excelente	10	7,1	7,1	92,9
Mala	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 19. La democracia desde la radio



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

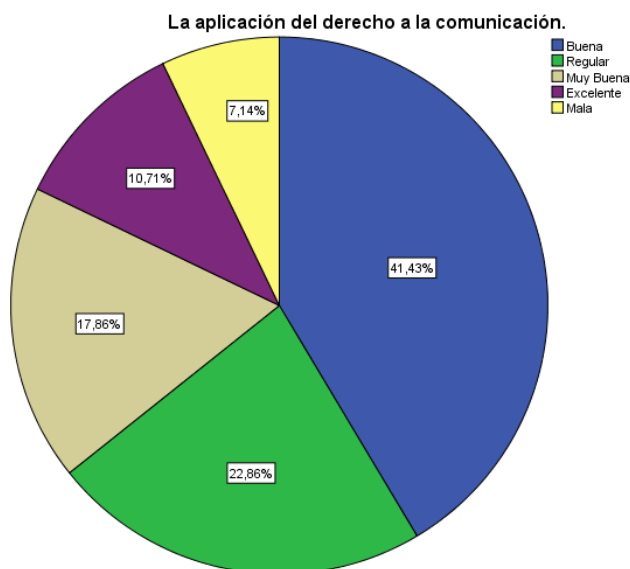
El 48,6% afirman que el tratamiento de la democratización de la comunicación desde la radio, es adecuado, porcentaje que representa a la mayoría, mientras que el 21,4% afirma que es muy adecuado. No obstante, desde los análisis anteriormente realizados, se puede afirmar que la radio debe fortalecer su participación en el desarrollo de procesos de movilización social y gestión comunitaria. Es decir, que abarque el aspecto del cumplimiento de la función social para la cual ha sido creada.

Tabla 23. La aplicación del derecho a la comunicación desde la radio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	58	41,4	41,4	41,4
Regular	32	22,9	22,9	64,3
Muy Buena	25	17,9	17,9	82,1
Excelente	15	10,7	10,7	92,9
Mala	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 20. La aplicación del derecho a la comunicación.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

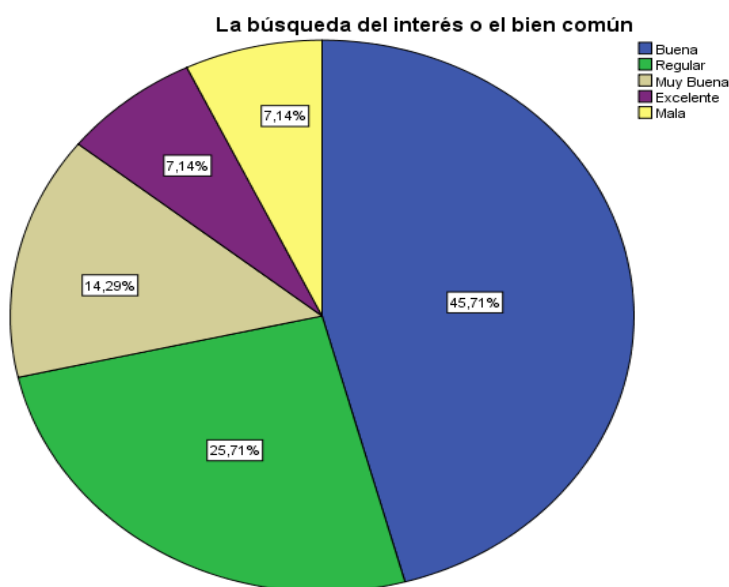
Para el 41,4% de encuestados, la aplicación del derecho a la comunicación desde la radio es buena, mientras que para el 22,9%, es regular. El derecho a la comunicación, la estructuración de su propuesta radiofónica debe ser sobre las bases del fomento a la participación de las comunidades en las que se inscribe, de abrir canales para la expresión y circulación de la palabra excluida, de contribuir a la solución de los problemas más sentidos de las comunidades, de generar procesos de fortalecimiento de las identidades locales sin perder la capacidad de dialogar con la diferencia.

Tabla 24. La búsqueda del interés o el bien común

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	64	45,7	45,7	45,7
Regular	36	25,7	25,7	71,4
Muy Buena	20	14,3	14,3	85,7
Excelente	10	7,1	7,1	92,9
Mala	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 21. La búsqueda del interés o el bien común



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

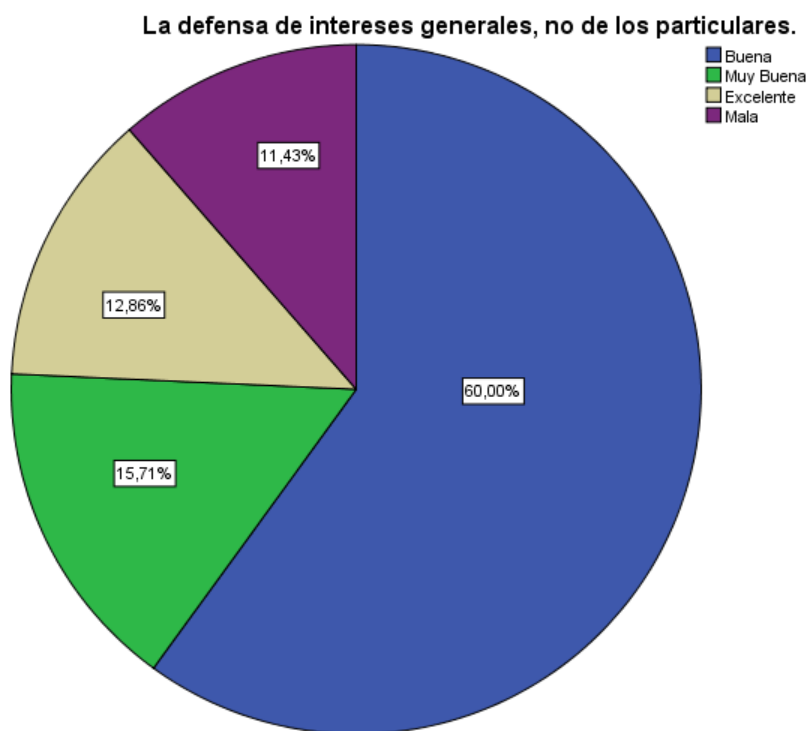
La radio busca el bien común, se enfoca en ello, según el criterio del 45,71% que representa a la mayoría. Sin embargo, el 25,7% considera que este enfoque no lo logra en su totalidad, es regular. Es importante tener en cuenta que la función social que se desprende de la relación medios-democracia se refiere también a la generación de condiciones para la elaboración social de consensos en medio del conflicto, la búsqueda de transparencia de las actuaciones de los elegidos, la complejización y no la pérdida de densidad de los problemas sociales y el reconocimiento del otro.

Tabla 25. La defensa de intereses generales, no de los particulares.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	84	60,0	60,0	60,0
Muy Buena	22	15,7	15,7	75,7
Excelente	18	12,9	12,9	88,6
Mala	16	11,4	11,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 22. La defensa de intereses generales, no de los particulares.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

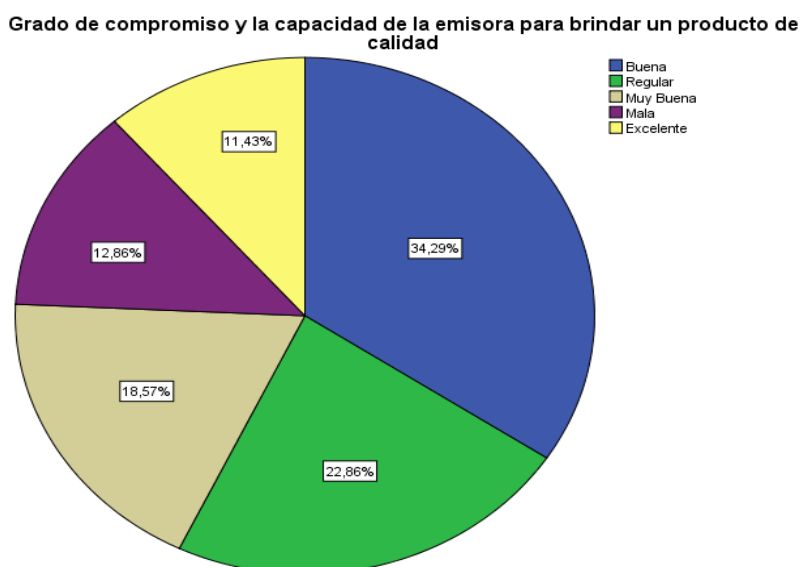
El 60% afirma que la radio defiende los intereses generales, no de particulares, siendo un aspecto favorable. Sin embargo, es importante mencionar que se requieren metodologías e instrumentos que se utilicen para hacer de la participación un hecho real.

Tabla 26. Grado de compromiso y la capacidad de la emisora para brindar un producto de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	48	34,3	34,3	34,3
Regular	32	22,9	22,9	57,1
Muy Buena	26	18,6	18,6	75,7
Mala	18	12,9	12,9	88,6
Excelente	16	11,4	11,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 23. Grado de compromiso y la capacidad de la emisora para brindar un producto de calidad



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

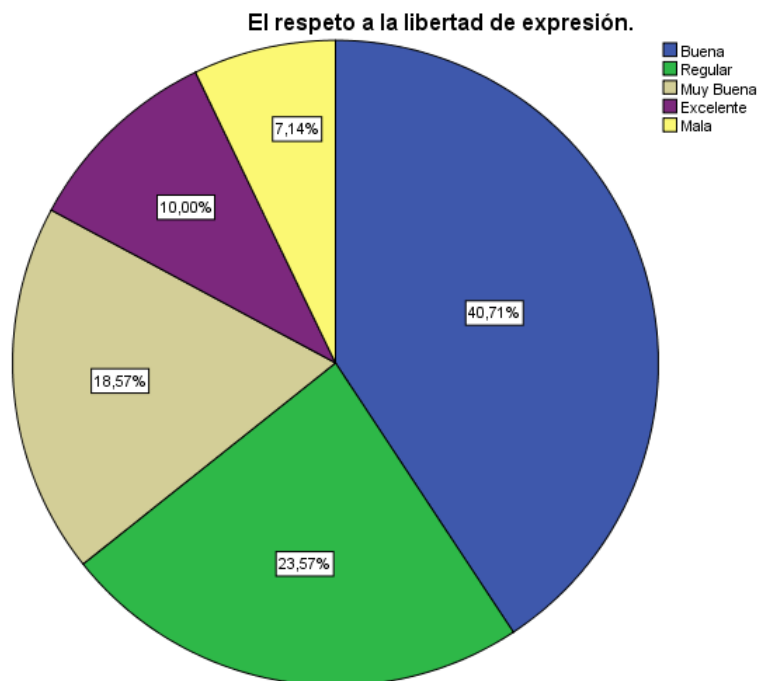
El grado de compromiso y la capacidad de la emisora para brindar un producto de calidad, es bueno, según el criterio del 34,3% de encuestados, por lo que se hace necesario mayor enfoque desde la radio hacia su misión, teniendo en cuenta que la intencionalidad comunicativa de la radio comunitaria se fundamenta en la “creación de un ámbito de reflexión, donde se puede conversar sobre necesidades y problemas, se pueden compartir las interpretaciones y se pueden buscar posibles estrategias de cambio.

Tabla 27. El respeto a la libertad de expresión.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	57	40,7	40,7	40,7
Regular	33	23,6	23,6	64,3
Muy Buena	26	18,6	18,6	82,9
Excelente	14	10,0	10,0	92,9
Mala	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 24.El respeto a la libertad de expresión.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

El 40,7% afirma que es adecuado el respeto que mantiene la radio a la libertad de expresión, mientras que 23,6% afirma que es regular. La radio debe ayudar a la población a comunicarse entre sí, facilitando relaciones y unión, la percepción colectiva de los problemas y el esfuerzo colectivo para su solución. Ayudar a la población a desarrollar habilidades intelectuales y no sólo sus conocimientos; es decir, aumentar su capacidad de razonar y pensar, libre del peso de

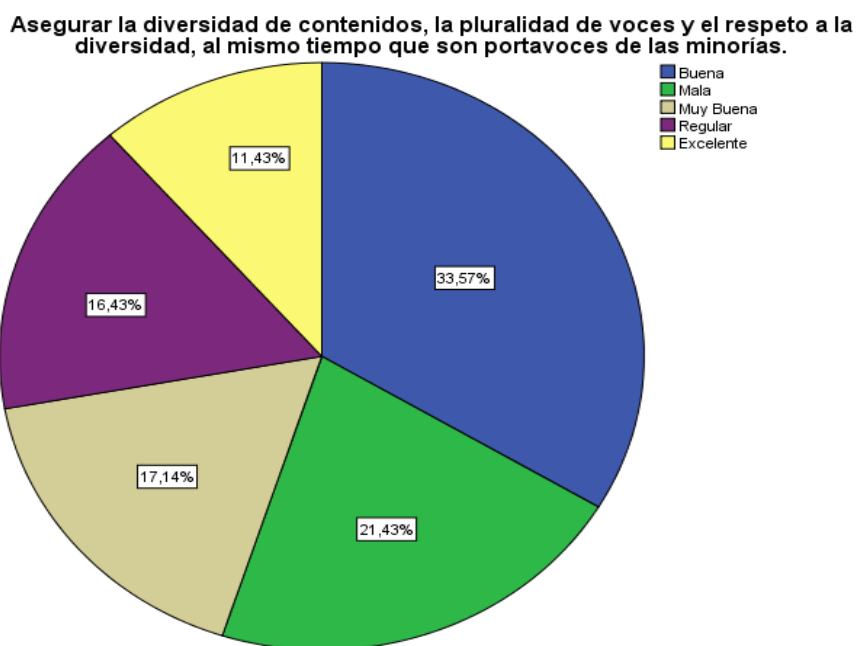
las supersticiones y de la ignorancia. Facilitar el crecimiento de la conciencia crítica, es decir, la capacidad de distinguir lo verdadero de lo falso, lo que favorece sus intereses de clase y lo que conspira contra ellos, de modo que se torne a la población inmune a la manipulación demagógica, a la introducción autoritaria.

Tabla 28. Asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, al mismo tiempo que son portavoces de las minorías.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	47	33,6	33,6	33,6
Mala	30	21,4	21,4	55,0
Muy Buena	24	17,1	17,1	72,1
Regular	23	16,4	16,4	88,6
Excelente	16	11,4	11,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 25. Asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, al mismo tiempo que son portavoces de las minorías.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

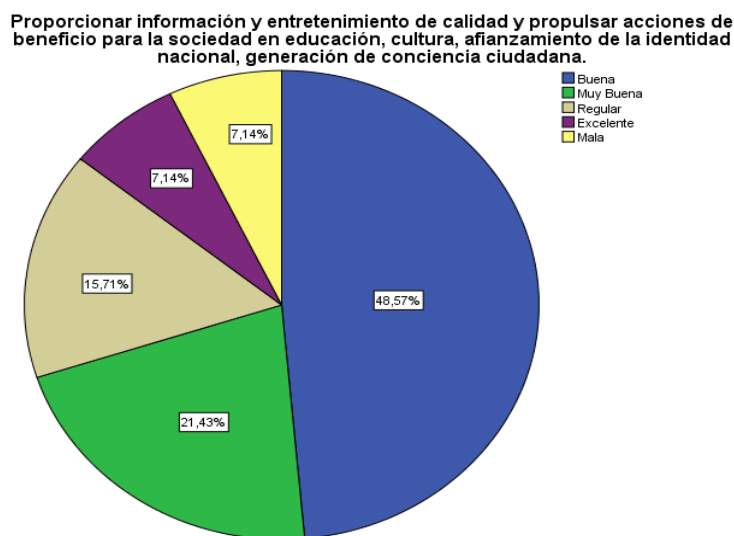
La radio en un nivel bueno, se sustenta y enfoca en asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, al mismo tiempo, que es portavoz de las minorías. La radio debe fortalecer este indicador, siendo imparcial, abogando por la interculturalidad sin afinidades y preferencias. Para el 21% aproximadamente, es insuficiente aún este indicador en la radio, siendo los porcentajes más representativos.

Tabla 29. Proporcionar información y entretenimiento, motivar a los sujetos sociales y concientizarles del beneficio de aprovechar la educación, cultura, afianzamiento de la identidad nacional, generación de conciencia ciudadana.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	68	48,6	48,6	48,6
Muy Buena	30	21,4	21,4	70,0
Regular	22	15,7	15,7	85,7
Excelente	10	7,1	7,1	92,9
Mala	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 26. Proporcionar información y entretenimiento, motivar a los sujetos sociales y concientizarles del beneficio de aprovechar la educación, cultura, afianzamiento de la identidad nacional, generación de conciencia ciudadana.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

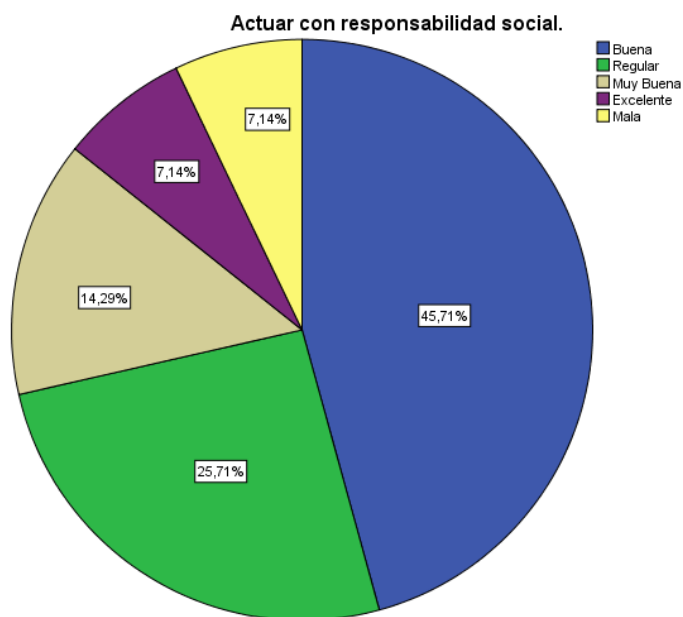
El 48% de los encuestados, que representan a la mayoría, afirman que en cuanto a proporcionar información y entretenimiento, motivar a los sujetos sociales y concientizarles del beneficio de aprovechar la educación, cultura, afianzamiento de la identidad nacional, generación de conciencia ciudadana, es bueno, siendo necesario aún fortalecer estas perspectivas, desde nuevos enfoques y aprender a aprender.

Tabla 30. Importancia de tener responsabilidad social.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	64	45,7	45,7	45,7
Regular	36	25,7	25,7	71,4
Muy Buena	20	14,3	14,3	85,7
Excelente	10	7,1	7,1	92,9
Mala	10	7,1	7,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 27. Importancia de tener responsabilidad social.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

En cuanto al nivel en que la radio se sustenta en difundir y promover la importancia de tener responsabilidad social, el 45,71% que representa a la mayoría, afirma que es adecuado, siendo un aspecto favorable, cómo el medio se vincula a temas puntuales como la responsabilidad social, mientras que el 25,71% afirma que es regular el nivel de tratamiento del tema, siendo los porcentajes más representativos. Se requiere de un trabajo sistematizado desde la radio, que se empodere ante los problemas sociales y la realidad de las comunidades, para que verdaderamente se convierta en un actor clave del desarrollo local.

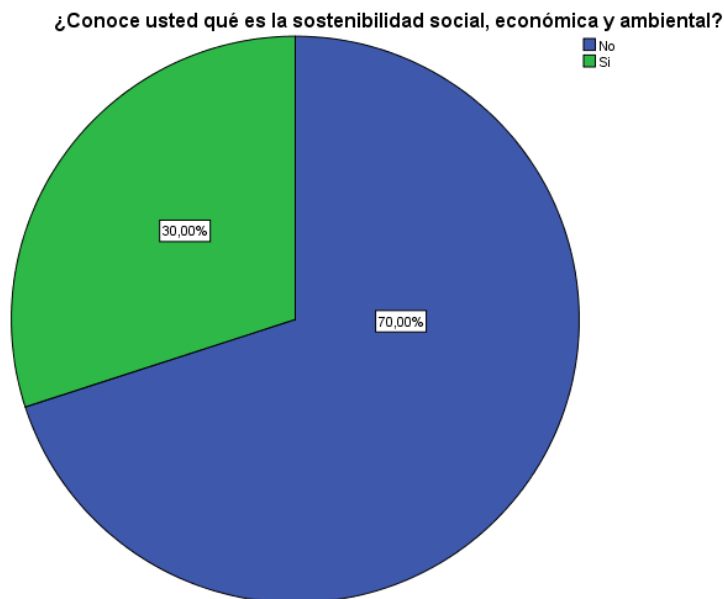
13. **¿Conoce usted qué es la sostenibilidad social, económica y ambiental?**

Tabla 31. Conocimiento de sostenibilidad social, económica y ambiental

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	98	70,0	70,0	70,0
Si	42	30,0	30,0	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 28. Conocimiento de sostenibilidad social, económica y ambiental



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

El 70% afirma que no conoce sobre temas tan importantes en la actualidad como la sostenibilidad social, económica y ambiental, siendo necesario que, desde la radio, se informe a la población, se eduque y concientice sobre dichas temáticas.

La radio promueve significativamente lo siguiente:

14. Respeto a la diversidad, a los derechos humanos y de género, a la equidad social y la prevención de la violencia de género

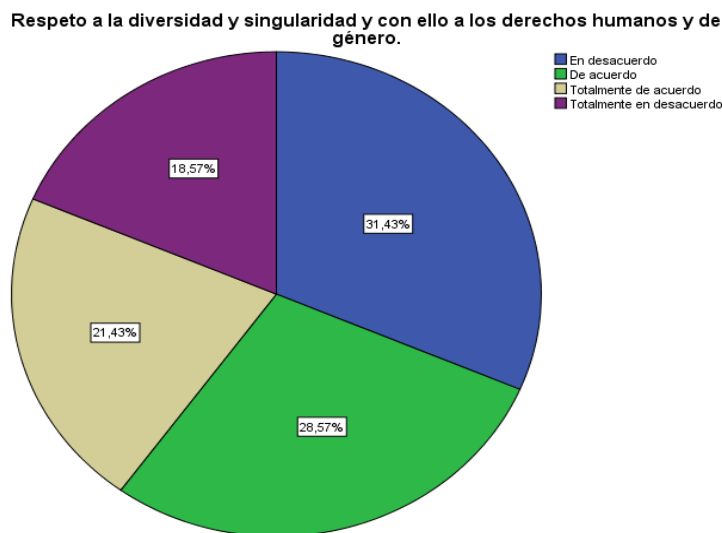
Tabla 32. Respeto a la diversidad, a los derechos humanos y de género, a la equidad social y la prevención de la violencia de género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	44	31,4	31,4	31,4
De acuerdo	40	28,6	28,6	60,0
Totalmente de acuerdo	30	21,4	21,4	81,4
Totalmente en desacuerdo	26	18,6	18,6	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 29. Respeto a la diversidad, a los derechos humanos y de género, a la equidad social y la prevención de la violencia de género



Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

El 31,4% de encuestados que representa a la mayoría, afirman que se encuentran en desacuerdo con que la radio difunda y promueva el respeto a la diversidad, a los derechos y sobre todo asuma una posición en contra de la violencia de género. Se requieren cambios significativos en la programación radial.

15. **Comunica aspectos relevantes contribuyendo a generar en los oyentes, conocimientos, nuevas iniciativas, intereses, aspiraciones, así como una actitud transformadora ante las problemáticas existentes.**

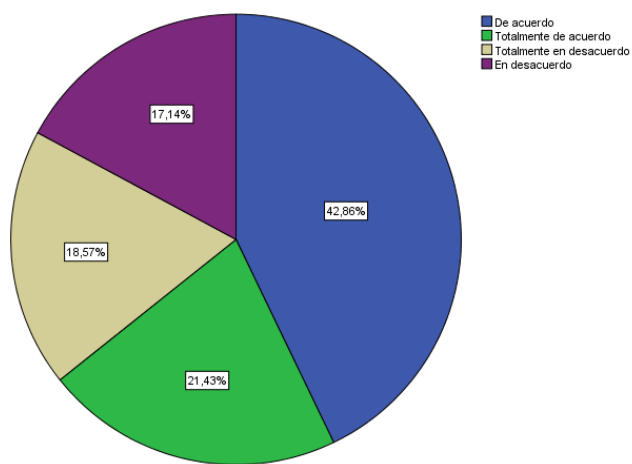
Tabla 33. Comunica aspectos relevantes contribuyendo a generar en los oyentes, conocimientos, nuevas iniciativas, intereses, aspiraciones, así como una actitud transformadora ante las problemáticas existentes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	60	42,9	42,9	42,9
Totalmente de acuerdo	30	21,4	21,4	64,3
Totalmente en desacuerdo	26	18,6	18,6	82,9
En desacuerdo	24	17,1	17,1	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración propia

Gráfico 30. 1. Comunica aspectos relevantes contribuyendo a generar en los oyentes, conocimientos, nuevas iniciativas, intereses, aspiraciones, así como una actitud transformadora ante las problemáticas existentes.



Fuente: Investigación de campo
 Elaboración propia

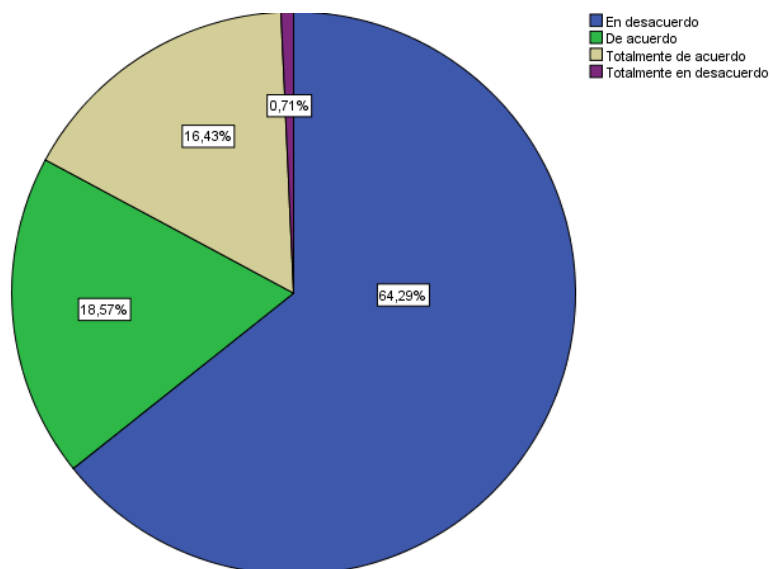
El 42,88% afirma estar de acuerdo con que la radio comunica aspectos relevantes contribuyendo a generar en los oyentes, conocimientos, nuevas iniciativas, intereses, aspiraciones, así como una actitud transformadora ante las problemáticas existentes, siendo un aspecto favorable.

Tabla 34. Facilita que la población participe en la planeación y evaluación de los servicios y programas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	90	64,3	64,3	64,3
De acuerdo	26	18,6	18,6	82,9
Totalmente de acuerdo	23	16,4	16,4	99,3
Totalmente en desacuerdo	1	,7	,7	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
 Elaboración propia

Gráfico 31. Facilita que la población participe en la planeación y evaluación de los servicios y programas.



Fuente: Investigación de campo
 Elaboración propia

La radio no se convierte en un canal importante para la solución de problemas de la comunidad, sobre todo en cuanto a facilitar que la población participe en la planeación y evaluación de los servicios y programas. Es indispensable que se consideren ciertos lineamientos que ayuden al personal administrativo de la radio a direccionar su trabajo desde y para la comunidad.

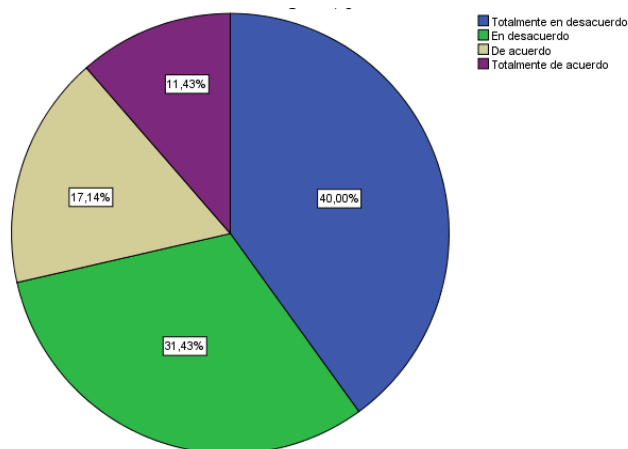
¿La radio rescata las costumbres y tradiciones, sirva de correo y, en general, manifiesta preocupación por la situación de toda la gente siendo considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos entre la gente?

Tabla 35. Rescate de costumbres y tradiciones, preocupación por la situación de toda la gente, siendo considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	56	40,0	40,0	40,0
En desacuerdo	44	31,4	31,4	71,4
De acuerdo	24	17,1	17,1	88,6
Totalmente de acuerdo	16	11,4	11,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 32. Rescate de costumbres y tradiciones, preocupación por la situación de toda la gente, siendo considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

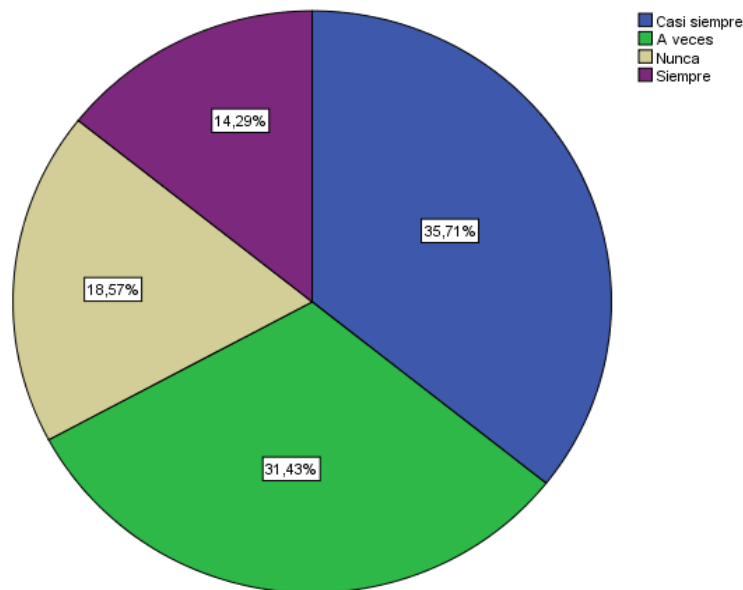
El 40% de encuestados, afirma que la radio se orienta hacia el rescate de costumbres y tradiciones, preocupación por la situación de toda la gente, siendo considerada como un medio para expresar sentimientos, construir identidad y forjar lazos. Ello evidencia que la percepción de la población sobre un medio comunitario es acertada.

Tabla 36. ¿Se genera un proceso de construcción de ciudadanía desde la radio, en la medida que propician espacios de diálogo y debate, así como la participación de la ciudadanía en la conformación de los programas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	50	35,7	35,7	35,7
A veces	44	31,4	31,4	67,1
Nunca	26	18,6	18,6	85,7
Siempre	20	14,3	14,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 33. Proceso de construcción de ciudadanía desde la radio, en la medida que propician espacios de diálogo y debate, así como la participación de la ciudadanía en la conformación de los programas.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

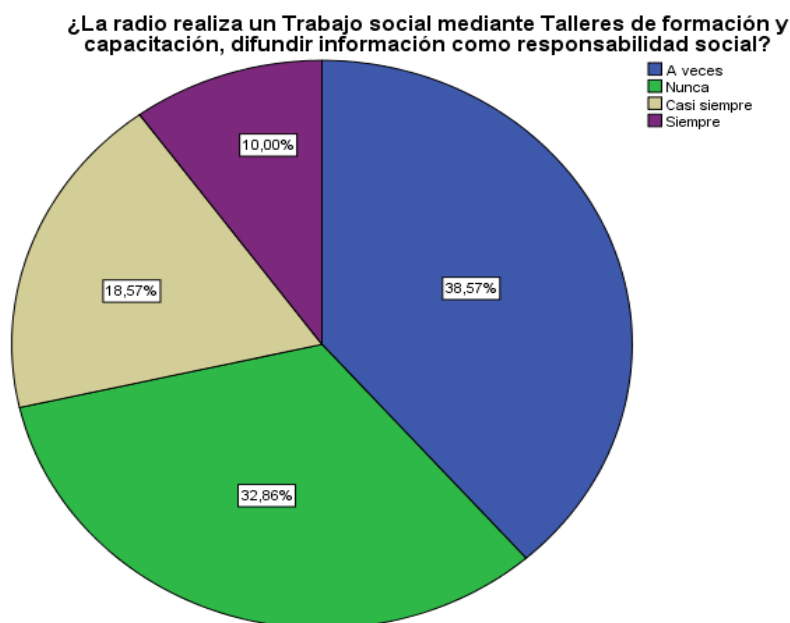
La mayoría de encuestados, afirman que la radio casi siempre promueve procesos de construcción y espacios de diálogo, evidenciando que se requiere mayor planificación y enfoque desde la radio, para el logro de estos propósitos.

Tabla 37. ¿La radio realiza un Trabajo social mediante Talleres de formación y capacitación, para difundir información como responsabilidad social?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	54	38,6	38,6	38,6
Nunca	46	32,9	32,9	71,4
Casi siempre	26	18,6	18,6	90,0
Siempre	14	10,0	10,0	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 34. Trabajo social mediante Talleres de formación y capacitación desde la radio



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

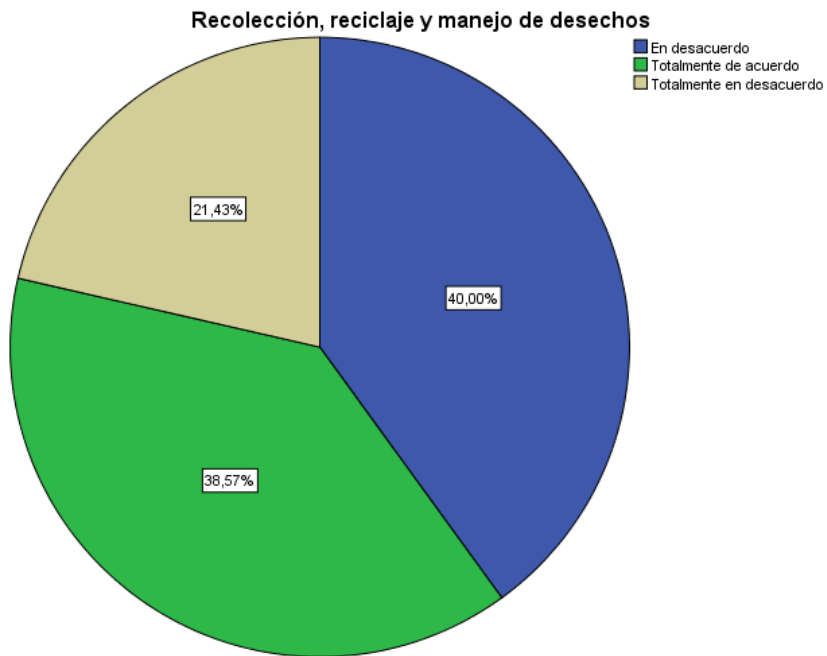
Con una frecuencia de a veces, la radio realiza Trabajo social mediante Talleres de formación y capacitación, enfocados a promover responsabilidad social, siendo necesario un direccionamiento desde el medio, para contribuir a estas prácticas sociales.

Tabla 38. Recolección, reciclaje y manejo de desechos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	56	40,0	40,0	40,0
Totalmente de acuerdo	54	38,6	38,6	78,6
Totalmente en desacuerdo	30	21,4	21,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 35. Recolección, reciclaje y manejo de desechos



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

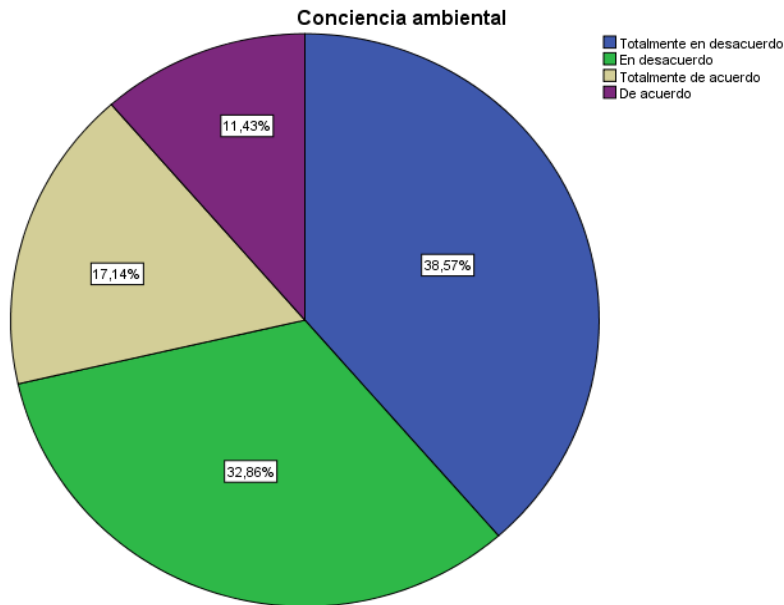
El 40% de encuestados que representan a la mayoría, afirman que la radio no promueve y educa a la población en cuanto a la necesidad de recolección, reciclaje y manejo de desechos, siendo necesario que estas buenas prácticas se difundan y promuevan desde el medio comunitario.

Tabla 39. Conciencia ambiental

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	54	38,6	38,6	38,6
En desacuerdo	46	32,9	32,9	71,4
Totalmente de acuerdo	24	17,1	17,1	88,6
De acuerdo	16	11,4	11,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 36. Conciencia ambiental



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

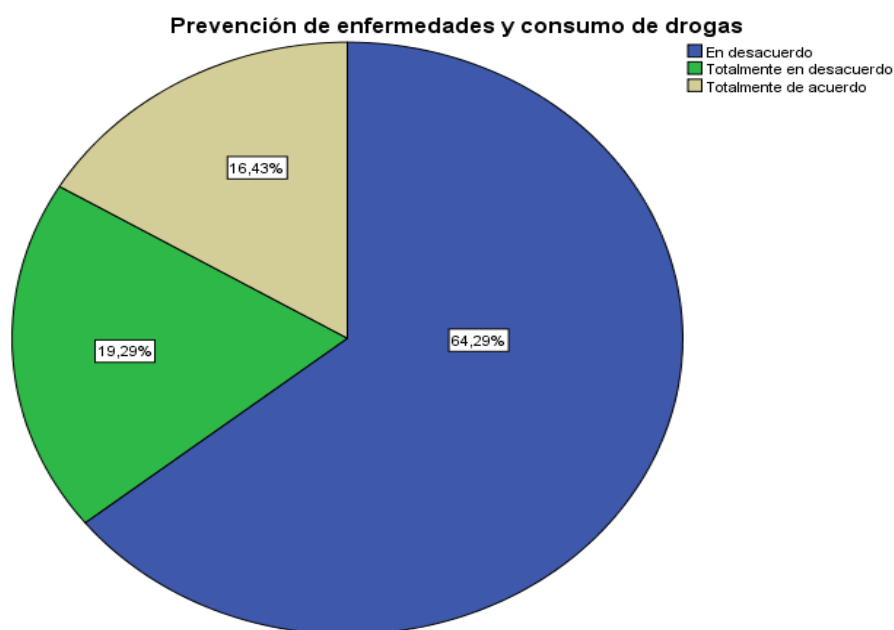
La radio no promueve una conciencia ambiental en la ciudadanía, se requiere de un trabajo continuo que genere un cambio en la forma de pensar de los sujetos sociales, para que asuman actitudes diferentes ante el cuidado del medio ambiente.

Tabla 40. Prevención de enfermedades y consumo de drogas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	90	64,3	64,3	64,3
Totalmente en desacuerdo	27	19,3	19,3	83,6
Totalmente de acuerdo	23	16,4	16,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 37. Prevención de enfermedades y consumo de drogas



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

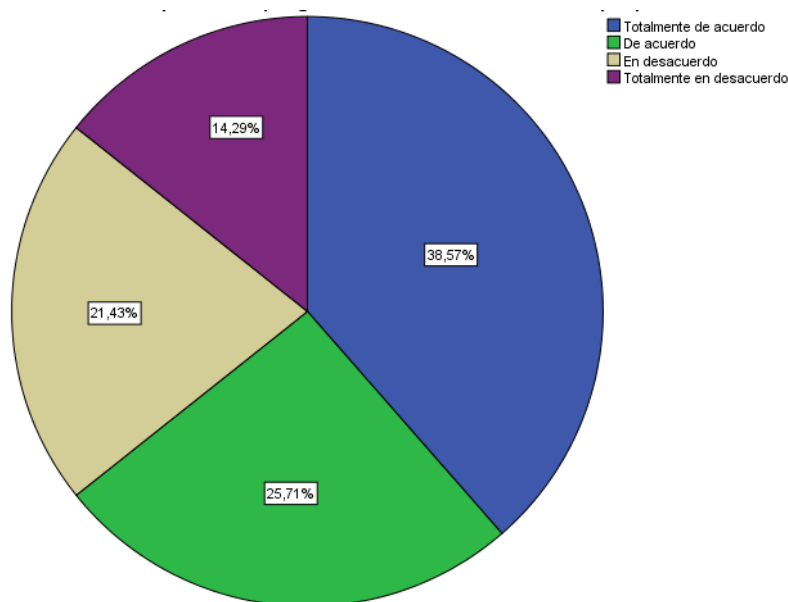
La radio no promueve la prevención de enfermedades y consumo de drogas, según el criterio del 64,29% de encuestados. Es importante que la radio realice una labor preventiva en cuanto a las problemáticas sociales, no solo de entretenimiento e informativa.

Tabla 41. Participación en programas orientados a la familia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	54	38,6	38,6	38,6
De acuerdo	36	25,7	25,7	64,3
En desacuerdo	30	21,4	21,4	85,7
Totalmente en desacuerdo	20	14,3	14,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 38. Participación en programas orientados a la familia



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

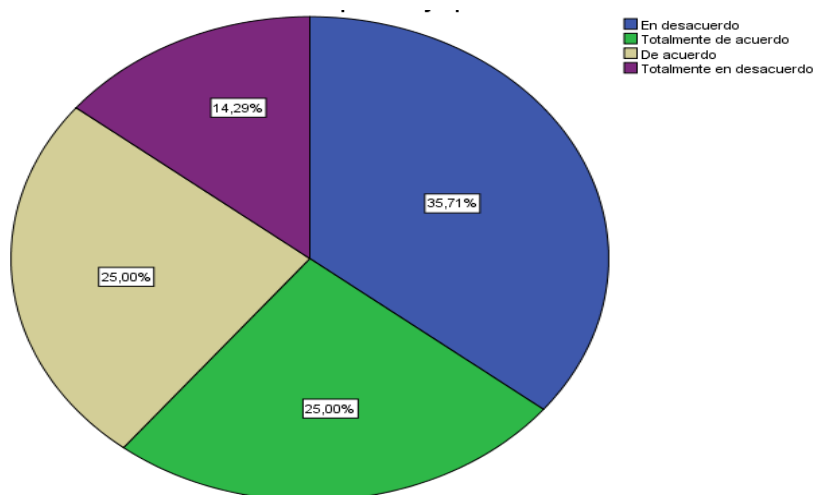
El 38,6% afirma que existen desde la radio, programas que contribuyen a la educación de la familia siendo un aspecto favorable.

Tabla 42. Solución de problemas a la comunidad que tengan la información veraz, transparente y oportuna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	50	35,7	35,7	35,7
Totalmente de acuerdo	35	25,0	25,0	60,7
De acuerdo	35	25,0	25,0	85,7
Totalmente en desacuerdo	20	14,3	14,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 39. Solución de problemas a la comunidad que tengan la información veraz, transparente y oportuna



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

El 35,71% que representa a la mayoría, afirma estar en desacuerdo con que la radio establece solución de problemas a la comunidad, que tengan la información veraz, transparente y oportuna. A través de las radios comunitarias se garantiza el derecho a la comunicación y se favorece la construcción-reconstrucción de realidades sociales; ahí radica su gran importancia, lo que demuestra su responsabilidad social.

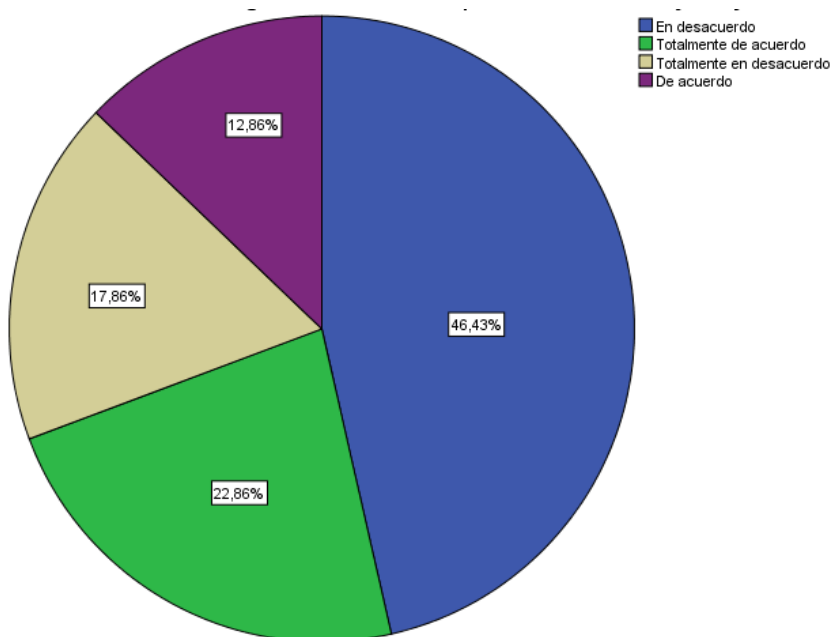
La radio comunitaria, como mediadora cultural, posibilita reforzar o transformar determinadas visiones del mundo. Se trata, entonces, de fortalecer la capacidad comunicativa de la sociedad para que ella misma pueda expresarse por los medios.

Tabla 43. Articulación con entes gubernamentales en pro de una vida más justa y humana.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	65	46,4	46,4	46,4
Totalmente de acuerdo	32	22,9	22,9	69,3
Totalmente en desacuerdo	25	17,9	17,9	87,1
De acuerdo	18	12,9	12,9	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 40. Articulación con entes gubernamentales en pro de una vida más justa y humana.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

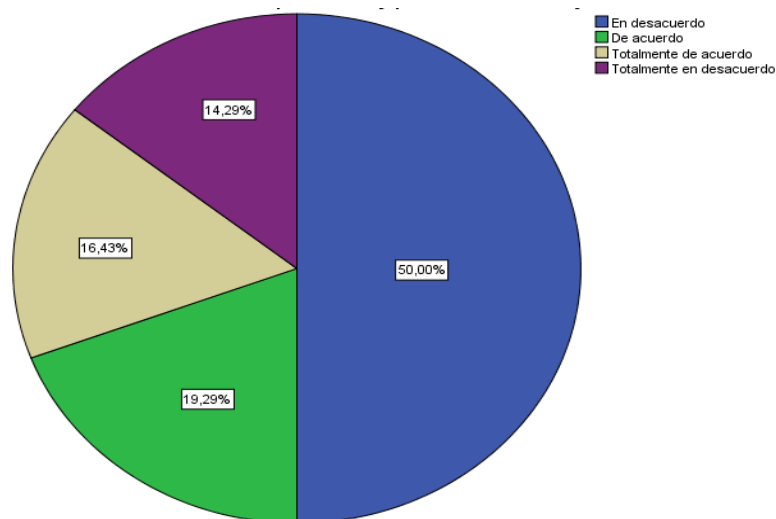
El 46,4% afirma que la radio no establece articulaciones y gestiones de cambio, con entes gubernamentales en pro de una vida más justa y humana. Ello evidencia la importancia de que la radio se convierta en la voz de la comunidad, para solucionar problemas y ver por sus intereses.

Tabla 44. Talleres, orientación basada en mantener la cohesión social para cubrir necesidades presentes y persecución de objetivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	70	50,0	50,0	50,0
De acuerdo	27	19,3	19,3	69,3
Totalmente de acuerdo	23	16,4	16,4	85,7
Totalmente en desacuerdo	20	14,3	14,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 41. Talleres, orientación basada en mantener la cohesión social para cubrir necesidades presentes y persecución de objetivos



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

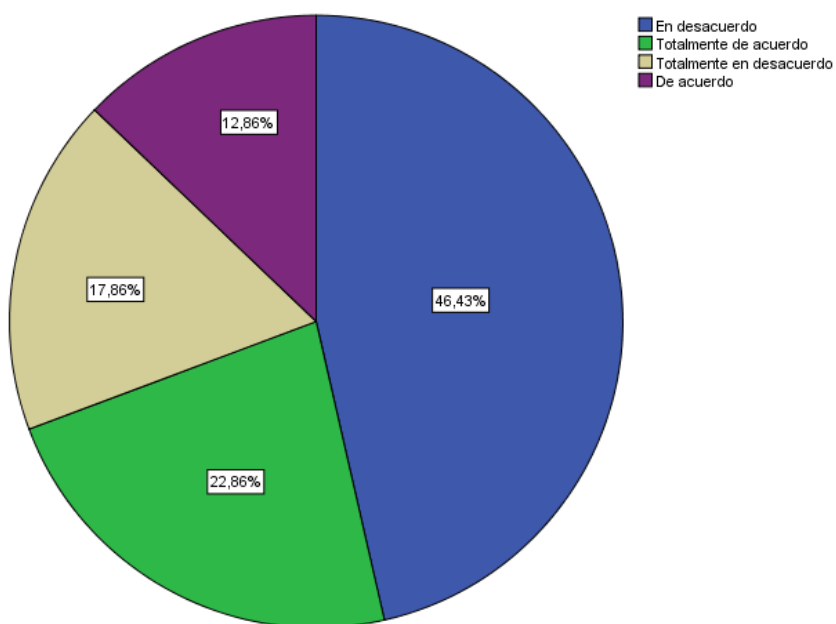
El 50% aproximadamente afirman que se encuentran en desacuerdo con que la desarrolle Talleres, como orientación basada en mantener la cohesión social para cubrir necesidades presentes y persecución de objetivos. Los medios para el cambio social se definen por sus objetivos educativos, finalidad social, y participación comunitaria en la gestión de los procesos y productos comunicativos. Es decir, son medios para, desde y con la comunidad, donde se reflejan las necesidades, intereses, problemáticas y potencialidades de sus integrantes.

Tabla 45. Impulsa estrategias: sostenibilidad social, relaciones sociales, evolución social y legitimidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	65	46,4	46,4	46,4
Totalmente de acuerdo	32	22,9	22,9	69,3
Totalmente en desacuerdo	25	17,9	17,9	87,1
De acuerdo	18	12,9	12,9	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

Gráfico 42. Impulsa estrategias: sostenibilidad social, relaciones sociales, evolución social y legitimidad.



Fuente: Investigación de campo
Elaboración propia

El 46,43% aproximadamente afirman que se encuentran en desacuerdo con que la radio impulsa estrategias: sostenibilidad social, relaciones sociales, evolución social y legitimidad. Ello permite afirmar que se requiere de un trabajo orientador, de guía para el personal de la radio que asuma nuevas perspectivas de trabajo, que se vinculen directamente a la comunidad. La radio con interés social se convierte en un actor clave a través de la cual se pueden generar propuestas de educación formal, e informal, dirigidas a diferentes grupos sociales.

Por tanto, se concibe a la educación como un proceso de aprendizaje permanente a través de los agentes de socialización (la familia, la escuela, la comunidad, los medios de comunicación masiva y comunitarios) que permite a los sujetos desarrollar sus potencialidades y habilidades en función de una sociedad más equitativa y solidaria en lo social y cultural.

CONCLUSIONES DEL CUESTIONARIO APLICADO:

Se requieren esfuerzos de formación y gestión social para propiciar espacios y dinámicas donde los oyentes se asuman como prosumidores de la radio comunitaria. Las emisoras comunitarias en muchos casos, no logran un liderazgo local que convoque a otras actividades sociales o culturales diferentes a las propias de su programación, esto en razón a la ausencia de un proyecto político-social de comunicación que permita la articulación de esfuerzos entre quienes dirigen las emisoras y las comunidades organizadas. La incipiente participación de las comunidades en estas emisoras se debe a cuatro factores; en primer lugar, a la connotación de medio privado como las han concebido sus directores y propietarios; en segundo lugar, a la adopción del modelo comercial en su organización y programación; en tercer lugar, por la incipiente formación de ciudadanos como realizadores y audiencias crítica; y en cuarto lugar, a la inexistencia de mecanismos de acompañamiento, seguimiento y control sobre la misión de las radios comunitarias.

Lo anterior pone en entredicho la apropiación de los ciudadanos con su emisora comunitaria, particularmente cuando se les indagó sobre cómo estarían dispuestos a apoyarla o a vincularse con ella. Aunque estos porcentajes son bajos, se convierten en una oportunidad de apertura para articular voluntades y avanzar en el espíritu misional de la radio comunitaria. Esto indica que existe un potencial de ciudadanos que estarían dispuestos a participar y fortalecer su programación desde las realidades socioculturales. Este ambiente de distanciamiento entre quienes dirigen las emisoras comunitarias y sus audiencias ha generado una relación en la que se excluye a los ciudadanos y se le niega el derecho a libre expresión. Se concluye que las emisoras comunitarias indagadas cuentan con unas audiencias potenciales (Medina, Tamayo, & Rojas, 2010) que no han sido lo suficientemente aprovechadas como interlocutoras, productoras y colaboradoras dentro de un proyecto comunicativo; que se debe al poco sentido comunitario con que se ha asumido las prácticas informativas y las relaciones sociales entre el medio y los ciudadanos.

Por otro lado, se requiere apoyo gubernamental para los temas de participación social y democratización de los medios comunitarios y ciudadanos. Esta situación es similar a lo ocurrido en Argentina con las emisoras comunitarias dentro de las políticas de comunicación y cultura (Linares & al., 2017), como se evidencia en los casos de dicho estudio. Una segunda conclusión deja al descubierto cómo ninguna de las emisoras comunitarias cuenta con un proyecto comunicativo comunitario construido colectivamente y desde las necesidades de sus ciudadanos. Esto ha tenido como consecuencia la improvisación de actividades y la planeación a corto plazo. Un factor de gran incidencia, observado en las respuestas, es el esquema vertical organizativo donde las decisiones se concentran en cabeza de un director (como propietario del medio) y en otros casos en la Junta Directiva, lo cual coincide con el estudio de Mora (2011). Una tercera conclusión de este trabajo, evidencia que, desde las organizaciones y directivos de las emisoras comunitarias, no se promueve una participación de los ciudadanos en su programación, como tampoco lideran otras actividades sociales o comunitarias, lo que genera una doble relación: por un lado de cercanía como oyentes frente a su programación musical; y por otro de lejanía en cuanto a acciones de participación y apropiación social del medio, conclusión que concuerda con Rodríguez (2012) en relación con la carencia de participación en el discurso informativo de la radio comunitaria.

Esto ratifica el hecho de que las emisoras comunitarias se siguen orientando con un sentido de organización privada. Lo que coincide con Padilla (2012), acerca del incipiente vínculo que se da entre el ser audiencias y ser ciudadanos. Y así, lo comunitario en la radio se adopta como una etiqueta (Talens, 2011) poco vinculada con su sentido democrático, participativo e incluyente; pese a que, en los últimos años, algunos países de América Latina han renovado sus marcos normativos y políticas de comunicación (Sosa, 2016) y avances desiguales en legislación y derecho a la comunicación (Gómez & Agerre, 2009), mientras en Ecuador aún está pendiente un cambio profundo en este sentido. Queda claro que la apuesta política de lo comunitario y ciudadano, sigue siendo un asunto pendiente en las emisoras investigadas, en las cuales se adopta una estructura de organización y producción tomado del referente comercial, con algunos intentos por incorporar contenidos de la cultura y acontecimientos de la vida local. No se ejerce la ciudadanía comunicativa como práctica de significación política a través de estos medios comunitarios (Rodríguez, 2009), como tampoco se reconoce a sus habitantes como

interlocutores en la relación medio/audiencias, lo que coincide con el estudio de Álvarez (2014) sobre las emisoras comunitarias en el Valle de Aburra en el Departamento de Antioquia en Colombia.

Las emisoras comunitarias atraviesan por un momento de relativo estancamiento y redefinición de su horizonte político y social, que debe apuntar a consolidar principios democratizadores, participativos y de construcción colectiva que tratan de materializar articulando acciones con el sistema de comunicación del país.

CAPÍTULO IV

4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se obtuvieron resultados importantes con el diagnóstico realizado. El 40,7% afirma que es adecuado el respeto que mantiene la radio a la libertad de expresión, mientras que el 23,6% afirma que es regular. La radio debe ayudar a la población a comunicarse entre sí, facilitando relaciones y unión, la percepción colectiva de los problemas y el esfuerzo colectivo para su solución. Ayudar a la población a desarrollar habilidades intelectuales y no solo sus conocimientos; es decir, aumentar su capacidad de reflexionar y pensar, libre del peso de las supersticiones y de la ignorancia. Facilitar el crecimiento de la conciencia crítica, es decir, la capacidad de distinguir lo verdadero de lo falso, lo que favorece sus intereses de clase y lo que conspira contra ellos, de modo que se torne a la población inmune a la manipulación demagógica, a la introducción autoritaria.

El grado de compromiso y la capacidad de la emisora para brindar un producto de calidad, es bueno, según el criterio del 34,3% de encuestados, por lo que se hace necesario mayor enfoque desde la radio hacia su misión, teniendo en cuenta que la intencionalidad comunicativa de la radio comunitaria se fundamenta en la “creación de un ámbito de reflexión, donde se puede conversar sobre necesidades y problemas, se pueden compartir las interpretaciones y se pueden buscar posibles estrategias de cambio”.

El 60% afirma que la radio defiende los intereses generales, no de particulares, siendo un aspecto favorable. Sin embargo, es importante mencionar que se requieren metodologías e instrumentos que se utilicen para hacer de la participación un hecho real.

La radio busca el bien común, se enfoca en ello, según el criterio del 45,71% que representa a la mayoría. Sin embargo, el 25,7% considera que este enfoque no lo logra en su totalidad, es regular. Es importante tener en cuenta que la función social que se desprende de la relación medios-democracia se refiere también a la generación de condiciones para la elaboración social de consensos en medio del conflicto, la búsqueda de transparencia de las actuaciones de los elegidos, la complejización y no la pérdida de densidad de los problemas sociales y el reconocimiento del otro.

Para el 41,4% de encuestados, la aplicación del derecho a la comunicación desde la radio es buena, mientras que para el 22,9%, es regular. El derecho a la comunicación, la estructuración de su propuesta radiofónica debe ser sobre las bases del fomento a la participación de las comunidades en las que se inscribe, de abrir canales para la expresión y circulación de la palabra excluida, de contribuir a la solución de los problemas más sentidos de las comunidades, de generar procesos de fortalecimiento de las identidades locales sin perder la capacidad de dialogar con la diferencia.

El 48,6% afirman que el tratamiento de la democratización de la comunicación desde la radio, es adecuado, porcentaje que representa a la mayoría, mientras que el 21,4% afirma que es muy adecuado. No obstante, desde los análisis anteriormente realizados, se puede afirmar que la radio debe lograr que su parrilla de programación se convierta en un espacio real de participación comunitaria. Es decir, que abarque el aspecto del cumplimiento de la función social para la cual ha sido creada.

El 55% afirma que la radio a veces promueve la participación social, la representación y análisis de los problemas de la comunidad. La radio debe direccionar su trabajo hacia la construcción colectiva de saberes, la solución de problemas movilizándolo a las audiencias, generando en ellas sensibilización frente a las adversidades del otro y el sentido de lo ciudadano para construir un bien común.

El 51% aproximadamente que representa la mayoría, afirma que a veces se puede percibir el desarrollo de capacidades de comunicación e interrelación, diálogo entre personas, grupos, para la representación de saberes y conocimientos culturalmente distintos desde la radio. La radio debe abrirse al protagonismo de los actores locales, brindarles el espacio para que puedan ser escuchados.

Las personas encuestadas, en su mayoría, el 23,6% afirman que la programación permanece ajena a la comunidad y la radio no se encuentra en vinculación con la comunidad así como el 12,9% opina que la radio es considerada como un medio para expresar sentimientos y en menor porcentaje, afirman que la radio rescata las costumbres y tradiciones, siendo necesario que la radio se vincule más a la comunidad, potencie la dimensión comunitaria que es su razón de ser, incorpore lineamientos que permitirán su trabajo desde la comunidad.

El 28,6% de encuestados que representa a la mayoría, afirma que a veces la radio promueve la diversidad, pluralidad e integración social por lo que es importante que la radio fortalezca estas dimensiones, desarrollar líneas de acción propios de una emisora comunitaria.

La mayoría de encuestados, el 42% aproximadamente no conocen los mecanismos de participación, mientras que el 20% afirma que existen espacios de debate y el 17% que existen espacios de opinión siendo necesario fomentar más la participación en la radio.

El 21% aproximadamente de encuestados, manifiesta que la radio debe Proporcionar información y entretenimiento de calidad y propulsar acciones de beneficio para la sociedad, para que contribuya al desarrollo humano y sostenible, mientras que el 17,14%, afirma que debe asegurar la diversidad de contenidos, la pluralidad de voces y el respeto a la diversidad, así como el 16,43%, afirma que deben reflejar la realidad sociocultural de la comunidad

Se debe considerar desde la radio, las orientaciones ideológicas, problemáticas contextuales y actores involucrados, como punto de partida para la estructuración de la programación.

4.2 PROPUESTA

- Proponer los lineamientos metodológicos y orientadores que permitan servir de referentes a la radio para promover la sostenibilidad y el desarrollo humano.

4.2.1 Tema

La presente investigación constituye una propuesta teórico metodológica para que la radio pueda sustentar y orientar su programación y trabajo en los principios de la identidad, memoria histórica y representatividad de las comunidades, sus problemáticas, intereses y que se escuchen sus voces.

Se establecen las pautas fundamentales para que las radios se autosustenten, se genera compañerismo y unidad en la colectividad.

4.2.2 Justificación

Lo comunitario en la radio se adopta muchas veces sin considerar a profundidad su sentido democrático, participativo e incluyente; aun cuando han existido cambios en Latinoamérica y se busca la democratización de la comunicación, pero aún resultan insuficientes el direccionamiento de las radios comunitarias hacia la democracia.

La comunidad tiene una concientización del rol de la radio comunitaria, de sus propósitos y cómo debe convertirse en un espacio de diálogo, de construcción, de integración de diversas culturas y etnias; en un espacio de encuentro con sus vecinos, con los líderes que gestionan procesos de desarrollo y manejar adecuadamente los conflictos sociales. Debe potenciarse desde la radio, el derecho a participar de manera democrática en las soluciones que mejorarán la calidad de vida de la comunidad y del entorno en general.

Sin dudas, lo comunitario debe sustentarse en la construcción colectiva de saberes y la aplicación de estos saberes, en la solución de una problemática común, fortaleciendo la solidaridad, a partir de la sensibilización de la ciudadanía frente a las adversidades del otro y el sentido de lo ciudadano para construir un bien común, aspectos que deben consolidarse desde la radio.

Según Lewis y Booth (2010), la radio comunitaria “trata a sus oyentes como sujetos participantes, permitiéndoles el poder de controlar su propia identidad y cultura” (p. 23); la comunidad, por tanto, debe participar en la toma de decisiones sobre la programación, la producción, en el funcionamiento y gestión del medio. Esta participación va más allá, abarcando el concepto de interactividad, en la medida que la responsabilidad y la construcción progresiva de significados, deben ser compartidas entre los actores principales, radio y comunidad de oyentes.

El rol social de la radio comunitaria debe estar sustentado en que los sentidos culturales dependen de cada contexto cultural, histórico y social lo que incide en que los oyentes construyen significados a partir de la “comunidad interpretativa a la que pertenecen”, posibilitando que, entre todos, puedan tener puntos de identificación como comunidad. Por tanto, a medida que la radio investigue, indague, realice su producción con un enfoque endógeno, desde la comunidad, sus miembros se sentirán identificados, el acto comunicativo será colectivo y de interacción social.

Cada acto comunicacional genera interpretaciones determinadas por el acervo cultural de cada uno de los interlocutores, también depende en gran medida de las maneras cómo es compartido el mensaje en el proceso comunicativo. En este sentido, la radio comunitaria, desde sus escenarios de participación educa a su audiencia y desarrolla aprendizajes significativos en

cuanto favorece la participación activa de los interlocutores. Educarse no es permanecer como un receptor pasivo que almacena la información; es involucrarse en un proceso dialogal de múltiples interacciones comunicativas.

El aprendizaje a través del medio radial, se plantea como una opción de entender e interpretar los acontecimientos que afectan a la comunidad, partiendo del hecho de que “los medios no producen modificaciones en las conductas visibles de los ciudadanos, si no afectan el modo de pensar la realidad”.

Partiendo de este referente, la intencionalidad comunicativa de la radio comunitaria se fundamenta en la “creación de un ámbito de reflexión, donde se puede conversar sobre necesidades y problemas, se pueden compartir las interpretaciones y se pueden buscar posibles estrategias de cambio. Por ende, se requiere de un conocimiento profundo por parte de las personas que manejan la radio, de cómo lograr una programación orientada hacia la democratización de la comunicación, el desarrollo humano y sostenible a partir de lineamientos metodológicos orientadores y referentes para alcanzar los logros antes mencionados.

4.2.3 Fundamentación

La propuesta es importante si se evalúan los principios que rigen los elementos metodológicos los trabajadores y administrativos de la radio Salinerito en cuanto a los principios que se deben tener en cuenta para lograr una producción en función del desarrollo humano y la sostenibilidad de las comunidades, principios que les permitan direccionar las opciones de la parrilla de programas, hacia productos interculturales con enfoque en la realidad sociocultural de las comunidades, el respeto al medio ambiente, su cuidado y preservación además de un vínculo entre comunicación y desarrollo al convertirse en un espacio de diálogo, de análisis y ampliar el derecho a la libertad de expresión pública y participación ciudadana, en función del cambio social.

"El propósito de las radios comunitarias, debe enfocarse en democratizar el sistema comunicativo que se erige como hegemónico en muchos países, para hablar realmente de una comunicación para el desarrollo. Es por ello, que se considera importante la investigación sobre lineamientos para fortalecer la proyección de la radio comunitaria hacia el desarrollo, la sostenibilidad y la integración con la comunidad.

La comunicación alternativa implica una comunicación participativa, con una nueva forma de comprender las comunidades territoriales, las comunidades de sentido y su relación con la comunicación masiva.

4.2.4 Objetivos

Objetivo General

Proponer referentes teóricos para el logro de una producción radial enfocada al cambio social, al desarrollo humano y la sostenibilidad.

Objetivos específicos

1. Establecer los resultados de la investigación de campo realizada.
2. Establecer la justificación y fundamentación de la propuesta
3. Enunciar los principios que posibilitan la producción radial direccionada a potenciar el desarrollo humano y la sostenibilidad.

4.2.5 Estudio De Factibilidad

Siendo una propuesta mayormente teórica, que se requiere de socialización y análisis con los trabajadores de la radio, se propone realizar una capacitación de 40 horas por un monto de 1200 USD con un capacitador externo que pueda facilitar la

Se considera viable la propuesta teniendo en cuenta que es aceptada por el personal administrativo de la radio, existe el talento humano que puede brindar la capacitación siendo desde el punto de vista técnico y ambiental, factible.

4.2.6 Descripción de la Propuesta

Las fortalezas y potencialidades de la radio comunitaria en los procesos de cambio social y desarrollo, son significativas. Se debe considerar que los medios de comunicación comunitarios, en tanto actores sociales, que informan, educan, involucran, integran, proponen, construyen y reconstruyen nuevas realidades sociales, determinan un rol fundamental en la sociedad, como actores que inciden en el cambio social. Estos medios constituyen un factor esencial para favorecer la participación ciudadana en el desarrollo social, humano y local, así como, profundas transformaciones a favor de una cultura integral y educativa.

Y no solo es comunicar, es sobre todo involucrar. No se puede considerar que la participación ciudadana, se mide a través de una línea telefónica donde los oyentes opinan: va más allá, significa la apropiación y producción de la comunidad de su medio, para el desarrollo social. Establecer puentes y espacios vinculantes es clave para el éxito de la comunicación para el desarrollo de las comunidades, desde los medios radiales. Los pobladores deben aprender a usar una grabadora, hacer investigación e integrarse al trabajo de la radio. Participar en un medio es más que sentirse incluido por los temas locales, es más que ser entrevistado de vez en cuando, es poder apostarle a ser parte de la producción y la emisión de los contenidos, que prioritariamente va a buscar la reflexión de la comunidad y su futura postura, que genera posibles acciones de cambio y desarrollo.

Producción radial desde los principios de la identidad, desarrollo humano y sostenibilidad.

Existen aspectos importantes a los que hacen referencia autores como Bustos (2014) que permiten sustentar criterios en torno al desarrollo sostenible por lo que la radio debe crear espacios de análisis, debate, discusión y diálogo en torno a concepciones determinantes: un cambio fundamental es el reconocimiento del valor de la cultura, dado que no es concebible un crecimiento económico que no tenga en cuenta los valores, las creencias, el perfil identitario y la cultura. Dicho reconocimiento presiona en contra de la visión reduccionista del desarrollo y a favor del reconocimiento de la diversidad de situaciones y de las herramientas necesarias. Dicha diversidad es el reflejo de la multiplicidad de situaciones, creencias y prácticas que caracterizan a los grupos humanos.

Desde estas perspectivas, la radio debe difundir y crear en los oyentes una concientización de que el desarrollo económico debe ser sostenible, concebido desde la cultura y que la cultura se convierte en un elemento catalizador del desarrollo.

Hamelink (2000) considera que las características del desarrollo humano se centran en la equidad, en el acceso a los recursos y posibilidades esenciales; la sostenibilidad de los recursos y de las instituciones. La adquisición y la difusión del saber para la responsabilización del ser humano y la participación. Cabe considerar que existe un nuevo concepto de riqueza más integral que es de naturaleza fundamentalmente cualitativa. Lejos de asociarlo con economía,

finanzas, moneda, crecimiento, se lo asocia con riqueza cultural, multiculturalidad, felicidad, libertad. Las implicaciones de este cambio de paradigma son enormes. En primer lugar, el desarrollo humano no puede ser concebido sin que sea sostenible, participativo, equitativo y en el que los conocimientos se difundan. Todas estas categorías forman parte esencial de lo humano. No son actividades que puedan darse separadas, de tal forma que cuando se habla de desarrollo debe presuponerse que es humano, y que, por tanto, cumple con estas características, además de la sostenibilidad.

La radio debe tener en su programación, espacios informativos sobre estos nuevos paradigmas, para contribuir a la educación de la población, a su instrucción y a la construcción de nuevas representaciones sociales en torno al desarrollo.

De igual forma, crear programas sobre democratización de la palabra donde pueda la audiencia opinar, intercambiar unos con otros en torno a estos temas.

La radio debe constituirse en un espacio dinámico, interactivo, educativo, preventivo, donde los sujetos sociales puedan reconocerse, a partir de que representa sus problemáticas, analiza las dificultades a las que se enfrentan las comunidades y aboga por el apoyo gubernamental y de todas las instituciones, a la comunidad. Por tanto, la radio debe crear programas informativos sobre organización social, política, derechos, tejido social comunitario, mecanismos de participación, entre los más relevantes.

De igual forma, crear programas que se conviertan en espacios para la formación cultural y hábitos de lectura de niños y jóvenes; de prevención de la violencia de género, así como temas sobre la equidad de género y su importancia.

Los productos radiales deben aportar en la promoción de la identidad y los valores, la construcción de ciudadanía y la concertación de lo público para contribuir al desarrollo y la calidad de vida de las comunidades. La emisora debe constituirse en un espacio de encuentro, organizada y auto sostenible, con una programación participativa y de calidad audible, reconocida por su responsabilidad, servicio social y oportunidad para todos.

El PNUD (2004) reconoce que “vivir una vida plena implica poder elegir la identidad propia, lo que uno es, sin perder el respeto por los demás o verse excluido de otras alternativas” (p. 23).

Por eso la radio debe incluir programas acerca de cómo son las personas de las comunidades, cómo son los sujetos sociales, su cotidianidad, sus factores de éxito, sus fortalezas y limitaciones. Tal como lo plantea Pérez (2015), “la revalorización de lo rural parte del supuesto de que no solo existe, sino de que es de suma importancia para la sociedad y la economía en su conjunto. La revalorización más importante sería, entonces, la cultural: la visión de lo rural como una nueva, aceptable y mejor alternativa de vida” (p. 25).

Debe existir un espacio radial en el que se traten los temas de importancia para la comunidad y se brinde información. Debe ser el espacio para los servicios sociales, las invitaciones, los mensajes de cumpleaños, las complacencias musicales, entre otros. Todo esto en un lenguaje cotidiano que hace que los oyentes sientan como suya la emisora. Se debe lograr un uso del lenguaje cercano, amable y cotidiano mediante la utilización de palabras propias de los oyentes además hacer visible la diversidad cultural del contexto; enfatizando la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales: “conscientes de que la diversidad cultural crea un mundo rico y variado que acrecienta la gama de posibilidades y nutre las capacidades y los valores humanos, y constituye, por lo tanto, uno de los principales motores del desarrollo sostenible de las comunidades, los pueblos y las naciones” (p. 24).

Es desde aquí, desde donde la emisora debe poner en evidencia el concepto de desarrollo sostenible, que ha sido interiorizado por el equipo y en donde a través de los espacios radiales, se hace explícito el reconocimiento por la diversidad cultural como un elemento fundamental para el desarrollo sostenible. Promover espacios donde los sujetos puedan contar sus historias, desde los relatos de los personajes que habitan en la comunidad.

Programas comunicativos e informativos sobre la necesidad de activar la memoria y promover la transformación social desde la sabiduría popular. “Reconociendo la importancia de los conocimientos tradicionales como fuente de riqueza inmaterial y material, en particular los sistemas de conocimiento de los pueblos autóctonos y su contribución positiva al desarrollo sostenible, así como la necesidad de garantizar su protección y promoción de manera adecuada” (Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, 2005, p. 13).

En la parrilla de programación de la emisora deben incluirse programas musicales correspondiente a todos los géneros, una franja diaria que corresponda a programas de otras instituciones como: la Comisaría de la Familia, la Secretaría de Salud, entre otros; programas como conversas, paisanos que cuentan; un programa sobre identidad comunitaria.

La emisora debe contar con un procedimiento claro en las solicitudes que se realiza para la incorporación de programas, los interesados deben diligenciar el formato “solicitud de programa” y en la junta de programación, se analiza y revisa, teniendo en cuenta que cumpla con los principios establecidos en el manual de estilo y el código de ética. La audiencia reconoce que prefiere los programas que hablen de la identidad del cantón y la parroquia, así como que existan espacios donde todos puedan participar.

La identidad a través de la música y el lenguaje, y la participación son los elementos que reconoce la audiencia como características propias de una radio comunitaria. Por tanto, debe tener la radio como uno de sus objetivos, recuperar y valorizar la identidad cultural dando a conocer aspectos cotidianos de la vida de los campesinos, de los habitantes en general, de sus ritos, costumbres, gustos gastronómicos y fiestas, entre otros. En donde la recuperación de la memoria a través de la radio juega un papel determinante, ya que da la posibilidad a los jóvenes habitantes actuales, de conocer y recrear la historia de su territorio. Es sin lugar a dudas, el lenguaje que se usa en el medio radial, el que permite que los habitantes del sector rural se sientan identificados con la emisora, ya que logra desde aquí, lo que Alfaro (2006), en la definición de comunicación para el desarrollo llama "una comunicación viva", en donde se ven reflejados los gustos, imaginarios de la gente, los sentimientos; es el espacio donde se recrean y construyen los imaginarios, en este sentido, los campesinos, al escuchar en la radio hablan como ellos, y hacen uso de sus términos cotidianos; sienten que se fortalece su identidad cultural y por supuesto, se reconoce su labor campesina (p.85). Siempre se debe usar un lenguaje cercano a la gente, que hable como los campesinos, que relate sus historias usando términos propios de la cultura del lugar. Que, además, haga uso de la conversa (diálogo entre iguales) para generar un ambiente de confianza, que reconozca el conocimiento de los campesinos, así la radio entra a hacer parte de sus hogares.

No solamente se reconoce por la audiencia el sentido de lo rural, en la programación y en el uso del lenguaje cotidiano como una apuesta desde la emisora, si no que apunta en este sentido, al concepto de nueva ruralidad, en donde se evidencia una transformación en las relaciones socioculturales entre los habitantes del sector urbano y rural, ya que se reconoce por parte de unos y otros, que el territorio se ha construido conjuntamente y que tienen en común la historia, la cultura, la memoria, las costumbres y los modos de vida. Es aquí desde donde se reconoce que hay un esfuerzo desde la radio, por lograr una revalorización del significado de ser campesino, proporcionándole una validez y un reconocimiento a una opción de vida diferente.

Se debe identificar la relación con el concepto de desarrollo sostenible, desde la posibilidad que ofrece la radio para la recuperación de la memoria, que garantiza que esos conocimientos y saberes populares de las comunidades rurales, contribuyan a garantizar que “la diversidad cultural es una gran riqueza para las personas y las sociedades. La protección, la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural son una condición esencial para un desarrollo sostenible en beneficio de las generaciones actuales y futuras” (Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, 2005, pág.4). De forma general, la radio debe convertirse en un medio que comunica a los oyentes los conocimientos que requieren, los involucra en las decisiones de su territorio y facilita la participación directa, es decir, esta radio se convierte en “un instrumento de expresión y educación popular; que puede ofrecer excelentes perspectivas para la superación personal y el auto-desarrollo colectivo de la población rural (Ilboudo, 2004, pág. 225).

La radio debe considerar la interculturalidad, productos desde estas perspectivas. Productos no solo desde la difusión y promoción de las tradiciones históricas, culturales, sino desde las formas de ser, hacer, desde la cultura viva que se convierte en un elemento catalizador del desarrollo.

El Consejo de Europa (2010), aboga por el diálogo intercultural desde el respeto, la integración a pesar de las diferencias, así como desde la participación democrática de todos, donde se puedan establecer críticas.

La emisora debe enfocarse a fortalecer el empoderamiento social, frente a la defensa de sus derechos, a la no discriminación, propiciando la equidad y el respeto mutuo, incluida la equidad de género.

Debe hacer énfasis la radio, en las funciones lingüísticas emotiva y apelativa. En este caso, la emotiva y apelativa se enfoca en sensibilizar a los oyentes ante diferentes situaciones, a su vez, generar una actitud crítica, transformadora, de cambio, que permite a la emisora posicionarse como un instrumento de defensa de los derechos en, y para la comunidad.

La radio debe lograr productos interculturales sustentados en el respeto a la diversidad de criterios, de culturas, costumbres y tradiciones. Debe representar la experiencia colectiva y hacer referencia a la historia, pero desde las historias de vida, desde el pluralismo.

La radio debe constituirse como un espacio y canal para la representación de la memoria social. Debe fomentar el respeto a la diversidad, a la creatividad inherente de cada comunidad; las prácticas artísticas y las expresiones culturales, los saberes ancestrales, los modos de vida: de ser, estar, saber y hacer. Estos preceptos deben ser el sustento de contenidos interculturales que pueden ser educativos, formativos, culturales, informativos, de entretenimiento, deportivos, de opinión o de publicidad.

La radio debe impulsar espacios de comunicación pluricultural, que integre diferentes nacionalidades y pueblos, empoderándoles como actores sociales claves para el desarrollo de sus vidas, de las familias, de las comunidades y localidades, en la medida que puedan ser escuchados, considerados como parte del cambio.

Lograr una comunicación ambiental con enfoque territorial y carácter interdisciplinario en las radios comunitarias, que haga frente al cambio climático implicará un llamado de alerta y movilización de información, recursos y gestores que doten a la población de mejores condiciones para una respuesta sostenida y con horizonte de largo plazo a los desafíos climáticos.

Para la radio comunitaria, debe existir un precepto importante y es que el medio surge como una necesidad de las comunidades, cuando estas asumen un rol protagónico, generadores y portadores de sus culturas, con voz propia, no solo como receptores. El medio constituye una alternativa para lograr mejores condiciones de vida, respeto y reconocimiento a nivel social. Por tanto, la radio debe motivar al intercambio, la interacción entre oyentes siendo respetuoso de ideas, saberes, conocimientos y opiniones de los sujetos sociales.

López Vigil (2015) sustenta que una radio es comunitaria en la medida que fortalece la participación de los ciudadanos; refleja los intereses, gustos, problemas y necesidades y permite que la diversidad de opiniones, criterios, sean acogidos, difundidos y respetados. Sin dudas se debe aportar por un cambio, por nuevas maneras de actuar, de proceder en la comunidad hacia la democratización de la comunicación, la colaboración en la solución de conflictos y problemáticas; la inclusión de mujeres y la no discriminación ni censura.

“Una radio se hace comunitaria cuando se entrega a la comunidad, cuando atiende sus gustos y necesidades” (Geerts y Van, 2001, p. 23). De ahí que no puede ser solo un trabajo de la radio, debe involucrar diversos actores sociales, líderes, porque se debe partir del principio de que exista comunidad, unidad y cooperación: no es territorio, es comunidad. Para lograr una transformación, es importante que exista el sentido de una comunidad entre los habitantes, y ese es un trabajo de varios actores locales y líderes.

Una radio comunitaria democratiza la comunicación y permite que todos puedan ganar protagonismo y expresar sus ideas, emociones, experiencias vividas. El reglamento aprobado por el Pleno del CORDICOM (2016) en Ecuador, establece que los medios comunitarios deben transmitir contenidos interculturales; una producción que verdaderamente represente a las comunidades de su entorno, pueda expresar la realidad de diversas culturas, en su propia lengua y sus propios símbolos, sin discriminaciones y apostando porque la diversidad es riqueza, la pluralidad permite obtener mejores logros, no la homologación. Todo ello sustentado sobre un proceso de investigación periodística, no de difundir noticias solamente.

El papel del periodista comunitario como un actor social, debe a partir de la investigación, como fundamento para generar contenidos que lleven a la reflexión y a la profundidad en la noticia. En ese sentido, la radio debe promover e incentivar el derecho a pensar y expresarse libremente (Hernández, 2012). Gracias al papel que hoy en día juegan los medios de comunicación comunitarios se puede pensar en que desde allí se contribuya de manera estratégica al desarrollo económico y social, pero visto desde un enfoque sostenible que requiere necesariamente de bases firmes. Requiere entonces de un enfoque basado en el empoderamiento de las comunidades, y de trabajar por el fortalecimiento de los derechos a la libertad de información y a la libertad de expresión.

Los periodistas desde los medios de comunicación comunitarios, deben hacer investigación, puesto que se debe coincidir con Gabriel García Márquez cuando aclaraba que “la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo periodismo tiene que ser investigativo por definición” (Márquez, 1995, p. 2).

Desde lo antes expuesto, se puede considerar pertinente afirmar que el objetivo de la radio comunitaria es educar y entretener a la comunidad, reforzando valores e identidad cultural; que permita fortalecer y preservar la cultura de una comunidad (Sánchez, 2012; Márquez, 2012).

Comunicar a través de la radio es construir, junto con las audiencias, nuevas cosmovisiones, nuevas formas de ver y concebir la realidad desde las experiencias concretas; potenciar capacidades, para el logro de nuevos objetivos a nivel social. Producir sentidos es abrir las radios a muchas voces. Es promover la acción colectiva, que no es otra cosa que movilizar ideas y prácticas a partir del diálogo, tratando de construir propuestas comunes, que logren no solo interesar sino generar acción, promoviendo gestores de cambio.

La labor de las radios comunitarias debería ser la de asumir y adaptarse a estas particularidades desde una propuesta comunicacional eficiente y amigable que integre la voz del especialista con la del ciudadano, con el objetivo de sumar esfuerzos que promuevan la prevención oportuna de problemas sociales en general y la capacidad de enfrentarlo a través del conocimiento, propuesta y estrategia concertada de todos los sectores a intervenir.

Es en base a ello, que se presenta el enfoque comunicacional de desarrollo territorial, desde la concepción del autor (Mesa y González, 2014), que implica movilizar planes concertados que promuevan un crecimiento endógeno local y faciliten la incorporación social de los más desfavorecidos a las diversas oportunidades de desarrollo y bienestar que tengan como pilar fundamental, la sostenibilidad y sustentabilidad. La comunicación no solo es un derecho sino también una oportunidad para el desarrollo, oportunidad que puede nacer desde el mismo espacio vital donde se desenvuelven las necesidades.

Movilización Social

Uno de los ejes centrales inherentes a la función social de las emisoras comunitarias es la movilización social, entendida como la respuesta colectiva de la comunidad frente a acontecimientos que afectan su vida como grupo social. En este marco de ideas, la movilización

social solo es posible cuando la comunidad se siente parte de un escenario que le da las herramientas para ser partícipe del desarrollo colectivo y le motiva a vincularse reconociendo el valor de su participación en él. Ello puede lograrse desde los mensajes motivacionales, educadores, movilizadores de las radios comunitarias.

Temáticas que generan mayor interés para la participación

Se deben realizar estudios de audiencia para conocer las temáticas que generan mayor interés teniendo en cuenta que las audiencias no siempre ven a la radio ligada únicamente al entretenimiento y a la información que ofrece en su programación, sino más bien como un actor para el desarrollo, que puede lograr un cambio en las personas. No solo como un medio para opinar sobre temas de interés general y para denunciar problemas que afectan el bienestar comunitario, sino como el espacio que les brinda la emisora para mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades.

Autogestión Comunitaria

La radio comunitaria, en el marco de sus escenarios de participación, debe promover el desarrollo de proyectos surgidos de las necesidades sentidas de la propia comunidad, que busquen soluciones a través de un esfuerzo común, orientado a mejorar el nivel de sus integrantes. Entregar el 100% del papel protagónico de todos los procesos de desarrollo a la comunidad para que esta se empodere en la solución de sus problemas, en esta medida se está promoviendo Autogestión comunitaria. Y para que esto sea posible, es necesario que la emisora motive a la comunidad a que participe en los escenarios desde los que se generan propuestas de desarrollo para el territorio del cual hacen parte.

La acción de promover liderazgos comunitarios, a partir del manejo propositivo y de denuncia de sus contenidos, desde las voces de las comunidades, ha reflejado el cumplimiento de la función social que le es inherente a la radio, como medio de comunicación comunitario y como lo afirma Rocío Cañón, Directora Ejecutiva de la Corporación para la Investigación de la Comunicación Social, CICS (2014) en Colombia, esa función social se da cuando la emisora empieza a “agenciar, movilizar a la comunidad en torno a esos temas que son de interés social, y que, a través de hacerlos parte de la agenda pública, puedan llegar a mover los intereses de los

políticos, de los funcionarios públicos y de todas las personas que tienen, de alguna manera, coacción en torno a los problemas de la comunidad”.

La radio es el puente a través de la comunidad hacia las administraciones de turno, para solucionar en parte, los problemas sociales. Generar este tipo de escenarios, de debate, crítica, diálogo, es también una posibilidad para que las comunidades organizadas vean en la radio comunitaria, un espacio donde se puedan fortalecer ellas mismas; donde puedan sentirse protagonistas e importantes en las acciones que ellas emprenden.

La participación hacia la acción social es el hecho de hacerse parte de la comunidad y defender sus intereses, lo que legitima su acción comunitaria y su aporte al desarrollo local. En este sentido, como lo afirma Román Gutiérrez (2014), Presidente de la Red de Emisoras Comunitarias en la Costa Caribe, Colombia, la radio comunitaria constituye “un proceso de comunicación social esencial de las comunidades cuyos propósitos son transformar la cultura política, promover la cultura de convivencia, buscar la educación para la comunidad, buscar mejores condiciones de vida” (p. 4).

Estrategias de Motivación para generar la organización y autogestión comunitaria

Las estrategias de motivación para generar la organización y autogestión comunitaria que puede utilizar la emisora, son impulsar proyectos de acción social, obras civiles, servicios públicos, brigadas, campañas; generar espacios de opinión; impulsar campañas que promuevan el civismo, sensibilización, motivación, educación, cultura e integración comunitaria y a través de espacios para colocar denuncias y/o quejas.

En el caso del cantón Guaranda y durante la investigación de campo, existieron testimonios de la audiencia de la radio Salinerito, donde, por ejemplo, dos oyentes afirman que la radio contribuye a la movilización social frente a casos especiales de personas con dificultades especiales. Cuentan un caso de una familia en condiciones económicas muy difíciles y con un hijo con discapacidad. El personal de la emisora visitó y miró las condiciones en las que vivía la familia y dio el comunicado a través de la radio. Esto provocó que las autoridades locales, decidieran apoyar a la familia. La comunidad reconoce que la emisora es un medio para conseguir que sus problemas sean escuchados y una voz para llamar la atención de las instancias que deben apersonarse de dichos problemas.

De igual forma, promueven la sensibilidad frente al dolor del otro, sensibiliza a las audiencias y les lleva a actuar a favor de los otros. Sin dudas, las emisoras comunitarias “son un instrumento que, bien utilizado, podría llegar a generar desarrollo real, integral, en la comunidad. Por ejemplo, la radio comunitaria se interesa en un problema social, y comienzan a hablar, comienzan a movilizar a la gente. La opinión que escuchan los oyentes en la radio les permite apropiarse de la situación, pero también les permite pensar en ideas, en soluciones” (Cañón, 2016).

En el escenario público, la radio debe enfocarse en lograr mejoras en la infraestructura pública (de energía, agua, alcantarillado, vías, pavimentación); mejoras en el comportamiento cívico de los habitantes (respeto a las leyes y normas, respeto a las demás personas); generar soluciones inmediatas a problemas públicos que se presenten en la comunidad; aumento de la posibilidad de opinar y debatir públicamente los asuntos que le interesan a la comunidad; aumento de la posibilidad de que los funcionarios públicos respondan por sus acciones y decisiones a la comunidad y en mejoras en las ventas de los comercios. De forma general, una emisora comunitaria ayuda a la creación de frentes de seguridad, contribuye a la educación y proporciona información de interés comunitario.

4.2.6.1 Actividades

Se deben considerar actividades importantes para la puesta en marcha de la propuesta donde es imprescindible contar con la contratación de capacitadores externos, la socialización de la propuesta, para que, a través del consenso, se pueda establecer el horario más adecuado para su puesta en marcha, sobre todo con la capacitación.

De igual manera, una actividad importante, es seleccionar la metodología de trabajo a través del análisis con todos los miembros de la radio. La capacitación es necesaria para que pueda entenderse la propuesta y no existan confusiones.

Adeuar la infraestructura, recoger los fondos para los gastos de capacitación, lograr un ambiente ameno que no tenga en cuenta las diferencias e integre al grupo, desde las nuevas técnicas de trabajo en grupos que existen (indoor y outdoor).

4.2.6.2 Recursos, análisis financiero

A pesar de constituir la propuesta, un aporte teórico desde la experiencia de la investigación, se puede estimar que realizar una capacitación de 40 horas con el personal de la radio en torno a difundir los lineamientos, reflexionar en cuanto a la necesidad de tener en cuenta estos aspectos para la producción de contenidos interculturales, puede considerarse un monto de 1200 USD para este proceso, con un capacitador externo realizada en las instalaciones de la radio.

Detalles

Desglose del presupuesto

<i>CONCEPTO</i>	<i>VALOR</i>
Contratación capacitadores externos	800,00 USD
Materiales didácticos	100,00 USD
CD con el material del curso	50,00 USD
Logística	100,00 USD
Refrigerios	100,00 USD
Certificados	50,00 USD
Total	1200.00 USD

Elaborado por: Lic. Maryuri García (2019).

4.2.6.3 Cronograma

Se ejecutará la Capacitación para la implementación de la propuesta en abril, mayo y junio del 2020.

Temática de capacitación	Lineamientos principales	Horas planificadas	Metodología	Productos de aprendizaje	Evaluación	Responsables	Técnicas
--------------------------	--------------------------	--------------------	-------------	--------------------------	------------	--------------	----------

Socialización	Introducción al Curso	5	Taller	Ensayo crítico	Exposición individual	Personal administrativo de la radio	Dinámicas de grupos
Producción radial desde los principios de la identidad, desarrollo humano y sostenibilidad	Concepción y análisis Principios Determinación de parámetros de integración de la comunicación para el desarrollo	5	Trabajo cooperativo hacia el constructivismo	Análisis crítico de cómo la radio contribuye al desarrollo humano	Exposición y Debate	Personal administrativo de la radio	Dinámicas de grupos
Espacios de debate, análisis, discusión y diálogo en torno al desarrollo sostenible	Determinación de estrategias de comunicación para el desarrollo	5	Trabajo cooperativo	Diseño de estrategias	Productos finales	Personal administrativo de la radio	Dinámicas de grupo
Lineamientos para el periodismo comunitario	Pautas metodológicas para el desarrollo del periodismo comunitario	5	Trabajo colaborativo	Propuesta de estrategias para el desarrollo del periodismo comunitario	Presentación oral de las propuestas metodológicas	Personal administrativo de la radio	Análisis y estudios de caso

Lineamientos y propuesta para la construcción de productos interculturales	Principios y aspectos determinantes en la producción intercultural	5	Ponencias y debates	Ensayo reflexivo sobre los fundamentos de los productos interculturales	Lectura y debate de los ensayos	Personal administrativo de la radio	Ejercicios vivenciales
Investigación periodística	Propuesta metodológica de la investigación periodística	5	Taller de construcción del conocimiento	Presentación de productos	Exposición y Debate	Personal administrativo de la radio	Análisis de caso y propuesta constructiva
La radio como espacio preventivo, educativo en la sociedad.	Reconceptualización de las radios comunitarias: democratización de la comunicación	5	Trabajo cooperativo	Ponencia sobre los principios de las radios comunitarias y su rol en la democratización de la comunicación	Exposición	Personal administrativo de la radio	Dinamización desde la lúdica para fortalecer equipos de trabajo
Empoderamiento social desde la comunicación para el desarrollo	Taller sobre los principios de la comunicación que contribuyen al empoderamiento social	5	TeamBuilding	Foro Debate sobre la contribución al empoderamiento social	Foro	Personal administrativo de la radio	Técnicas Indoor

Funciones lingüísticas: emotiva y apelativa desde la radio	Definición y alcance de las funciones emotiva y apelativa empleadas en un medio comunitario	5	Trabajo colaborativo	Exposiciones y presentaciones: 15 min por equipos de trabajo	Presentación oral	Personal administrativo de la radio	Técnicas Outdoor
Comunicación, participación y desarrollo: un análisis desde los medios de comunicación comunitarios		5	Trabajo en equipo		Presentación y disertación del tema	Personal administrativo de la radio	Técnicas de dinamización de grupos

Elaborado por: Lic. Maryuri García (2019).

4.2.6.4 Lineamiento para evaluar la propuesta

Encuesta de evaluación al personal de la radio: nivel de satisfacción con la capacitación recibida, nivel de aprendizaje adquirido y nivel de impacto del trabajo en grupos.

Recogida de Testimonios a los seis meses de implementada la propuesta: Tiene como objetivo conocer las vivencias de la población y su experiencia con la radio.

Encuesta de percepción y valoración: Se debe acceder a la población de manera aleatoria a fin de recabar información acerca de la audiencia, sintonía, empatía e interacción con la ciudadanía.

Audición de programas e interacción: Un especialista externo, escuchará los programas que lanza la emisora al aire a fin de tener una idea objetiva de aquello que transmite y aquello que desean transmitir, de tal modo, que sea posible verificar el grado de coherencia, cercanía a los objetivos, pertinencia de las herramientas comunicacionales en función del desarrollo.

4.3 DISCUSIÓN

Se trata de pensar la noción de interculturalidad como un proceso de interacción en la diferencia que pone a debate discursos, contenidos y estrategias de normalización y de rompimiento en las prácticas cotidianas de un grupo social autoidentificado respecto a otro u otros que considera fuera de la esfera de su autoadscripción. Sin la presencia de lo diferente, no existiría el problema de la interculturalidad. Con esto se puede afirmar que lo intercultural es un trabajo a favor de la comprensión de la diferencia. Esto es lógico si se considera que las personas se ponen de acuerdo ahí donde no hay acuerdos (Castellanos, 2014).

Sarah Corona (2013) piensa en la especificidad de la comunicación lejos de sus tecnologías y medios para ubicarla, como disciplina, en el trabajo de reconocimiento de la diversidad entre seres humanos en el espacio público de convivencia. Es en relación con el poder que la comunicación intercultural incorpora el conflicto y supera las esencias identitarias al momento en que las diferencias luchan por defender su espacio y tiempo en el mundo que habitan.

Un medio de comunicación comunitario es una invitación al diálogo. En él intervienen su audiencia (la del medio) y el equipo de trabajo. De este diálogo comunicativo surge la programación comunitaria. Por lo tanto, el medio comunitario es el vehículo que permite acercarse a los/as habitantes de las diversas localidades, a su trabajo, a su rutina y transitar diario.

Programar en la radio, es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige el medio de comunicación social acorde con los principios editoriales del medio, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales de la comunidad desde la que se emite.

Además de la relación comunicativa que un medio entabla con su audiencia, la programación también es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo a una actuación concreta (Moreno, 2010).

Por lo tanto, lo importante es planificar la programación integralmente y no a partir de piezas sueltas de un rompecabezas que se va llenando con gente que no genera procesos comunicativos con la comunidad. Entonces conviene tener pensada una propuesta de conjunto, para luego ir buscando qué diferentes personas y equipos de producción pueden hacerse cargo de llevar adelante en base a una audiencia determinada.

CONCLUSIONES

1. Los medios comunitarios constituyen un factor esencial para favorecer la participación ciudadana en el desarrollo social, humano, y local, así como, profundas transformaciones a favor de una cultura integral y educativa. Además, contribuyen a fortalecer la capacidad comunicativa de la comunidad para que ella misma pueda expresarse; ahí radica su gran importancia, lo que demuestra su responsabilidad social y la importancia de gestionar integralmente estos medios, sus productos, procesos y públicos.

De acuerdo con el comunicólogo boliviano Luis Ramiro Beltrán (2007), democratizar la comunicación, tanto en el concepto como en la práctica, implica construir alternativas coexistentes de procesos y formas de comunicación horizontal/democrática frente a los de comunicación vertical/antidemocrática, lo que de ninguna manera implica concebir la comunicación como una cuestión técnica/tecnológica o meramente instrumental que esté aislada de la estructura económica, política y cultural de la sociedad, es decir, del juego del poder. Es, más bien, y, ante todo, un proceso social fundamental, una necesidad humana básica, pilar imprescindible de toda organización social, y por supuesto, un asunto político y un derecho fundamental. (Camacho citado por Gumucio & Herrera, 2010, p. 249)

Democratizar la comunicación implica el empoderamiento ciudadano, que los sujetos se conviertan en productores de comunicación, darle voz a los grupos que suelen ser silenciados por los grandes medios.

Es promover procesos de interacción social democrática que se basan sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación. Estos tres (acceso, diálogo y participación) constituyen componentes de la comunicación horizontal que implican en sí mismos y en su interacción el reconocimiento y ejercicio efectivos del derecho humano a la comunicación en sus múltiples expresiones y manifestaciones. (Camacho citado por Gumucio & Herrera, 2010, p. 249-250)

Por tanto, se asume a la comunicación como un proceso transformador, para el desarrollo en función de sus múltiples dimensiones: humano, social, local, sostenible.

Se puede definir entonces a los medios comunitarios como:

Un medio eficaz de fortalecimiento de la diversidad cultural y lingüística, la inclusión social y la identidad local, promueven el diálogo intercultural, contribuyen a alcanzar el objetivo de mejorar la alfabetización mediática de los ciudadanos mediante su participación directa en la creación y la difusión de contenidos, contribuyen a reforzar el pluralismo de los medios de comunicación y fomentar la participación ciudadana en el discurso público. (Germano citado por Gumucio & Herrera, 2010, p. 50)

Por tales razones, estos medios deben garantizar el ejercicio del derecho a la comunicación y la libertad de expresión con responsabilidad social. De esta forma, se establece un diálogo necesario y pertinente con el campo de actuación profesional de la educación para la comunicación.

2. En cuanto al análisis de la percepción con respecto a los contenidos y acciones de la radio en función del fortalecimiento de la sostenibilidad y el desarrollo humano, se pudo evidenciar que es insuficiente el rol de la radio Salinerito, la necesidad de generar nuevos espacios de participación, diálogo, debate, en torno al desarrollo humano, la sostenibilidad y la identidad.

3. La propuesta de los lineamientos metodológicos y orientadores que permitan servir de referentes a la radio para promover la sostenibilidad y el desarrollo humano, se sustentan en la necesidad de que la radio sea un espacio de construcción, de análisis de problemas desde la integración y democratización de la comunicación; que genere productos interculturales, que se oriente a movilizar, motivar, educar, a la población desde diversas áreas y en función de contrarrestar las problemáticas sociales.

Comunicar es un mecanismo eficiente para transformar el entorno, proteger los recursos, incorporar nuevos derechos, aprovechar las oportunidades que se pudieran presentar y disfrutar de un ambiente adecuado que garantice todas las oportunidades posibles para los ecosistemas, en los que el hombre y su sociedad son tanto administradores como parte.

RECOMENDACIONES

Se debe incluir en el trabajo de la radio la investigación periodística y el personal administrativo debe validar los contenidos, procedimientos antes de que salga al aire la noticia.

Se debe capacitar al personal de la radio sistemáticamente, incluyendo también temas sobre producción intercultural y productos comunicacionales desde un medio comunitario.

La radio debe gestionar con las autoridades locales, ser promotor y difusor del cambio.

La propuesta debe ser implementada con el consenso de todos, su apertura a desarrollar y a aprender.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. (2017). Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias. Quito, Ecuador.

Alsina, R. (2015). Los estudios de comunicación intercultural. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/28068308_Los_estudios_de_comunicacion_intercultural

Andes. Agencia pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (2013). Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-tendra-54-radios-comunitarias-hasta-2015.html>.

AMARC. (2016). ¿Qué es una Radio comunitaria? Recuperado el 21 de enero de 2016, de <http://www.amarc.org/?q=es/node/131>.

AMARC (1998). Gestión de la radio comunitaria y ciudadana.

AMARC. (2009). Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria.

Artigas, W., & Romero, M. (2013). Radios comunitarias del municipio de Maracaibo. ¿Sostenibles? Universidad de Maracaibo, Venezuela.

Ayala, A., & Calvache, M. (2009). Percepción sobre los medios públicos en Ecuador. Ecuador: CIESPAL.

Aznar, H. (1997). El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo. Análisis: cuadernos de comunicación y cultura.

Barbero J. M. (1987). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Anthropos Editorial. Barcelona, España.

Barragán, V. (2015). Radios de las Nacionalidades en Ecuador. Un proceso de acción, de los derechos a la comunicación. Ecuador: CIESPAL.

Bernal (2016). Producción de contenidos en las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín, en el marco de la sostenibilidad, la construcción de ciudadanía y el desarrollo humano, en el período comprendido entre el 2007-2015. Universidad de Medellín, Colombia.

Bustos, M. (2010). Comunicación sostenible y desarrollo humano en la sociedad de la información. Agencia Española de Cooperación Internacional. Madrid, España.

Cáceres María, Ruíz José. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. Red de Revistas Científicas de América Latina y el

Caribe, España y Portugal. CIC Cuadernos de Información y Comunicación. Vol. 14. Madrid, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/935/93512977013/>.

Carta Magna del Ecuador. (2013). Constitución Política del Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/carta-magna-de-ecuador/>

CORDICOM. (2015). Reglamento Comunicación Intercultural. CORDICOM. Quito, Ecuador.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado el 12 de noviembre de 2017, de [http://www.produccion.gob.ec/wp-](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Normas_Constitucionales.pdf)

[content/uploads/downloads/2012/07/Normas_Constitucionales.pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Normas_Constitucionales.pdf)

Chaparro, M. (Marzo de 2014). La Asociación de Radios Comunitarias (AMARC): otro modelo radiofónico posible. Recuperado el Marzo de 2014, de www.telos.fundaciontelefonica.com:

"<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/institucionesgrabar.asp?idarticulo=1&rev=65.htm>"
<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/institucionesgrabar.asp?idarticulo=1&rev=65.htm>

Chaparro, M. (2009). Comunicación y empoderamiento ciudadano en Andalucía: radios públicas locales, participativas y ciudadanas (Portada).

Chaparro, M. (2015). Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo. Bogotá: Desde abajo.

Chaparro, M. (2015). Del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán a las Epistemologías de la liberación y la alteridad. Revista Internacional de Comunicación Y Desarrollo, (3), 143–153.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10304/ricd.1.3.3062>.

Chávez, I. (2012). Comunicación para el cambio social. Editorial Catarata. Madrid, España.

Chiriboga, E. (2016). Análisis de contenidos en radios comunitarias para la construcción de discursos: Caso Radio Latacunga AM. Facultad de Comunicación y Artes Audiovisuales. Universidad de las Américas. Quito, Ecuador.

Colectivo de autores (2004). Temas Sonoros. Una herramienta de educación para poblaciones vulnerables. Colombia: QuebecorWorld.

Dávila, G. (2015). La comunicación personal. Archivos PDF.

De Sousa Santos, B. (2010). Descolonizar el saber, reinventar el poder. Montevideo, Uruguay. Ediciones Trilce.

Escobar, A. (2012). Más allá del desarrollo: postdesarrollo y transiciones hacia el pluriverso. Revista de Antropología Social, 21. Recuperado a partir de

<http://www.redalyc.org/html/838/83824463002/>

- FausBelan, P. (1995).** La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y televisión, Eiunsa, Barcelona.
- Galarza, T. (2003).** Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa. Universidad Autónoma de Barcelona, Recuperado a partir de <https://ddd.uab.cat/record/37845>
- Galicia, M. (2014).** Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia. Perú: PUCP.
- Garcés, R. (2007).** La crisis de los discursos radiofónicos. Recuperado a partir de <http://www.revistalatinacs.org/200719RaulGarces.htm>
- Garzón, B. (2016).** Radios de las Nacionalidades en Ecuador. Un proceso de acción, de los derechos a la comunicación. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N. ° 130, mayo.
- Geertz, A. (2001).** La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. (ALER).
- Gumucio, D., Herrera, K. (2010).** Políticas y legislación para la radio local en América Latina. Plural Editores. La Paz, Bolivia.
- Hernández, D. (2009).** El papel de los medios alternativos en la democratización de la comunicación y la sociedad. Buenos Aires: CLACSO.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2008).** Metodología de la investigación (Cuarta ed.). D.F, México: McGraw-Hill.
- Jaramillo, V. (2017).** Comunicación alternativa y medios comunitarios (prensa) en la localidad de Kennedy. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Facultad de Ciencias y Educación. Bogotá, Colombia.
- Kaplún, M. (1996).** El comunicador popular. Lumen Humanitas. Buenos Aires, Argentina.
- Kaplún, M. (2000).** Producción de Programas de Radio. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, Cuba.
- León, O. (Coord). (2013).** Democratizar la palabra. Movimientos convergentes en comunicación. ALAI. Quito, Ecuador.
- Lewis, B. (1992)** El medio invisible, Radio pública, privada y comercial. Editorial Paidós, Barcelona. España.
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013).** Obtenido de www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/.../2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf

- Loreti, D. & Lozano, L. (2014).** El derecho a comunicar: los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas. Editorial Siglo XXI. Buenos Aires, Argentina.
- López, C. (2016).** Producción de contenidos en las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín, en el marco de la sostenibilidad, la construcción de ciudadanía y el desarrollo humano, en el período comprendido entre el 2007-2015. Universidad de Medellín, Colombia.
- López, J. (2004).** Ciudadana radio: El poder del periodismo de intermediación. Caracas, Venezuela: A Tachiradialista apasionada.
- López, J. (2004). Ciudadana Radio: El poder del periodismo de intermediación. UCAB. Centro de Derechos Humanos. Recuperado a partir de <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/32431>
- López, V. (1997). Manual urgente para Radialistas Apasionados. Editorial Paidós.
- Loreti, D. & Lozano, L. (2014).** El derecho a comunicar: los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas. Buenos Aires, Argentina. Editorial Siglo XXI.
- Martínez, O. (2018).** Percepciones y participación en emisoras de radio comunitaria en Nariño-Colombia. Revista Científica de Educomunicación: Ciencia y saber compartidos. Acceso abierto, tecnologías y educación Volumen 26. Bogotá, Colombia.
- Mesa, M. (2015).** Medios de Comunicación Comunitarios y su relación con el periodismo, una mirada desde las emisoras comunitarias en Colombia. GT8: Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía. ALAIC. Lima, Perú.
- Mesa, M. (2014).** Participación ciudadana y nuevas territorialidades en la Emisora Comunitaria Musicalia 106.0 F.M. de Planadas (Tolima): Estudio de caso. Tesis de Maestría. Ibagué, Colombia: Universidad del Tolima.
- Mejía, A. (2018).** Percepción de los contenidos interculturales emitidos por radio Jatari en la nacionalidad kichwa del cantón Arajuno-provincia de Pastaza. Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador.
- Noval, A. (2018).** La radio comunitaria en función del desarrollo. Revista Estudios del Desarrollo Social volumen 6, número 2, mayo a agosto. La Habana, Cuba.
- Ortega, M. (2016).** La comunicación comunitaria como expresión crítica y contraconducta en el proceso neoliberal. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades - CONICET Universidad Nacional de Salta - Sede Tartagal, Argentina.

- Paiz, G. (2016).** La Radio Comunitaria ¿Cómo resignificarla hoy? Revista Ciencia e Interculturalidad, Volumen 18, Año 9, No. 1, enero-junio, 2016.
- Pulleiro, A. (2012).** La radio alternativa en América Latina: experiencia y debates desde los orígenes hasta el siglo XXI. Editorial El Rio Suena. Buenos Aires, Argentina.
- Ramírez, L. (2016).** Aportes de una radio comunitaria al desarrollo rural. Pontificia Universidad Javeriana. Lima, Perú.
- Roncagliolo, C. (1992).** “Las redes de cooperación y la radio comunitaria. EMA-RTV, Sevilla.
- Rodríguez, R. (2013).** Comunidad y Comunicación: Prácticas comunicativas y medios comunitarios en Europa y América Latina. Comunicación y Medios.
- Rogel, D. (2012).** Breve historia de la prensa en Ecuador. El aporte de Loja. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.
- Sal, J. (2013).** Delimitación y alcance de la voz comunidad en el marco de los estudios del discurso. Artículo. Repositorio Universidad Nacional.
- Santoro, E. (1980).** Percepción Social. En E. Sánchez, E. Santoro y J. F. Villegas, Psicología social. Editorial Trillas. Ciudad de México, México.
- Santillán, V. (2015).** Comunicación y medio ambiente: las radios comunitarias como garantes del desarrollo sostenible en el Perú, en la Agenda Climática Nacional post COP-20. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Sampieri, Collado, & Baptista. (2010).** Metodología de la Investigación. Editorial McGraw Hill. México, D.F.
- Segura, M. (2014).** Democratización de la comunicación y nuevas leyes de radiodifusión en América Latina. Algunos ejes de comparación con estándares Internacionales y propuestas de la sociedad civil. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.
- Sierra, F. (Coord). (2012).** Teoría crítica y comunicación. Lecturas y fundamentos para el análisis. Editorial Visionnet. Madrid, España.
- Tamarit, A. (2014).** Radios y Comunidades en la Región 5 del Ecuador. Razón y Palabra, 18(88). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/html/1995/199532731066/>.
- Vargas, L. (2014).** Sobre el concepto de percepción. Revista Alteridades, volumen 4, número 8, enero.
- Villavicencio, G. (2009).** Pluriculturalidad e interculturalidad en Ecuador. Quito, Ecuador: Revista Jurídica.

Wynne, B. (1995). "Public Understanding of Science. London: Sage Publications.

Zuluaga, E. (2016).Medios de comunicación para el cambio social y comunicación para el fortalecimiento del tejido social. Revista Comunicación número 34, enero – junio.

ANEXOS

Anexo 1.

Realización de grupo focal



Urkund Analysis Result

Analysed Document: LIC. MARYURI GARCÍA TESIS FINAL NOVIEMBRE 2019.docx
(D58448443)
Submitted: 11/7/2019 5:25:00 PM
Submitted By: yymontero@espe.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

TesisAngypuyo.pdf (D46500834)
<https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2998/PRODUCCICI%C3%93N%20DE%20CONTENIDOS%20EN%20LAS%20EMISORAS%20COMUNITARIAS%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20MEDELL%C3%8DN%2C%20EN%20EL%20MARCO%20DE%20LA%20SOSTENIBILIDAD%2C%20LA%20CONSTRUCCI%C3%93N%20DE%20CIUDADAN%C3%8DA%20Y%20EL%20DESARROLLO%20HUMANO%2C%20EN%20EL%20PER%C3%8DODO%20COMPRENDID.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
<https://www1.diba.cat/uliep/pdf/52259.pdf>

Instances where selected sources appear:

52