

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA EN EL
CANTÓN ATAHUALPA (PROVINCIA DE EL ORO)**

AUTORAS:

MARIA ISABEL BETANCOURTH UNUZUNGO

VERÓNICA GABRIELA TOAPANTA AGUIZA

DIRECTOR

Master: MIGUEL ANGEL SOTO

QUITO, FEBRERO 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, María Isabel Betancourth Unuzungo, con C.I 0704742493 y Verónica Gabriela Toapanta Aguiza, con C.I 1721896957, egresadas de la Facultad de Ciencias humanas y de la Educación, carrera de Comunicación Social, declaramos que hemos desarrollado la tesis con el tema: Propuesta para la creación de una radio comunitaria en el Cantón Atahualpa (Provincia de El Oro), con el fin de obtener el título de Lic. En comunicación social, Mención Desarrollo; por lo que los conceptos expuestos, análisis realizados, además de las conclusiones expuestas a lo largo del trabajo, son de exclusiva responsabilidad de las autoras

Quito, febrero 2012

Cordialmente

Ma. Isabel Betancourth Unuzungo
C.I 0704742493

Verónica Gabriela Toapanta Aguiza
C.I 1721896957

DEDICATORIA

Ma. Isabel Betancourt

Este trabajo de investigación, lo dedico de lo más profundo de mi corazón y con eterno amor, a dos personas divinas, a las que Dios entregó y regaló; mis ejemplares y amados PADRES, Sergio Walter Betancourth y Albita Esperanza Unuzungo, que sin duda son los que me han acompañado entre desvelos y tropiezos, y me han enseñado con su esfuerzo a guiar y a luchar en el sendero de la vida y de los estudios; para así alcanzar y hacer de mi una persona de bien, útil a la sociedad a la que entrego mi mayor esfuerzo, como homenaje al amor y sacrificio que me han sabido brindar.

Verónica Toapanta

Dedico el presente trabajo de tesis a una de las personas que ha sido un pilar fundamental en mi vida, y es mi MADRE quien me ha brindado su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria, es ella quien día a día supo apoyarme y luchar para que este sueño pueda hacerse realidad, quien a pesar de las adversidades me aconsejó y animó a continuar con mis estudios, es por ella que todo el esfuerzo y trabajo realizado a lo largo de estos años se verá reflejado ahora que voy a graduarme, para mi es ella un ejemplo de lucha continua, de entrega y de amor a sus hijos.

Gracias te doy porque nunca permitiste que abandonara mis estudios universitarios, ¡Te Quiero Mucho! Y gracias por luchar conmigo en este sueño, que para mi parecía imposible lograrlo y ahora ya es una realidad.

AGRADECIMIENTO

El fruto de la culminación de nuestros estudios y de este trabajo de tesis, ha sido posible, gracias al apoyo de personas que en forma decidida y con su gran espíritu de solidaridad supieron compartir momentos difíciles y gratos en el caminar de nuestros estudios y sobre todo en la elaboración del trabajo de investigación, brindándonos su mano amiga, para que este sueño se haya plasmado en realidad.

Expresamos nuestro agradecimiento a las Autoridades y a toda la comunidad del cantón Atahualpa, por permitirnos desarrollar la investigación, en este legendario pueblo.

Gracias damos a papá Dios, por demostrarnos su existencia y con ello darnos fortaleza para salir adelante a pesar de cada tropiezo.

A nuestros padres, Walter Betancourth, Albita Unuzungo y Mariana Aguiza, por ayudarnos a manejar el timón de la vida, por acompañarnos en nuestras tristezas, alegrías, derrotas y triunfos, por realizar los mayores esfuerzos, por el apoyo regalado, el amor, determinación, entrega y humildad que nos han enseñado tanto;

A nuestros abuelitos por ser el más perfecto ejemplo del amor eterno y a nuestras hermanas María del Cisne Betancourth y Jenny Toapanta, quienes con sus tiernas palabras siempre alimentan nuestra alma.

A los demás familiares, en especial a nuestros tíos y primos: Isabel Antonieta Betancourt, Juan, Miguel, Sergio y Paola Morán, Yudisa, Betty, Hermandina, Víctor y Jaime Unuzungo, por la paciencia y por haber dado luces en los momentos requeridos a lo largo de los estudios.

A nuestros amigos, sobre todo a los que se han quedado y han marcado huellas en el sendero de nuestros estudios y de la vida; gracias a mi amiga eterna e incondicional, Anita Cervantes, por haber sido mis ojos en los momentos que necesitaba, en la escuela y el colegio; además a María Vázquez, María Mayanquer y Alex Gaona; gracias por haberme brindado sus corazones transparentes.

Un especial agradecimiento a Patricia Jara, Nancy y Lenín, en la universidad, y gracias a todos los sinceros amigos que a cambio de nada pusieron un granito de arena para poder tener en nuestras manos el sueño de la investigación y en si de nuestros estudios realizados.

A nuestros profesores, que nos enseñaron más que números, letras y ciencia; María Elena Torres, Elena Guarnizo, Denis Correa y Deisi Yanje, que formaron parte del caminar de la escuela y colegio y en la universidad, de manera especial a nuestro querido director de tesis, el maestro Miguel Ángel Soto, quien aportó con sus conocimientos para el desarrollo de la anhelada tesis y a María del Carmen Ramírez, por su carisma y excelente maestra de la universidad Politécnica Salesiana.

En fin, gracias sinceras, de corazón a todos quienes formaron parte de nuestra formación académica y que, sin duda, comparten hoy el triunfo alcanzado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	4
UN ACERCAMIENTO A LA COMUNICACIÓN.....	4
1.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN.....	11
1.3 UNA MIRADA A LAS ESCUELAS DE LA COMUNICACIÓN	13
1.3.1 LA ESCUELA DE FRANKFURT:	13
1.3.2 ESCUELA DE BIRMINGHAM.....	15
1.3.3 ESCUELA LATINOAMERICANA.....	16
1.3.4 ESCUELA NORTEAMERICANA	17
1.4 EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN	18
1.5 ALCANCES DE LOS DIFERENTES MEDIOS COMUNICATIVOS	22
1.5.1 Los periódicos	22
1.5.2 Revistas	23
1.5.3 La radio	24
1.5.4 La televisión	26
1.5.5 El cine.....	27
CAPITULO 2	29
LA RADIO, LA VOZ DE LOS QUE NO TIENEN VOZ	29
2.1 La radio y su importancia.....	29
2.2 El lenguaje radiofónico	30
2.3 El proceso técnico de la radio	33
2.4 La radio en Latinoamérica.....	34
2.5 La radio en el Ecuador	36
2.6 La importancia de una buena producción radial	37

2.7 La radio comunitaria	38
2.8 Experiencias de radios comunitarias en el Ecuador	40
CAPÍTULO 3	43
EVOLUCIÓN E IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN – DESARROLLO EN LATINOAMÉRICA	43
3.1 ¿Qué tienen que ver los comunicadores con el tema de desarrollo?	43
3.2 Breve definición de Comunicación – Desarrollo	47
3.3 Aportes de la comunicación – Desarrollo en Latinoamérica.....	50
3.4 Importancia de la participación de la comunidad en los procesos de desarrollo.....	55
3.5 Apropiación de los espacios políticos y culturales.....	58
CAPÍTULO 4	62
EL SUEÑO DE UNA RADIO COMUNITARIA EN EL CANTÓN ATAHUALPA.....	62
4.1 Historia del Cantón Atahualpa	62
4.2 Diagnóstico socio-demográfico cultural	70
4.3 Importancia de la radio comunitaria en el Cantón Atahualpa.	89
4.4 ¿Es factible la creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa?.....	89
4.5 Experiencias de la radio comunitaria en el cantón Atahualpa.....	89
4.6 Dificultades de gestión	93
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	101
BIBLIOGRAFÍA.....	102
ANEXOS.....	107
FOTOGRAFÍAS EN CONVERSATORIOS, ENTREVISTAS Y TALLER DE SOCIALIZACION	120

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis, comprende una minuciosa investigación, orientada a establecer las bases que cimenten la propuesta de creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa, en la provincia de El Oro. Para ello, se tomó a la teoría comunicacional, como el fundamento básico para alimentar el proceso de investigación y así poder vincularla con la práctica dentro de la comunidad.

De esta manera, se evidencia la necesidad y el interés por parte de la comunidad atahualpense, para que se lleve adelante la propuesta de creación de una radio comunitaria, considerando que es un medio importante, que a pesar del surgimiento de las TICs, nunca ha dejado de ser un canal comunicativo que ha brindado un espacio más cercano entre dicho medio y el sujeto, ya que incluso es uno de los medios que desde siempre ha tenido mayor accesibilidad y alcance para toda la población, provocando así una verdadera comunicación y participación.

Asimismo, en dicha investigación y propuesta se toma en cuenta a la Comunicación-Desarrollo ya que es la que nos permite integrar y viabilizar proyectos de desarrollo, ligados a perspectivas de progreso y a una verdadera transformación social.

Surge de esta manera un primer trabajo que tiene que ver con uno de los objetivos de la propuesta y se relaciona con el diagnóstico comunicativo y socio demográfico cultural de la gente del cantón, puesto que es importante el acercamiento al lugar y a la comunidad donde se ejecutará el proyecto, incluyendo además, las líneas técnicas, financieras y las conclusiones que implica el proceso de la propuesta, para que se comprenda la perspectiva de la investigación.

Con estos antecedentes se construye la propuesta, que comprende un primer capítulo denominado: **Un acercamiento a la comunicación**, el cual nos aproximará a una mejor comprensión del tema de la comunicación, puesto que la comunicación ha sido y será el eje transversal de procesos históricos que irán evolucionando de acuerdo a las nuevas perspectivas de desarrollo; luego se hace un enfoque sobre la importancia de la comunicación como un aspecto esencial y vital para todo ser humano y la estructura social

en general. Posteriormente se enmarca el análisis de cuatro importantes escuelas de la comunicación, para proseguir con los efectos que ha tenido la comunicación, señalando, además, los alcances que han brindado los diferentes medios de comunicación.

En el segundo capítulo, **La radio: La voz de los que no tienen voz**, se analiza la importancia de la radio como medio de comunicación, la misma que desde siempre ha tenido alcances, hasta en los más recónditos sectores de nuestro planeta; asimismo se hace un recuento sobre el lenguaje radiofónico, el proceso técnico de la radio, la importancia de una buena producción radial, para comprender su funcionamiento. Además, se hace un recuento de cómo surge la radio en Latinoamérica y en el Ecuador, para poder analizarlo y tomarlo como experiencia de la radio en general y por último se identifica la perspectiva y el rol de la radio comunitaria en el Ecuador, temas que son, dentro de la investigación, bases en las cuales se sustenta nuestra propuesta.

En el tercer capítulo: **Evolución e impacto de la Comunicación – Desarrollo en Latinoamérica**, se da una mirada a la labor de los comunicadores en el tema del desarrollo, se analiza una breve definición de Comunicación – Desarrollo para comprender su incidencia consciente o inconscientemente en los macro y micro proyectos sociales, a más de los procedimientos que se efectúan para plasmarlos en realidades. Por otra parte se manifiestan los aportes de la Comunicación – Desarrollo en Latinoamérica, para así reflejar experiencias que han sido trabajadas desde dicha perspectiva, provocando de esta manera en ciertos lugares verdaderos sentidos de transformación social, apoyados y argumentados con el aporte de los dos últimos puntos denominados: Importancia de la participación de la comunidad en los procesos de desarrollo y la Apropiación de los espacios políticos y culturales.

En el cuarto capítulo: **El sueño de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa**, se exponen los detalles y el proceso de cómo inició la práctica del tema de la investigación; por tanto se indica los primeros acercamientos a la comunidad, los aspectos cuantitativos, cualitativos que darán pautas de todo el proceso que antecedió al diseño y socialización de la propuesta y consecutivamente se expone la elaboración del proyecto final, el mismo que fue trabajado conjuntamente con la comunidad, donde la participación se constituyó

en el eje transversal para la creación e instauración de la propuesta de creación de un medio de comunicación comunitario en el cantón.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones son parte fundamental porque muestran los aspectos que se deben tomar en cuenta dentro de la investigación, a más de que son las que pueden retroalimentar a otras experiencias del mismo tipo.

CAPÍTULO 1

UN ACERCAMIENTO A LA COMUNICACIÓN

1.1 ¿QUE ENTENDEMOS POR COMUNICACIÓN?

La comunicación es el resultado de varios procesos que el hombre ha tenido desde tiempos pre-históricos. Es decir, ha ido evolucionando y conjugando con formas de expresión, como las señales de humo, los sonidos, los signos, símbolos, los gestos verbales y no verbales, el desarrollo del lenguaje, hasta las nuevas tecnologías.

Así entonces tenemos, a nuestros antepasados, quienes se comunicaban por medio de simples gestos, pero seguidamente están los egipcios quienes usaban los jeroglíficos y quienes empezaron con la escritura. En cambio los romanos utilizaban a personas para que transmitan las noticias de un lugar a otro, mientras que los indios americanos se valían de las fogatas para tener sus señales de comunicación.

Prosiguiendo, tenemos al telégrafo, que es un aparato que permitía tener comunicación a distancia, pero tal fue el avance del telégrafo, que luego se dio paso al teléfono el cual hasta estos tiempos sigue siendo una de las mejores herramientas, que transmite señales acústicas a través de señales eléctricas a distancia.

Con respecto a la radio, debemos decir, que este medio surgió como el primer medio masivo de comunicación, que dio la posibilidad de tener una comunicación más ágil y cercana, reduciendo así las distancias, ya que permitió llegar a los espacios más recónditos del planeta. Continuando, nos trae la televisión, que surgió primero a blanco y negro; evolucionando después a color, la misma que a más de tener sonido nos brinda imágenes sobre los hechos sucedidos. Este tipo de medio también se lo considera como un medio masivo, ya que ha podido atrapar a un número mayoritario de gente, a la misma que se la denomina una masa integrada por miembros heterogéneos, que poseen modos de vida diferentes.

En relación a los ordenadores, cuando éstos surgieron, su tamaño era extremadamente grande, por lo que ocupaban todo el espacio de habitaciones inmensas, pero con el tiempo esto se ha ido superando y actualmente tenemos los mini ordenadores que ocupan espacios reducidos.

Se hace referencia a ellos, porque sin duda son los que también han aportado a la comunicación, permitiendo acceder a las personas, mediante el Internet, a todo tipo de información.

Por otro lado, no podemos dejar de mencionar al teléfono móvil, que si bien, tiene intereses de lucrar por parte de las empresas que brindan este servicio y de hacernos más dependientes, también es cierto que, se ha convertido en un medio de comunicación inmediato, brindando un servicio eficaz, por ejemplo en casos de emergencia.

Una vez que hemos hecho referencia a importantes aspectos que han aportado al surgimiento de la comunicación, es necesario tomar en cuenta también los elementos básicos del acto comunicativo, para luego centrarnos en cinco modelos de comunicación, entre los que están: El modelo de Lasswell, de Shannon, de Schramm, de Jakobson y de Maletzke, reconocidos como los más significativos según lo menciona Rodrigo Alsina, en su libro: Los modelos de comunicación.

Los elementos del acto comunicativo, son los pilares fundamentales para que exista la comunicación, puesto que nuestra sociedad funciona gracias a la comunicación.

El *emisor*, es el elemento que tiene la función de transmitir un mensaje a un receptor, por lo cual selecciona los signos que le acuerdan, quiere decir que efectúa un proceso de codificación.

El *receptor*, puede ser una persona o algún aparato que recibe mensajes o códigos, que son emitidos por el emisor, pero interpretados (o decodificados) por este receptor.

El *canal*, es el elemento, que lleva la información al receptor, y para esa transmisión se debe emplear el canal más apropiado, usando un código común con el receptor, que facilite la comunicación.

El *mensaje*, es cualquier tipo de información que llega al receptor, el mismo que es decodificado e interpretado de acuerdo a sus experiencias, después de haberlo recibido. “Cuando se recibe el mensaje se pone en marcha lo que denominamos intención, que se refiere a la pregunta que se hace el receptor sobre el significado real del mensaje, a partir de la utilización de todos los elementos y componentes que hemos visto que intervienen en este proceso de comunicación”¹.

En referencia a los modelos de comunicación, se preguntaría ¿y por qué los modelos de comunicación?, porque por medio de ellos podemos entender la comunicación desde una perspectiva teórica. Por ello consideramos, tomar en cuenta a los cinco modelos que habíamos mencionado, ya que como bien señala Alsina: “Un modelo no se construye a partir de la nada, sino que es producto de una forma de entender la comunicación, de una filosofía de la comunicación”. ²

Iniciamos con el modelo de Laswell, quien se dedicó a analizar las técnicas de la propaganda de la guerra mundial, así como también el liderazgo político. Los antecedentes de dicho autor se encuentran a mitad del siglo XX, donde surge el análisis del modelo de sociedad que se estaba creando a partir de la industrialización, en la cual se toma en cuenta el estudio de la psicología conductista y la comunicación de masas.

Sobre la psicología conductista, se refiere netamente al estímulo respuesta, en el cual se observa el comportamiento del ser humano.

Referente a la comunicación de masas, se la entiende como una realidad social donde se forma un ser humano con características, que influyen en las formas de actuar, de pensar de las personas, logrando modificar la manera de ver, de conocer, y de comprender la realidad que les rodea.

¹<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion.htm>”

²ALSINA, Miguel Rodrigo, *Los modelos de la comunicación*, Editorial TECNOS S.A, Barcelona, Mayo, 1995, pág. 20

Estas nuevas formas que se adquieren, sin duda son causadas por los medios, ya que los medios en general, se han convertido en los transmisores para legitimar y crear nuevos comportamientos de conducta que ya están vigentes actualmente.

Según el modelo de Laswell, “para describir un acto de comunicación hay que contestar a las siguientes preguntas:

¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto? A cada una de estas preguntas Lasswell le atribuye un tipo de análisis determinado:

- quién: análisis del control,
- dice qué: análisis del contenido,
- en qué canal: análisis de los medios,
- a quién: análisis de la audiencia,
- con qué efectos: análisis de los efectos”³

- Cuando se refiere a quién, estamos hablando de un sujeto que provoca, controla y analiza los estímulos que van a ser recibidos por el receptor, los mismos que buscan de alguna manera causar algún efecto, para cambiar el comportamiento de las personas.
- El qué, hace mención a los contenidos que se transmiten y a los tipos de estímulos que usen para que se puedan generar esas conductas comunicativas, que son efecto de esos mismos estímulos.
- El factor en qué canal, tiene que ver con el medio de comunicación o con la herramienta que se presta para transmitir el acto comunicativo, pero que de por medio ya posibilita añadir estímulos que muchas de las veces son a favor del propio canal que comunica.
- A quién, representa al individuo que recibe esos estímulos, que son acogidos, muchas de las veces, sin saber que intenciones traen.

³ALSINA, Miguel Rodrigo, *Los modelos de la comunicación*, Editorial TECNOS S.A, Barcelona, Mayo, 1995, pág. 27

- Con qué efecto, hace referencia como su palabra lo dice, al efecto que causan esos estímulos que se aplican en el momento de transmitir determinado mensaje.

Ante estas preguntas, Moragas señala: “las consecuencias disgregadoras del mismo, al no establecer las interrelaciones entre las distintas preguntas que lo integran. Se produce así un estudio compartimentado del proceso comunicativo. Así se estudiaban las cuestiones de la producción al margen de la recepción, y viceversa”⁴.

Continuando, tenemos al modelo de Shannon, (ola teoría matemática), que se describe con los siguientes factores:

- La fuente del mensaje: Es el que determina el tipo de mensaje que transmitirá.
- La selección del mensaje: Es lo que se transmite.
- El canal: Es el medio físico que ayuda a transmitir dichos mensajes, pero esos mensajes se codifican para que puedan ser trasladados por ese canal
- El ruido: Se puede dar mientras se está transfiriendo el mensaje
- El receptor: Es el que decodifica esos mensajes, para que pueda entenderlos y recibirlos
- El código: está implícito dentro del modelo y es un conjunto de elementos mediante el cual se forma un sistema, que en combinación de acuerdo con reglas prefijadas forma el lenguaje.

Lo que le interesaba estudiar al modelo, es sobre la efectividad del mensaje, siendo su finalidad pasar la mayor cantidad de información por el canal, en la menor cantidad de tiempo; y por eso podemos decir que dicho modelo no tiene fines sociales, ya que aquí no se ve personas ni grupos, ni interacciones, ni sentimientos, ni aspectos culturales, es decir que no consta ningún elemento de carácter psicosocial, sino más bien se fija en la

⁴ALSINA, Miguel Rodrigo, *Los modelos de la comunicación*, Editorial TECNOS S.A, Barcelona, Mayo, 1995, pág. 29

mera transmisión de información que la realiza por medio de un canal físico, por lo cual podemos volver a mencionar que “La teoría de la información, es toda propiedad, una teoría de la transmisión, bien adaptada para responder a los requerimientos técnicos de una empresa telefónica, pero incapaz de servir de marco explicativo para una experiencia social como es la comunicación interpersonal”⁵

Prosiguiendo, hacemos mención al modelo de Schramm que dice, que la comunicación es un proceso determinado de compartir entre individuos o grupos, con los cuales se pueda tener interacción, ya que en la teoría de comunicación, denominada a dos niveles menciona “que el hombre no es un ser que vive socialmente aislado, sino que es un participante activo de muchas relaciones interpersonales”⁶

Este autor, toma el elemento fuente, el elemento mensaje y el elemento destino para explicar su esquema

El elemento fuente transmite un mensaje, que va ser recibido por el descifrador, que es el que simboliza el destino del mensaje transmitido.

Respecto al segundo modelo, Schramm incluye la experiencia, ya que dice que a través de ella la fuente y el destinatario deben estar sintonizados, es decir que tengan experiencias compartidas, para que se dé una mejor comunicación.

En cambio en comunicación de masas, el medio es un decodificador, intérprete y codificador, que elabora un producto, para que sea transmitido a una audiencia, y pase a ser decodificado de diferente manera por cada grupo y cada individuo. Esto se debe a que cada grupo o cada individuo, de acuerdo a su contexto en el que vive, poseen una cultura disímil; pero a pesar de eso, si el mensaje está de acuerdo con las actitudes, valores, formas de vivir, del receptor, va a tener mayores éxitos.

⁵<http://garoueffect.blogspot.com/search/label/Shannon>

⁶ALSINA Miguel Rodrigo, *La teoría de la comunicación* “Editorial TECNOS S.A, Barcelona, Mayo, 1995, pág. 30

El modelo de Jakobson, estudia las funciones del lenguaje. Dichas funciones estarán añadidas a ciertos factores que forman parte del modelo de comunicación que nos presenta. Los factores son: Destinatario, contexto, mensaje, contacto y código.

“1.- Función emotiva: Esta función está centrada en el emisor quien pone de manifiesto emociones, sentimientos, estados de ánimo, etc.

2.- Función conativa: Esta función esta centrada en el receptor o destinatario. El hablante pretende que el oyente actúe en conformidad con lo solicitado a través de órdenes, ruegos, preguntas, etc.

3.- Función referencial: Esta función se centra en el contenido o “contexto” entendiendo este último “en sentido de referente y no de situación”. Se encuentra esta función generalmente en textos informativos, narrativos, etc.

4.- Función metalingüística: Esta función se utiliza cuando el código sirve para referirse al código mismo. “El metalenguaje es el lenguaje con el cual se habla de lenguaje”.

5.- Función fática: Esta función se centra en el canal y trata de todos aquellos recursos que pretenden mantener la interacción. El canal es el medio utilizado para el contacto.

6.- Función poética: Esta función se centra en el mensaje. Se pone en manifiesto cuando la construcción lingüística elegida intenta producir un efecto”⁷

Nos preguntaremos ¿Por qué el autor toma en cuenta estas funciones? Pues tenemos que aludir que estas funciones son parte esencial del lenguaje, por lo tanto el lenguaje es el que nos admite comunicar sentimientos, necesidades, etc., que no solo se basan “en transmitir datos. Mediante el lenguaje se puede persuadir, manipular, sancionar, etc.”⁸.

El modelo de Maletzke, “plantea que el proceso de comunicación colectiva es un proceso psicosocial complejo donde influyen múltiples factores, aportando de esta manera la idea

⁷<http://aprendelenguaje.blogspot.com/2007/03/las-funciones-del-lenguaje-segn-roman.htm>

⁸ALSINA, Miguel Rodrigo, *Los modelos de la comunicación*, Editorial TECNOS S.A, Barcelona, Mayo, 1995, pág. 34

de que en toda comunicación colectiva existen presiones desde el medio y la imagen que el receptor tiene de los mensajes”⁹

Los factores que aportan a su estudio son: El comunicador y el mensaje, el comunicador y el medio, el comunicador y el receptor, el mensaje y el medio, el receptor y el mensaje y el receptor y el medio.

1.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso fundamental y vital para la existencia y organización de cualquier sociedad, debido a que toda acción conjunta realizada por individuos se basa en significados compartidos y transmitidos a través de la comunicación. (Comunicación no sólo implica pasar información, sino también comunidad, participación).

Es decir, la comunicación es el proceso social elemental que permite todos los aspectos de la vida social. La comunicación es en sí el proceso social básico, puesto que sin comunicación no es posible que tenga lugar ninguna acción organizada. Los sistemas sociales sólo pueden formarse y perdurar si las personas que participan en ellos, están vinculadas entre sí por medio de la comunicación.

Hoy en día, con el creciente desarrollo tecnológico, la comunicación ha alcanzado una dimensión tal, que ha cambiado significativamente las formas de interactuar, con una enorme capacidad para mejorar, en gran medida, la calidad de vida de millones de personas, en especial de los sectores olvidados de las diferentes sociedades que conforman el mundo global de este siglo. Por lo tanto, podemos decir que en la actualidad, la comunicación es el eje central en el desarrollo de cada uno de los países.

Es necesario señalar la importancia transversal de la comunicación, reconocida en el marco de las Naciones Unidas, como “un derecho humano fundamental”, factor esencial para el establecimiento de políticas de desarrollo en el mundo. En nuestro país, la nueva

⁹“<http://www.angelfire.com/tv2/tesis/CapituloIII.htm>”

Constitución también reconoce como parte de los derechos del buen vivir, el derecho fundamental a la Comunicación. En este contexto es importante contar con una información de calidad y especialmente, potenciar las capacidades comunicativas de las personas para que, en iguales condiciones, tengan derecho a expresar sus opiniones, ideologías pensamientos y sentimientos a otras personas de una manera efectiva y clara.

Pero en todo esto, tienen rol destacado los medios de comunicación, los cuales son parte constitutiva de la sociedad. Dichos medios ejercen una poderosa influencia; son los llamados medios de difusión masiva, siendo los más importantes la prensa, la radio y la televisión.

La relevancia de los medios de comunicación social es sencillamente fundamental. La sociedad humana no habría alcanzado su actual nivel de complejidad y desarrollo si no hubiese contado con las poderosas herramientas mediáticas que tejen y transportan el discurso social, gracias a lo cual el mundo ha pasado de ser una suma de grupos humanos separados por la geografía y la cultura a una red integrada por las realidades nacionales de cada país, que coinciden y difieren mediante el alcance global de los medios masivos de comunicación.

Tanto la comunicación como los medios masivos, tienen una responsabilidad fundamental en el desarrollo de políticas comunicacionales bien orientadas, para un desarrollo equilibrado y justo, donde las personas puedan, a través de la información y comunicación, conocer la amplitud del mundo que les rodea.

Los medios de comunicación son por lo tanto, áreas estratégicas en el desarrollo de los países y, la comunicación, en la actualidad, es imprescindible para esta sociedad, debido a que en esta época de sociedades modernas y avances tecnológicos, la comunicación es la principal fuente, que da arranque a todos estos fenómenos que cada día van desarrollándose en procura de un futuro mejor para la humanidad.

En cuanto a su relación con el desarrollo, podemos decir que la comunicación siempre ha estado presente, potenciando a través de los medios, la transferencia tecnológica y las políticas de desarrollo en el campo de la salud, la educación, el medio ambiente, la producción, la organización social, etc.

De lo expuesto se concluye que la comunicación tiene una importancia decisiva para el desarrollo humano, en el nuevo clima de cambio social de nuestros días. Conforme el mundo avanza, mejoran las condiciones para que la población empiece a fijar su propio rumbo al cambio, por lo tanto, los conocimientos y tecnologías relacionados con la comunicación son esenciales para esta tarea.

Pensar la comunicación en función del desarrollo, implica que las personas participen integralmente en la toma de las decisiones que le afectan, o lo que es lo mismo, en la construcción de su destino. Propiciar, organizar, facilitar la participación activa de los sujetos sociales, es un presupuesto imprescindible para cualquier proyecto de desarrollo. Se debe tener en cuenta la capacidad de intercambio y de diálogo que puede estimular la comunicación, entonces las posibilidades de participación de cada ciudadano son más reales en la sociedad, y esta adquiere un sentido más democrático, porque permite reflexionar acerca de la realidad compartida y mirar juntos hacia el horizonte como una meta a alcanzar.

1.3 UNA MIRADA A LAS ESCUELAS DE LA COMUNICACIÓN

En este punto, se hará referencia a las escuelas de la comunicación, ya que son dichas escuelas, las que nos podrán dar una luz clara de los diferentes procesos por los que ha pasado la comunicación, pero sobre todo permitirá entenderla, para lograr obtener conceptos y visiones analíticas de cada uno de sus aspectos y aportes que han dado para ella.

1.3.1 LA ESCUELA DE FRANKFURT:

Para esta escuela, el capitalismo desarrolló una poderosa maquinaria de manipulación de la comunicación y la cultura estableciendo que todo es comercializable, con el objetivo único de garantizar el poder de la clase dominante en todo el mundo. La escuela de Frankfurt es

de vital importancia dentro de cualquier perspectiva teórica de la comunicación, ya que su pensamiento tiene raíces propiamente críticos ante la aparición del capitalismo, del cual no posee ningún acuerdo, sino más bien reflexiona sobre una transformación del mundo, tomando en cuenta los problemas sociales que aqueja a la sociedad.

Entre sus importantes intelectuales constan: Marx Horkheimer, Teeodore Adorno, Hebert Marcuse, Walter Benjamín, Erikc Fromm y Jürgen Habermas, quienes aportaron temas sobre la teoría crítica, la industria cultural, la racionalidad técnica, puntos que fueron tratados propiamente por los pensadores de esta escuela.

Haciendo referencia a la teoría crítica, señalamos que ésta estaba comprometida con la emancipación del hombre y con el análisis de la realidad, que investiga y reflexiona sobre las formas de dominación y manipulación de los individuos, que han sido atacados por el capitalismo, invadiendo cada una de las conciencias, para alienarlas al mismo.

Esto ha causado el desencanto del proyecto de modernidad, ya que se pensaba que la razón iba a liberar a los hombres del dominio de la naturaleza, como de la incuestionable verdad de los dogmas de la religión, sin embargo ha conducido a nuevas formas de dominación y a nuevos dogmas propios de la civilización tecnológica. La barbarie nazi, el totalitarismo estalinista o la enorme capacidad de la cultura de masas para integrar y manipular toda expresión rebelde y todo pensamiento autónomo prueban el fracaso de la Ilustración. Para Horkheimer y Adorno, la clave de dicho fracaso hay que buscarla en la propia racionalidad, centro del proyecto ilustrado. Dicho proyecto se proponía someter la naturaleza al dominio de los seres humanos, liberar a la humanidad de cuanto pudiera atemorizarla y convertir a los seres humanos en los únicos señores del mundo. El instrumento de ese proceso sería una razón que podría emplear todo como medio para conseguir su propósito. Ahora bien, la razón ilustrada no se cuestionó los valores y fines que perseguía, no puso en duda que las metas eran lograr la felicidad individual y el dominio de la naturaleza. Como consecuencia, el conocimiento se transformó en poder y la naturaleza quedó reducida a mero objeto de dominio. En este proceso, que quiso ser liberador, el propio ser humano quedó cosificado y alienado.

La racionalidad se ha convertido en instrumento de dominación, es una razón instrumental que ha atrapado al mismo hombre, lo ha convertido en medio y no en fin en sí mismo, como declaraba la moral kantiana. “El imperio de la razón instrumental lleva a que la ciencia y la técnica asuman la función de la ideología en el capitalismo avanzado, ya que han perdido la función crítica que habían tenido en sus comienzos. Así pues, las ciencias positivas, en otro tiempo emancipadoras, están también implicadas en este proceso de cosificación”.¹⁰

Prosiguiendo con dicha escuela, también se señala, que Habermas el principal autor de esta escuela, plantea la acción comunicativa, en la cual la interacción comunicativa será el punto de partida para el proceso emancipador. En su teoría de la acción comunicativa el autor analiza los aspectos necesarios para que se dé una verdadera comunicación, donde no exista la manipulación ni la utilización de ella, como instrumento, para el beneficio del poder.

El autor “se apoya en el estudio de los actos de habla de Austin y Searle, desde su perspectiva pragmática. Cuando se dialoga, al margen del contenido del mensaje que se expresa, hablante y oyente parten de un acuerdo tácito de entendimiento mutuo (acto perlocutivo o preformativo). El hablante supone que va a ser entendido, y el oyente, que el mensaje es inteligible y verdadero, sin intenciones ocultas. Esta es la condición para que se dé una comunicación real: Habermas la llama *situación ideal del habla*; es por tanto, la situación comunicativa que excluye toda posibilidad de manipulación. Sólo en el espacio que ella configura puede darse la *acción comunicativa* propiamente dicha”¹¹

1.3.2 ESCUELA DE BIRMINGHAM

Esta escuela, enmarca sus estudios y análisis en cuanto a la articulación entre la clase social y la práctica cultural, dejando de lado el aspecto socioeconómico, para atender

¹⁰<http://www.acfilosofia.org/index.php/materialesmn/filosofas-y-filosofos/250>

¹¹<http://www.acfilosofia.org/index.php/materialesmn/filosofas-y-filosofos/250>

principalmente al aspecto humanista, dando importancia a las manifestaciones culturales de los sectores masivos, ya que son estos grupos los que tienen cada uno sus propias manifestaciones, que nos permiten entender los procesos humanos de la comunicación, a más de comprender el significado y el lugar que ocupa la cultura popular dentro de las vivencias de los diferentes grupos sociales, la juventud, las minorías étnicas, la clase obrera, las clases marginales, etc. Entre sus mayores pensadores está Antonio Gramsci.

1.3.3 ESCUELA LATINOAMERICANA

Esta escuela se desarrolla en países latinoamericanos, sin sede específica, a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Esto se da ya que los procesos comunicativos dependían mucho de lo que sucedía en Europa. Es creada con el fin de que exista una identidad propia en estos países latinoamericanos y sus aportes se dan a partir del desarrollo del periodismo y luego con la influencia de las teorías de la comunicación que aportó la Iglesia Católica, con la Teología de la Liberación y por la Escuela de Frankfurt. Se han realizado varias exposiciones sobre cultura y comunicación en América Latina, pero su principal aporte se basa en estudios que relacionan la vida cotidiana y la comunicación, hechos que la diferencian de la Escuela Europea y la Escuela Estadounidense.

Como principales teóricos de esta escuela se puede mencionar a Néstor García Canclini, Luis Ramiro Beltrán, Jesús Martín Barbero, Daniel Prieto Castillo y otros.

“Los primeros grandes críticos de la teoría de la Comunicación Latinoamericana cuestionan el orden mundial dominado por la información estadounidense y en gran parte europea y esbozan la tesis de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. Rechazan modelos foráneos a la cultura Latinoamérica y pensados para otras sociedades y adaptan aquellos que eran útiles para el trabajo de campo de la comunicación en la región”¹². Se trata de dejar de lado aquellas influencias extranjeras dominantes que solo han hecho que haya una pérdida de identidad en los países latinoamericanos.

La escuela latinoamericana desarrolla también el concepto de comunicación alternativa y comunicación popular, suceso que se da en la década de los 80's y es practicada en su

¹² <http://escuelalatinoamericana.blogspot.es/1245528000/escuela-latinoamericana>

mayoría por grupos sociales no dominantes. Se busca que la información llegue a todas las esferas sociales y así permitir la participación de todos los sujetos de una misma sociedad y crear el intercambio de conocimientos. Busca dejar de lado las desigualdades sociales, debido a factores internos y externos de la comunidad, pero también se busca un reconocimiento de las potencialidades de cada población para crear un desarrollo económico y social equitativo, para así optimizar las infraestructuras comunicativas de todas las comunidades latinoamericanas.

1.3.4 ESCUELA NORTEAMERICANA

Hay que destacar que después de los diferentes análisis de la comunicación de masas que se han realizado en los distintas regiones del mundo, Estados Unidos ha sido el pionero en estudios efectuados acerca de los medios y sus efectos en la audiencias, estos estudios se centraron más, cuando se realizó la transmisión de la "Guerra de los Mundos", realizada por Orson Welles. Este hecho ayudó a comprobar que los medios de comunicación tienen un poder de influencia sobre las masas. Es por esto que, si la comunicación masiva ejerce ciertos efectos sobre el público, los medios deben ser controlados para que cada uno de los grupos interesados en comunicar alguna información lo hagan de la manera más correcta posible, sin crear incertidumbres ni dudas. Esta escuela ha intentado crear un uso más racional de los distintos medios para cada una de las sociedades

“La línea norteamericana se corresponde con el Funcionalismo, que entiende a la sociedad como un organismo generalmente equilibrado, el cual, en situaciones de desorden, busca regularse para volver al estado anterior”¹³, es decir desecha o cambia lo que ya no sirve para mantener ese equilibrio.

Esta escuela mantiene dos tendencias; una que es parte de la Universidad de Chicago, la misma que es una teoría lineal (emisor - mensaje - receptor) que se basa en la función de los medios en la sociedad y los fenómenos culturales, por otro lado está la tendencia de la escuela de Palo Alto que afirma que todo comunica, por ende es más abierta y trata de regular a la sociedad dentro de este sistema.

¹³ <http://www.alfinal.com/COMUNIDAD/74.php>

“En las teorías expuestas por esta escuela plantea tres niveles; el proceso físico, el nivel semántico que está conformado por las formas de lenguaje, y el tercer nivel que es lo sociocultural que engloba algunos aspectos de la vida en sí”¹⁴, se trata de tomar en cuenta todos estos aspectos para que cada uno de los medios no ejerzan gran influencia sobre el público.

1.4 EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN

Es importante señalar los puntos de vista en que se encuentran los medios de comunicación, por un lado se dice que “son aparatos sumamente eficaces y absolutos, de por si dominadores ideológicos, generadores o depredadores de las culturas y de quienes los consumen”¹⁵. Ante esta posición muchas veces se ha satanizado a cada uno de ellos, ya que solo toman en cuenta lo negativo, puesto que con su aparición e influencia muchas culturas se han deteriorado o perdido, adoptando nuevas tendencias, costumbres o hábitos. Además se los culpa del indiscutible deterioro de valores morales en cada uno de los individuos, hecho que se ha dado de a poco a lo largo de los tiempos, y así se ha dado una pérdida de identidad. También se ha podido evidenciar que las personas se han vuelto individualistas y competitivas, que solo buscan satisfacer, cada una, sus necesidades e intereses, dejando de lado aquellos momentos de relación interpersonal, donde entre amigos, familiares u otros se pueden pasar instantes agradables ya sea en parques, ferias, museos, etc.

Pero, por otra parte “se los define como aparatos gestores del progreso y la democratización de las sociedades, símbolo y método de la modernidad”¹⁶. Las personas han podido acceder de una u otra manera a dichos medios y esto ha permitido, quizás en forma equitativa, que los individuos puedan estar al día con noticias o sucesos que antes no era posible estar informados, también han ayudado a que se conozcan lugares que parecían estar olvidados, permitiendo que la ayuda requerida llegue. Además, han sido instrumentos

¹⁴ ZURITA, Grace, *Arte y comunicación*, pág. 8

¹⁵ ALFARO, Rosa María, *Una comunicación para otro desarrollo*, Editorial Abraxas S.A, Perú, Mayo 1993, pág. 20

¹⁶ ALFARO, Rosa María, *Una comunicación para otro desarrollo*, Editorial Abraxas S.A, Perú , Mayo 1993,pág. 20

que han estado al servicio de la educación, y han ayudado a que las personas sean instruidas a través de estos medios. Esto ha permitido que los sectores más vulnerables se actualicen de su realidad y aprendan de estos medios para desenvolverse de manera satisfactoria en cualquier ámbito que la actual sociedad requiere, ya que se necesita de más preparación académica por parte de las personas y solo accediendo y siendo parte de estos medios se puede lograr.

En ambas perspectivas se puede evidenciar que los medios han buscado impactar sobre la forma de pensar de las personas para cambiar en ellos ciertas actitudes, además han tratado de ser entes de sensibilidad para conseguir objetivos de ciertos grupos sociales para solo satisfacer sus intereses.

En cuanto a los efectos de la comunicación es importante señalar que cada una de las personas se encuentra sometida a una gran cantidad de influencias, las mismas que no son ejercidas en su totalidad por la comunicación de masas, puesto que cada individuo se desarrolla en una sociedad en la que existe una interrelación entre una y otra persona o entre instituciones sociales, “los individuos no asimilan los mensajes indiferentemente, sino a partir de disposiciones que varían según su formación cultural, su conformación social o según su mecánica adquirida de percepción de la realidad”¹⁷; es decir, que desde pequeños al empezar a asistir a escuelas, colegios, universidades, trabajos, o al escuchar a maestros, amigos, compañeros de trabajo etc., se empiezan a crear ideas o puntos de vista personales de acuerdo al ámbito en el que la persona se desempeña diariamente.

Los efectos de la comunicación se pueden direccionar en tres puntos importantes como son:

Un público selectivo, esto quiere decir, que cada uno de los individuos “seleccionan el material que está de acuerdo con sus puntos de vista acerca de opiniones e intereses existentes y tienden a rechazar el material que no lo está”¹⁸. Con esto se puede evidenciar que las personas leerán, observarán o escucharán aquellas comunicaciones con las que se siente identificado, además frecuentará con personas que tengan su misma tendencia, su

¹⁷ VAZQUEZ, Manuel, *Historia y Comunicación social*, Editorial Grijalbo Mondadori, Barcelona, 1997, pág. 188

¹⁸ SCHARAMM, Wilbur, *La ciencia de la comunicación*, Editorial Grijalvo, Barcelona, 1980, pág. 83

misma ideología o puntos de vista. Toda la información asimilada y adquirida de una u otra manera, les permitirá reforzar sus propios puntos de vista e ideales.

Otro punto es un público que recuerda, es decir, el individuo hará memoria de aquellas palabras o imágenes que se encuentren dichas en libros, videos, revistas, programas de radio, televisión etc., puesto que este material ayudará a reforzar cada uno de sus puntos de vista y también le permitirá refutar en un conversatorio o discusión cualquier modo de pensar de otros sujetos. Al tener estos respaldos será casi imposible cambiar su modo de pensar y defenderán su posición ante cualquier otra persona en base a aquella información que ya posee.

Por último tenemos un público con percepción selectiva, con esto se puede señalar que las comunicaciones a las que las personas están expuestas tienen que ser aquellas con las que sienten total afinidad o simpatía, de no ser así el individuo deformará todo el contenido a su propia manera de pensar para al final poder percibir el mensaje enviado como algo que en realidad refuerce su punto de vista. En este sentido la persona mantendrá una mentalidad un poco cerrada, puesto que aunque la información que posea sea diferente a lo que piensa el individuo hará todo lo posible para hacer que se mantenga en su posición, en la misma manera que él piensa.

Se dice que en su mayoría los efectos de la comunicación tienden a reforzar opiniones, ideales, formas de vida etc., y que estos efectos no provocan en el individuo ningún cambio. Se puede decir que este efecto de reforzamiento no es provocado en su totalidad por la comunicación, ya que esta no siempre actúa directamente sobre el público, esto se da porque cada individuo acude a aquellas comunicaciones por inclinaciones ya construidas anteriormente, estas tendencias son dadas por los gustos de los padres, o por el ámbito en el que diariamente cada persona se desenvuelve a lo largo de su vida, y a una edad adulta empieza a aceptar o rechazar esas posiciones o puntos de vista.

Esto se puede ver reflejado en varios factores como lo son las normas de cada grupo social, ya que cada miembro del público tiende a ser parte de un colectivo en el que posea su misma manera de pensar, sus mismos ideales y así buscará aquellas comunicaciones que solo fortalezcan sus puntos de vista para no sentirse luego fuera de esa sociedad a la que

pertenece. Para complementar esto, también se toma en cuenta la influencia interpersonal, el individuo se rodeará de sujetos que posean su misma tendencia y buscará en ellos más conocimiento que siga complementando o reforzando sus creencias. También el aspecto económico es relevante ya que las comunicaciones son influenciadas por sociedades poderosas y estas serán enviadas a un colectivo específico para satisfacer los intereses de cada grupo de poder.

Por otro lado, se debe tomar en cuenta que aunque exista una variedad de comunicaciones, buenas, regulares o excelentes, el público se inclina más por aquellas que solo alimentan y refuerzan sus gustos, y aunque las comunicaciones quieran mejorarlas no lo harán en su totalidad, ya que solo estarán para satisfacer y agradar al público. La mayoría de personas no buscan información de calidad o algo que proponga algo nuevo, sino que se inclinan por aquello que los mantienen como sujetos pasivos, a los que se es fácil manipular o influenciar, a los que se les puede mantener contentos con solo aquello que está dentro de su misma forma de pensar y ver la realidad.

De manera diferente en algunas ocasiones se quiere decir que el efecto de la comunicación es la de cambio, pero eso es casi imposible, ya que para que esto suceda el individuo debe tener aquella predisposición de cambiar, esto puede suceder cuando el individuo ha descubierto que “sus creencias y actitudes anteriores, así como su modo acostumbrado de conducirse, desde el punto de vista psicológico, no son ya satisfactorios”¹⁹, esto puede suceder porque la persona se ha desilusionado de algún comportamiento de aquellas personas cercanas a él, puede dejar de confiar en determinado grupo político o eclesiástico, puede suceder también que sin darse cuenta empezó a gustarle cosas nuevas que antes quizás no había experimentado etc., y ante tal situación buscará una nueva tendencia que lo haga sentir bien consigo mismo y con su nueva forma de ver su realidad y al encontrarla de a poco irá buscando esas nuevas comunicaciones que vayan acorde a su nueva manera de pensar y discriminará aquellos pensamientos que anteriormente defendía.

¹⁹ SCHARAMM, Wilbur, *La ciencia de la comunicación*, Editorial Grijalvo, Barcelona, 1980, pág. 85

1.5 ALCANCES DE LOS DIFERENTES MEDIOS COMUNICATIVOS

El poder comunicarnos entre unos y otros es un factor muy importante en la vida de cada ser humano, ya que a través de la comunicación el individuo puede expresarse, decir lo que piensa, alcanzar un desarrollo social en el ámbito en el que se desenvuelve diariamente etc. Y para ello también a lo largo de la historia se han creado distintos medios que permitan al individuo estar al tanto de situaciones que acontecen en el diario vivir de una sociedad.

Los diferentes medios de comunicación son instrumentos a través de los cuales a diario nos llegan mensajes, ya que recogen noticias o hechos de lugares distantes o cercanos con una rapidez muy grande, por medio de estos se puede crear efectos de persuasión o disuasión, ya que muchos de los mensajes emitidos tienen una carga consciente para influenciar a los sujetos, la misma que puede ser evidenciada de una manera subliminal, es decir sin que el sujeto esté consciente de que la información que está recibiendo producirá cambios posteriormente, la forma en la que el mensaje es enviado es en un sentido unidireccional, es decir que los mensajes son enviados por estos medios y el receptor no siempre emite una respuesta, ya que no hay un diálogo entre persona-medio y el individuo se vuelve pasivo, puesto que solo recibe información y no la discierne o no genera otro mensaje para conseguir una respuesta.

Entre los medios más conocidos podemos mencionar a:

1.5.1 Los periódicos

Este es un medio de comunicación informativo, el mismo que es distribuido todos los días dentro de una ciudad, región o país. En sus inicios el periódico empezó a ser repartido entre los pobladores, en una especie de folleto con historias escandalosas, y con contenidos en los que detallaban los sucesos más relevantes de la región en la que era distribuida, después estos han proporcionado información de interés colectivo, dando a conocer acontecimientos de interés nacional e internacional, en temas políticos, económicos, culturales, etc., y esta información se da de manera inmediata, es decir con hechos

suscitados en días u horas anteriores. Normalmente los periódicos tratan de ofrecer a la población informaciones que permitan estar mejor informada e instruida en temas de actualidad que afectan directa o indirectamente al país, o la región en la que se desenvuelve cada persona.

Actualmente existen periódicos gratuitos y aquellos que son pagados. Pero, por lo general, la población tiende a comprar el periódico, porque tiene alguna preferencia por uno u otro periódico, ya sea por la forma en la que es emitida la información, por la variedad de contenido, por la popularidad del periódico, por alguna tendencia ideológica, etc., esto conlleva que dichas empresas periodísticas, puedan tener rentabilidad económica. Otra forma en la que puede ser sustentado un periódico, es la publicidad que lleva en sus páginas, por ende quien publique un aviso, debe pagar por la publicación que quiere que sea emitida, el costo de esta dependerá del tamaño del aviso, de la forma (tipo o color de letra) y de la página o sección en la que aparecerá.

Desde su aparición “los periódicos se convirtieron en un foro para las voces de protesta social, una tradición que se conserva hasta nuestros días”²⁰, este medio ha permitido que la población dé a conocer sus puntos de vista en los distintos ámbitos de la sociedad, ya que de esta manera también los pobladores se expresan y se sienten escuchados o tomados en cuenta en la toma de decisiones de ciertos temas que le competen no solo a grupos de poder, sino también a los pobladores.

1.5.2 Revistas

Este medio ofrece una extensa revisión de sucesos, tanto de interés general o de un tema más específico. Su impresión es de mayor calidad, ya que tienen una presentación en forma de cuaderno y sus gráficos son más profesionales y de mejor calidad.

“Se puede señalar como un inicio de la revista, la aparición de publicaciones periódicas que no fueran solamente informativas, en forma de almanaques; es que hayan incorporado a

²⁰ BIAGI, Shirley, *Impacto de los medios*, International Thomson Editores, México, 1999, pág. 45

sus páginas una variedad de lecturas”²¹. Por lo normal estas constan de temas profundizados en temas como política, economía, cultura etc., además tienen en sus páginas espacios de entretenimiento, cocina, deporte, entre otros, es decir, espacios de esparcimiento donde la información no solo es formal, sino que le permite tener al público un tiempo de ocio con temas curiosos y de distracción

Actualmente es uno de los medios escritos altamente vendido, lo adquieren jóvenes, adultos, mujeres, ancianos, científicos, profesionales o no, y esto se ha logrado ya que las revistas presentan una información más especializada y profunda de cualquier tema. Su gran alcance se debe a que las revistas en la actualidad se enfocan a públicos o grupos específicos, como pueden ser estudiantes, quienes están interesados en la vida de famosos nacionales e internacionales, temas musicales del momento, conciertos etc., otras revistas pueden ofrecer información para amas de casa, ya sea de cocina, manualidades, decoración, cuidados de niños etc., por otra parte, las revistas solo pueden ser de entretenimiento, dirigidas a todo tipo de público, mientras hay otras que son mas especializadas y contienen temas para profesionales en economía, política, ciencia etc.

“Conforme el público se segmenta mas, los editores de revistas vislumbran un tiempo en que entregarán a cada lector exactamente lo que quiera leer. Esto implica un grupo de lectores infinitamente definido, de modo que los anunciantes podrán llegar a las personas que desean”²², cada revista tiene un grupo específico y crea su información para poder atraer así a los lectores y a sus anunciantes también, es quizás por este dinamismo o facilidad para adaptarse al gusto del público lo que le ha permitido mantenerse aún vigente.

1.5.3 La radio

Este es un medio de comunicación que se caracteriza por el envío de señales de audio a través de ondas de radio. A lo largo de la historia este se ha convertido en un medio popular debido a la facilidad de acceso que tiene, ya que al transmitir información de

²¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>

²² BIAGI, Shirley, *Impacto de los medios*, International Thomson Editores, México, 1999, pág. 80

manera inmediata, también puede aumentar la comprensión de ciertos temas, a través de ilustración y análisis, además la profundización de los temas que se tratan, pueden ser expuestos por conocedores y expertos dependiendo del contenido que se esté tratando. El gusto por este medio se da porque tiene una implicación persona a persona, es decir, hay una comunicación entre locutor oyente, también porque “la radio no surte el efecto de homogenizar los barrios de esta aldea sino todo lo contrario”²³, es decir, este medio proporciona información o segmentos para todos los gustos y para todas las edades, sin distinción económica o social y puede ser escuchado en lugares totalmente distantes, esta no deja que la población esté desinformada, y al tener una variedad de señales y contenidos no es necesario que el oyente se mantenga en un mismo programa o frecuencia y constantemente el usuario puede estar cambiándose de programa.

La radio posee características únicas, que otros medios carecen, entre ellas están “su inmediatez, ya que es un instrumento comunicador muy ágil y que en cualquier momento se puede contar con él, además es un aparato cómodo y barato; ocupa poco espacio y está al alcance de los más modestos bolsillos; es compatible con cualquier otra actividad o trabajo”²⁴. Al ser un medio de fácil adquisición se lo puede encontrar en cualquier lugar, en los celulares, al ir en un bus o auto, en el sitio de trabajo, etc., esto permite a la persona estar en sintonía y conectado con todo lo que le gusta y con el mundo exterior también, además esto no distraerá o perjudicará otras actividades en las que diariamente se desenvuelve el sujeto. Un aporte muy importante de la radio también es la de prestar ayudas humanitarias e importantes servicios a la comunidad, puesto que la gente a través de este medio puede dar a conocer sus distintas realidades, ya sea en un determinado barrio, escuela, colegio, lugar de trabajo, etc., y al escuchar estas situaciones, directivos o autoridades han intervenido para mejorar o cambiar dichas situaciones adversas, todas estas informaciones o cualquier otra programación son emitidas a lo largo de toda la programación de la radio, inclusive en la noche.

²³ MCLUHAN, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Editorial Diana, México, 1969, pág.374

²⁴ IRIARTE, Gregorio, *Realidad y medios de comunicación*, Ediciones Paulinas H.S.P, Santa Fe de Bogotá Colombia, pág.157

1.5.4 La televisión

Este es un medio que sirve para la transmisión y recepción de imágenes. En un principio la realización de los distintos programas eran grabados y almacenados para ser transmitidos posteriormente, es decir que la programación que se evidenciaba en ese momento no era instantánea y había que esperar a que las producciones sean totalmente terminadas para salir al aire. Pero en tiempos actuales eso ya no es así debido a que la tecnología ha avanzado mucho y ahora se pueden ver reportajes, entrevistas, debates, acontecimientos de conflicto u otros en tiempo real. Al poseer este aspecto positivo permite y da la comodidad a las personas de estar enterados de todo tipo de sucesos, inclusive de aquellos que ocurren a última hora.

La televisión se ha convertido en un medio “que arrebató al espectador, hay que estar con ella”²⁵, esto quiere decir que no es posible que la persona pueda realizar otras actividades, ya que la programación que se observa tiene muy atento al espectador y los hace sujetos muy pasivos, en el cual solo recibe información y no hay una adecuada retroalimentación, ya que no hay un diálogo entre el observador y el medio, ósea la televisión. Además la programación que ofrece la televisión no siempre es buena o de calidad ya que en su mayoría ofrece programas de entretenimiento como telenovelas, dibujos animados, concursos o realitys etc., este tipo de programación no ha permitido que programas educativos, culturales o que son realmente importantes para el desarrollo intelectual del espectador sean emitidos o producidos, puesto que estos en su mayoría no generan ingresos económicos importantes para la televisión, es por eso que se prefiere emitir programas que tengan totalmente atentos y pasivos a los espectadores.

Otro aspecto negativo de este medio es que “la imagen de la televisión es de intensidad o definición baja y, distintamente a la película, no brinda información detallada acerca de los objetivos”²⁶, muchas veces la información que se recibe es instantánea e inmediata que no le permite al observador fijarse en todos los detalles de toda la información que se está

²⁵ MCLUHAN, Marshall, *la comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Editorial Diana, México, 1969, pág.377

²⁶ MCLUHAN, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Editorial Diana, México, 1969, pág.,387

brindando. Además al tratar de ofrecer a los usuarios imágenes de ciertos hechos que se suscitan en determinados momentos, no se logra capturar toda la información necesaria y las personas carecen de un libreto y tienden a improvisar, y esto puede ocasionar errores al momento de emitir la noticia o el hecho.

1.5.5 El cine

Este medio, desde su aparición ha experimentado una serie de cambios en varios sentidos como son la cultura, las distintas artes, o en la forma de pensar de cada individuo. “El cine no es solamente una expresión suprema de mecanismo sino que, paradójicamente, también ofrece como producto suyo la más mágica de las mercancías de consumo: los ensueños”²⁷, gracias a este medio las personas han podido crear nuevos lenguajes, nuevos artes, nuevas formas de contar historias, esto le ha permitido al individuo plasmar toda su creatividad e imaginación a través de imágenes, de personajes, paisajes, relatos etc., y lo que complementa este tipo de producciones son las distintas técnicas, efectos especiales o trucos que se emplean para embellecer estas historias que luego de una u otra manera logran impactar al observador que a diario está atento a la llegada de cada una de las producciones que se realizan, ya que con este medio se logra contar y ver historias reales o aquellas que se alejan completamente de la realidad.

Hay que tomar en cuenta que aunque sea un medio que gusta y que ha impactado a los distintos públicos “el cine de la actualidad es un negocio de grandes capitales dominado por los principales estudios, los cuales con frecuencia se enfocan en los auditorios jóvenes y en capitalizar éxitos fílmicos con una o más secuelas. Pero el desempeño de taquilla es solo el comienzo. Los productores de películas dependen cada vez mas de otras fuentes de ingreso, entre ellas las ventas y rentas de videos”²⁸, cada producción de estas tiene un costo que tiene que cubrir el pago de muchas personas, entre ellas actores, productores, guionistas, editores etc., los mismos que a veces son cubiertos por compañías, por convenios o por

²⁷ MCLUHAN, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Editorial Diana, México, 1969, pág.355

²⁸ BIAGI, Shirley, *Impacto de los medios*, International Thomson Editores, México, 1999, pág. 186

personas que están interesados en invertir en la producción, se puede evidenciar que la inversión económica es muy importante, ya que no siempre todas las producciones pueden ser realizadas con todas las facilidades o con todos los recursos que se requieren, esto también limitará la calidad del producto, y eso se puede comprobar en el uso adecuado o no de sonidos o audios, en las imágenes, en las locaciones etc., si todos los elementos que se producen no son del total agrado del espectador no alcanzará éxito, ya que la mayoría del público ha sido o está siendo instruido para poder comprender cada producción fílmica.

CAPITULO 2

LA RADIO, LA VOZ DE LOS QUE NO TIENEN VOZ

2.1 La radio y su importancia

Antes de la aparición de la radio, la información que se receptaba era lenta y obstruida, debido a las grandes distancias geográficas, pero con la llegada de este medio, la forma de comunicar dio un giro total, ya que demostró ser un medio de comunicación de masas, eficaz y popular, que pudo acortar aquellas distancias que separaban entre unos y otros. Todo esto se logra gracias al gran avance tecnológico, que ha permitido que se “incremente la potencia de los transmisores, la miniaturización del transistor y el circuito impreso”²⁹. Esto ha sido de gran ayuda puesto que cada uno de los aparatos electrónicos han podido ser diseñados en diferentes tamaños, hasta llegar a convertirlos en pequeños equipos, facilitando su transporte y su precio, haciéndolo accesible para cualquier persona.

Por su fácil adquisición, la radio ha logrado constituirse en uno de los medios más importantes a nivel mundial, de manera especial en países desarrollados, pues no solo ha permitido un desarrollo en la comunicación sino también ha logrado que se produzcan cambios en las distintas decisiones del mundo.

“La radio es la voz de los grandes acontecimientos, porque puede ser testigo inmediato y presencial. Si la prensa tiene el testimonio fotográfico de los hechos, la radio tiene el registro sonoro de los protagonistas de la noticia”³⁰. La radio, con todos los cambios que actualmente ha tenido, ya no depende en su totalidad de la energía eléctrica, esto ha permitido un destacado desarrollo de la humanidad, ya que la información que se recepta es inmediata, casi siempre en el mismo momento en el que se suscitan los hechos, esto ha ayudado a que cada uno de los oyentes esté al tanto de todas las situaciones que acontecen a diario dentro y fuera de su país.

²⁹ GARCIA, Jimmy, *La radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan-Ediciones Ciespal, Quito- Ecuador, Agosto 1980, pág. 3

³⁰ GARCIA, Jimmy, *La radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan-Ediciones Ciespal, Quito- Ecuador, Agosto 1980, pág. 9

Este medio ha conservado su vigencia debido a la rapidez e inmediatez para ofrecer información, pero también porque ha logrado identificarse y contribuir en aspectos educativos, culturales, sociales, y económicos, manteniendo cercanía con sus oyentes e involucrándose en sus problemas locales, y aportando con ayudas humanitarias importantes que han permitido un desarrollo en cada localidad. Además la radio permite al oyente crear sus propias imágenes de los hechos, no vuelve al sujeto un ente pasivo, en el que solo recepta información, por el contrario, permite al individuo seguir realizando sus otras actividades, sin descuidarlas.

2.2 El lenguaje radiofónico

El acto de comunicar se dio en un principio con el uso de signos, los mismos que no tenían un significado específico por sí solos, pero toman significado cuando el ser humano se los asigna a través de una forma o sonido, creando así una palabra. Estos signos deben ser interpretados, de la misma manera entre unos y otros, para que puedan comunicarse, ya que si no se da esto, la otra persona que no relaciona estos signos no logra entenderlos o interpretarlos y la comunicación no se da de manera eficiente. De la misma manera, en la radio se deben emplear los mismos signos o palabras, ya que a través de estas, cada persona puede transmitir sugerencias, sentimientos, distinto pensamiento etc.; por ello, es esencial que las palabras sean las mismas entre la persona que envía cierto mensaje o información y el receptor para que puedan entenderse a través de un mismo lenguaje.

La capacidad de la radio para la creación de imágenes visuales y la suscitación de emociones se consigue gracias a la adecuada elección y combinación de los elementos del lenguaje radiofónico, ya que cuando la palabra se combina con los efectos sonoros y la música, la radio amplía sus horizontes a espacios inimaginables en la comunicación humana.

“El lenguaje radiofónico es un lenguaje artificial que emplea palabras imaginadas en un contexto sensorial más complejo que el propio de la comunicación interpersonal”³¹, es

³¹ MARTINEZ, María del Pilar, *Información Radiofónica*, Editorial Ariel, Barcelona-España, 2002, pág. 38

decir, todo lo que sea emitido por la radio debe estar expresado en términos que los oyentes entiendan lo que les están diciendo, se deben usar términos o palabras acorde al grupo específico al que están dirigiéndose para evitar conflictos al momento en que el receptor recibe la información.

Dentro del lenguaje radiofónico cabe mencionar cuatro elementos importantes:

Uno de ellos es la palabra, reflejada en la voz humana, “ésta es la más transparente: informa, explica, dialoga, acompaña conversando. Hace avanzar el debate periodístico o la trama de la novela. La manera de decir, el tono de la voz, irá más o menos cargado de emoción. Y el buen uso de palabras concretas permitirá despertar imágenes auditivas en la mente del receptor. Sin embargo, entre las tres voces del lenguaje radiofónico, es la palabra la que más se dirige a la razón del oyente. La generadora de ideas.

La palabra manda lo dice José Ignacio López Vigil. La palabra humana es la principal portadora del mensaje y su sentido”³².

La palabra puede cumplir dos funciones esenciales:

1.- Función de transmisión de ideas: La voz debe ser clara, distinta, correctamente timbrada e inteligible sobretodo. Esto permite al oyente entender de mejor manera el mensaje.

2.-Función emocional: Importa más el tono que la palabra, a través de este se transmite un mensaje emotivo que el oyente debe traducir por sentimientos o sensaciones. El tono de voz debe sugerir al oyente “imágenes llenas de color, fuerza, ubicación temporal”³³que permita asimilar la intención del mensaje enviado.

Por otro lado, cabe mencionar la música: este “es un lenguaje rico, no dice conceptos pero si comunica vida, entusiasmo, comprensión de los demás y hasta de uno mismo”³⁴.

³²LOPEZ VIGIL, José, Manuel urgente para radialistas apasionados, Lima, Abril 2005, pág. 47

³³ALFARO, Rosa, *La Interlocución Radiofónica*, Editorial A.C.S. CALANDRIA, Quito-Ecuador, Septiembre 1994, pág. 42

³⁴ALFARO, Rosa, *La Interlocución Radiofónica*, Editorial A.C.S. CALANDRIA, Quito-Ecuador, Septiembre 1994, pág. 47

La música puede cumplir distintas funciones semánticas dentro de una misma emisión o en diferentes emisiones. De manera general se puede mencionar.

Música radiofónica objetiva: Transmite un concepto o hecho concreto, permite conocer el apoyo o descontento de parte del oyente a una situación determinada.

Música radiofónica subjetiva: Se utiliza como instrumento de apoyo a situaciones anímicas, el oyente puede sentirse identificado con sus emociones o sentimientos, a través de un determinado género musical.

Música radiofónica descriptiva: Se utiliza con el fin de situarnos físicamente en un espacio o ambiente. Esta permite contar una historia, anticipar o crear tiempos, permite crear realidades inexistentes que transportan al oyente a vivir esa situación.

También la música puede desempeñar la función de acompañamiento a la palabra, para enfatizar el contenido semántico transmitido.

El tercer elemento importante son los sonidos; hay que tomar en cuenta que en el ambiente en el que a diario nos desenvolvemos se pueden producir ruidos o sonidos que nos son familiares o no.

La particularidad de los efectos de sonido en un medio radial permite “ubicar espacios y objetos físicos de la vida cotidiana, producen diferentes sentimientos al oírlos. Pueden causar sorpresa, miedo, sensación de placer, euforia...los seres humanos estamos siempre provocando sonidos en nuestro diario quehacer. Y no todos producimos los mismos, ni en todo momento y situación”³⁵

Los efectos no solo son utilizados como una decoración radial, sino a través de estos se pueden también comunicar, estos pueden ser naturales, dados a través de la misma naturaleza (lluvia, truenos, relámpagos, el viento etc.) y también existen efectos artificiales creados en un estudio de producción para crear el ambiente requerido en una producción determinada.

³⁵ ALFARO, Rosa, *La Interlocución Radiofónica*, Editorial A.C.S. CALANDRIA, Quito-Ecuador, Septiembre 1994, pág 56

Los efectos sonoros pueden clasificarse en: efectos sonoros objetivos, permite identificar el ambiente en que se desenvuelve una situación.

Los efectos sonoros subjetivos permiten identificar la parte sentimental o emocional, una acción relatada.

Los efectos sonoros descriptivos, dan a conocer con detalle el escenario en el que se desenvuelve una acción.

El efecto sonoro subliminal, está relacionado con la intencionalidad del productor radiofónico para emitir un mensaje a conveniencia propia.

Por último, la pausa, este es un espacio de transición de una situación a otra, o sirve para dar énfasis a un mensaje emitido.

Hay que tomar en cuenta que “una pausa aislada, sin contexto de otras voces, no significa absolutamente nada. Por esto, más que un código autónomo, los distintos tipos de silencios vienen siendo como el sistema de puntuación en el lenguaje escrito. Comas y puntos que sirven para recordar al lector la profundidad de separar frases y párrafos. El silencio, en radio, no dice nada por sí mismo, refuerza otros decires”³⁶.

Las pausas ayudan a expresar, narrar, describir, etc., son utilizadas en muchas ocasiones con una intención psicológica o dramática con el fin de obtener una respuesta emotiva por parte del radio- oyente, refuerza una idea transmitida.

2.3 El proceso técnico de la radio

Los avances obtenidos en el campo de la electricidad a fines del siglo XIX permitieron que la radio pueda evolucionar. Con los estudios realizados en 1888, Enrique Hertz descubrió que una descarga eléctrica produce un arco metálico, lo cual lo llevó a asegurar que la energía eléctrica puede propagarse por el espacio y así nace la teoría de las ondas hertzianas

³⁶ LOPEZ VIGIL, José, *Manuel urgente para radialistas apasionados*, Lima, abril 2005, pág 48

Esta teoría confirma las investigaciones realizadas por los griegos y más tarde por Gilbert, Galvani, Volta, Oerst, Faraday, Maxwel, Hughes, Righi y muchos otros que habían iniciado la búsqueda de tan ansiada necesidad del hombre de poder comunicarse a distancia³⁷. Pero todo no se queda ahí, sino que los estudios avanzan con Guillermo Marconi al usar el transmisor que había inventado Righi para transmitir impulsos eléctricos a distancias cortas. En el año de 1901 se logra una comunicación entre Inglaterra y Terranova, todo esto se consigue con señales del sistema Morse. Estas conexiones se prueban en otros ámbitos y se logra mantener comunicación a grandes distancias, esto ayudó a que en momentos de riesgos se pudieran salvar vidas, con estas bases y con mas estudios de parte de científicos se logra crear una válvula termoiónica, la misma que sirve para que las señales eléctricas sean de mayor intensidad. Con John Fleming y Lee de Forest “ponen las bases de la radios con el descubrimiento de las válvulas de electrodos (DIODO Y TRIODO). A estas válvulas también se les ha llamado tubos de vacío o válvulas amplificadoras”³⁸, ya con estos alcances se logra que estas transmisiones no sean solo emitidas, sino que puedan ser escuchadas e interpretadas.

Desde el año de 1920 la radiodifusión se vuelve un medio de comunicación para darles a los pueblos un tiempo de ocio, cultura e información a través de los noticieros que cada emisora posee. Así mismo, el servicio radiofónico se basaba en comercializar los productos y bienes de los dueños de estos medios, posteriormente se logra insertar nuevos espacios para hacer más dinámica y atractiva la transmisión que ofrece la radio

2.4 La radio en Latinoamérica

A lo largo de la historia, la radio se ha convertido en un medio de comunicación que ha logrado gran alcance en toda América, por ser barato, de fácil acceso y por permitir que la comunicación que se emite sea en tiempo real, sin importar el lugar en el que los oyentes se encuentren. La radio aparece en Latinoamérica dos años después de haberse iniciado en

³⁷ GARCIA, Jimmy, *Radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan-Ediciones Ciespal, Quito- Ecuador, Agosto 1980, Pág. 12

³⁸ GARCIA, Jimmy, *Radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan-Ediciones Ciespal, Quito- Ecuador, Agosto 1980. Pág. 13

los Estados Unidos, esto es, en 1922 cuando con un consentimiento de los distintos estados, las emisoras pueden transmitir una programación regular. Los primeros países en contar con este medio son aquellos países que se encuentran cerca al mar, entre ellos, Cuba, Chile y Uruguay. Luego de ver su gran alcance, llega en 1993 a los países de México y Brasil. Estas radios fueron utilizadas en su mayoría para promocionar bienes y servicios de los empresarios, dueños de estos medios. “La radio en Latinoamérica no ha tenido un modelo perfecto de servicio público o de propiedad privada, de expresión nacional o de cultura transnacional. Ha sido producto de una suerte de diversos intereses: gobiernos, movimientos políticos, artistas, públicos, capital nacional y extranjero. Este carácter y los roles de esos intereses se desplazaron y cambiaron de un país a otro en los últimos cincuenta años (FOX 1989:24)”³⁹

El proceso de crecimiento de la radio se da desde un nivel bajo, luego va tomando forma con la ayuda de escasos recursos técnicos, por lo que, la recepción era limitada y se realizaba a ciertas horas del día, debido a que las interferencias no permitían que las señales lleguen con claridad. En un principio este medio no fue competencia, en cuanto a otros medios informativos, ya que la gente aun recurría a leer revistas o periódicos. Para superar estas dificultades, se decidió ordenar de manera diferente las noticias de prensa, para abarcar toda la información que se obtenía; es decir, se extraía lo esencial de cada nota, también se intentaba realizar informes fuera de cabina, esto se lo hacía a través del teléfono, el cual aun era un medio primitivo y las señales no llegaban con claridad y había interferencias entre el que emitía la nota y el locutor o presentador que se encontraba en cabina.

En los países de México y Cuba por influencia de Estados Unidos logran producir y transmitir programas apegados más a la realidad del país en el que es emitido y que logran ser de total agrado de su audiencia, se empiezan a promover programas con argumentos dramáticos y sentimentales. “Pero le llega la hora a la radio y su desarrollo se hace sentir frente a otros medios y, en especial a la prensa. La información radial cobra vida propia con servicios informativos especializados y periodistas experimentados, que descubren en la

³⁹ GALARZA, Teodoro, *Estrategias interactivas en la radio comunitaria (tesis doctoral)*, Balleterra, 2003, pág. 69

radio una nueva fuente de trabajo de mejores ingresos y mayores halagos por el tratamiento que la noticia tiene en ella: el dinamismo, rapidez e intensidad”⁴⁰, todo esto se logra a medida que la tecnología avanza ya que se pueden instalar instrumentos de mayor alcance y transmisión sin interferencias, la programación ya se vuelve más continua y sin interrupciones, las emisiones fuera de cabina son mejores y ya no solo por teléfono sino también con ayuda de unidades móviles que permiten que la información llegue sin imperfecciones. Se pueden realizar emisiones no solo de carácter local sino también a nivel nacional. A partir de ahí la noticia no tiene limitaciones y la radio latina cubre las emisiones desde cualquier parte del mundo, usando instrumentos de mayor tecnología y con personal calificado y propio de cada país ofreciendo una programación más dinámica y a tiempo. La radio en Latinoamérica ha contribuido mucho en el desarrollo de los países, especialmente en el ámbito educativo ya que ha logrado disminuir el porcentaje de analfabetismo ofreciendo a la población programas que permiten a los individuos aprender y desarrollarse mejor dentro de su cotidianidad. También ha contribuido en lo cultural afianzando la identidad de cada pueblo o nacionalidad.

2.5 La radio en el Ecuador

En Ecuador los medios de comunicación social más importantes han estado controlados por pequeños grupos de poder. La radiodifusión en nuestro país “habría aparecido a mediados de los años 20, o sea un cuarto de siglo después de que Marconi –en 1901– emitiera ondas de radio”⁴¹. La radio en el Ecuador aparece en la ciudad de Riobamba ya que esta ciudad era un punto estratégico para el desarrollo de este medio, su desarrollo se realiza como un medio de comunicación para radio aficionado, esto se produjo el 13 de junio de 1929.

“La primera emisora del Estado fue la radio experimental HC1DDR fundada en 1929. En 1932 esta estación se convirtió en HCK y empezó a transmitir en onda media con un equipo Collins de 250w. Pocos años después esta emisora estatal se auto clausuró. La segunda

⁴⁰ GARCIA, Jimmy, *Radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan-Ediciones Ciespal, Quito- Ecuador, Agosto 1980, Pág. 26

⁴¹ BORJA, Raúl, *Comunicación Social y pueblos indígenas*, editorial AbyaYala, pág. 73

etapa de la radio del Estado se inicio a fines de 1960, cuando se inauguró Radio Nacional del Ecuador”⁴². Luego de este proceso el 25 de diciembre de 1931 se inaugura también HCJB, radio denominada la Voz de los Andes, la misma que tiene contenidos evangelizadores, luego aparece radio el Palomar en el año de 1935 con programación distinta a la que ofrecía HCJB, y así fueron apareciendo en el país otras radios con programación distinta y acorde al gusto del público, entre ellos están Radio Bolívar, Radio Nariz del Diablo, Radio Católica Nacional, entre las más importantes.

2.6 La importancia de una buena producción radial

Para la elaboración de cualquier programa radial, quien importa es el oyente; es decir, el oyente es el gran objetivo a alcanzar, es por eso que la información debe ser relevante para él, ya que solo así se sentirá directa o indirectamente relacionado con lo que se está emitiendo. También lo que se elabore debe estar acorde al ámbito en el que se desarrolla la emisora, además debe estar ligado a las peticiones de los dueños o directivos de la emisora, pero asimismo tiene que satisfacer las necesidades del oyente.

Para que la producción sea buena, quienes se involucran con este medio deben conocer bien a su público, conocer sus hábitos, costumbres, ambiente en el que se desenvuelve, etc., ya que solo así será fácil realizar programas que sean importantes para sus oyentes. Además para que el oyente se sienta identificado con el programa, el locutor con cada una de sus palabras debe transmitir a través del micrófono seguridad, entusiasmo, etc., puesto que si se realiza lo contrario el radioescucha se va aburrir y optará por buscar otra emisora. También quien elabore la programación debe considerar que en la mayoría de ocasiones el oyente no sabe todo y es necesario que se den explicaciones, es por eso que la información debe ser clara y de conocimiento para el otro.

⁴² BORJA, Raúl, *Comunicación Social y pueblos indígenas*, editorial AbyaYala, pág. 73

“Todo en la radio, debe obedecer a una planeación, a un montaje, a una realización que consulte los diferentes aspectos del gusto y el interés de nuestros oyentes”⁴³

En palabras de Walter Alves, para que un programa sea atrayente debe constar de los siguientes elementos:

- a) Presentación ágil: El presentador debe poseer dotes especiales que lo hagan un “personaje” a quien los oyentes siempre sigan con gran interés. Un programa presentado con agilidad siempre estará en los primeros lugares de sintonía. Por ello el presentador tiene que estar ganándose a la audiencia en todo momento, de lo contrario el programa se tornará monótono y perderá sintonía.
- b) Variedad de recursos: Para que la presentación sea ágil, los recursos sonoros deben ser bastante variados.
- c) Vestimenta imaginaria: A todo programa se le debe dar una vestimenta apropiada: música, efectos, variedad de voces, etc. No hay que olvidar que el papel que la vestimenta juega en el programa tiene que estar acorde con éste. Los dos, programa y vestimenta, deben estar en una perfecta armonía. Cualquier música o efecto sonoro debe tener su razón de ser.

Todos estos elementos son útiles dentro de cualquier programa radial, para que así el servicio que se ofrece llegue de manera oportuna, y acorde al gusto de quienes lo escuchen.

2.7 La radio comunitaria

Según AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) define a la radio comunitaria por tres características principales:

“En primer lugar la radio comunitaria está caracterizada por la activa participación de la comunidad en los procesos de creación de noticias, información, entretenimientos, con un énfasis en temas y preocupaciones locales. Con capacitación, los productores pueden crear programas usando sus propias voces. En segundo lugar, es esencial que sea una empresa sin

⁴³ GARCIA, Jimmy, *la radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan-Ediciones Ciespal, Quito- Ecuador, Agosto 1980,pág. 304

finés de lucro. En estos días de alta comercialización de la radiodifusión, el carácter de la radio comunitaria lo constituye su independencia y responsabilidad en el servicio a la comunidad, no al anunciante. Como la estación es de propiedad de la comunidad, se mantiene la responsabilidad en el manejo de la estación. En tercer lugar la programación es designada por la comunidad para mejorar las condiciones sociales y la calidad de vida. La comunidad misma decide cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la provisión de la información”⁴⁴

La creación de la radio comunitaria se remonta a sus orígenes como radio en Europa y América. En Europa la radio tenía un servicio más comercial que público, su perspectiva era centro-periferia, es decir lo local no existía, en cuanto a Estados Unidos en desarrollo de la radio local tenía un punto de vista de abajo hacia arriba, es decir periferia-centro, aunque eran unas radios locales, sus afiliaciones eran libres y mantenían su identidad, como estación no cumplían los requisitos para denominarse radios comunitarias, ya que sus programaciones no estaban completamente comprometidas con el ámbito cultural y políticas de las comunidades marginadas a las que decían representar.

Actualmente las radios comunitarias se encuentran ubicadas alrededor del mundo, el impacto que cada una de estas posee difiere una de otra ya que las realidades de cada uno de los países y regiones son distintas. Sus enfoques y programaciones están dirigidos de manera indistinta para satisfacer las necesidades de cada población ya sea que estos representen a grupos sociales o étnicos, movimientos políticos etc., puesto que cada uno de ellos a su manera buscan desde lo micro una verdadera transformación social, que les ayudarán a alcanzar un mejor desarrollo con el acceso, participación y toma de decisiones de la misma audiencia a la que es dirigida la programación.

⁴⁴ <http://www.amarc.org/amarc/esp/>)

2.8 Experiencias de radios comunitarias en el Ecuador

RADIO CHAGUARURCO

La idea de crear Radio Chaguarurco nació en 1990 con una serie de talleres preparados por organizaciones campesinas y las parroquias de Santa Isabel y Pucará, en la Provincia de Azuay, en el sur ecuatoriano. El propósito era organizar mejor a las comunidades para obtener acceso a servicios básicos (agua potable y electricidad) y garantizar que los derechos humanos fueran respetados.

Al igual que otras emisoras, la programación de Radio Chaguarurco incluye noticias, entrevistas, música y programas culturales. Sin embargo, hay algunas características importantes que distinguen a Radio Chaguarurco de otras emisoras. La más importante es la prioridad que da la radio a las voces, a la lengua y a las culturas locales.

Los programas se producen localmente. Los segmentos más apreciados son los de música y noticias, con anuncios comunitarios intercalados.

Otro de los segmentos más escuchados son los radio dramas, interpretados por los trabajadores de la emisora, son una manera muy válida de explicar temas complejos a través de un lenguaje cotidiano que los oyentes pueden fácilmente entender. Los temas de los radio dramas varían de un día a otro, para abordar problemas de salud, medio ambiente, política, cultura y derechos humanos.

Por otra parte también se puede apreciar el trabajo de un grupo de voluntarios quienes realizan el programa El Mercado, este es un espacio semanal auspiciado simultáneamente en Pucará y en Santa Isabel. El programa compara precios y analiza las tendencias; ha desempeñado un papel importante en el control de precios y contra la especulación.

La situación económica de Radio Chaguarurco, es buena ya que se las arregla para generar no sólo lo suficiente para cubrir sus costos fijos, sino también unos cuantos miles de dólares anuales para mejorar sus equipos y cubrir gastos imprevistos. Las fuentes de ingreso incluyen la publicidad (20 % del ingreso), los avisos comunitarios (40%), la producción de servicios y la transmisión en vivo de eventos culturales. Esta radio tenía la

posibilidad de contar con ayuda internacional, pero los pobladores decidieron buscar maneras de autofinanciar la radio, su apoyo total se basa en el trabajo voluntario de la gente que realiza la programación.

RADIO SALINERITO

“Esta radio se encuentra ubicada en la provincia de Bolívar, parroquia Salinas, esta radio fomenta una mayor participación de las comunidades de la Provincia de Bolívar en los procesos de desarrollo y refuerzo de la sociedad civil y la democracia local. Además solventa las necesidades de información entre la población marginada y desventajada de la provincia.

Es una radio que promueve encuentros, conversaciones, participación. Este servicio a la comunidad se entiende como un estilo de vida, de pensar, de actuar y de relacionarse con y desde el público.

Esta radio busca el protagonismo que debe asumir la comunidad, se busca que la gente hable, se comunique, se encuentre. Intenta ser un medio de utilidad pública, donde se considera a la palabra como un instrumento que nos libera y humaniza.

Como radio comunitaria, esta emisora asume, como prioridad, todo proceso que tienda a liberar de la marginación a los sectores más alejados ya que se encuentran insertos en una comuna con significativas diferencias sociales.

Al ser un medio comunitario lo que busca esta radio es que más personas se sumen a este proyecto, para tener nuevas ideas y programas que sean realizados por los mismos pobladores y así llenar las expectativas de la comuna”⁴⁵.

⁴⁵<http://www.salinerito.com/> 11_10-2011

RADIO SUCUMBÍOS

“En Nueva Loja, capital de la provincia, está Radio Sucumbíos. Forma parte del proyecto de evangelización y promoción del Vicariato Apostólico (diócesis) de Sucumbíos. En esta radio la gente cuenta sus historias, habla sobre el trabajo y la producción, sobre sus problemas y sus logros, hacen presentaciones culturales y muestran a sus artistas. Se tiene cuidado de que los informantes sean variados, que participen todos los sectores posibles.

El programa involucra a todo el personal de la radio. Todos los compañeros y compañeras están obligados a ir según un cronograma planificado con anterioridad. Esto significa que los compañeros de mercadeo, del equipo técnico u otra área de la radio también participen realizando los programas de la radio. La gente acoge con mucha hospitalidad a los trabajadores de la radio, los invitan a un almuerzo comunitario, se sienten honrados de que la radio esté allí.

El material radiofónico que se produce es realizado por distintos grupos que visitan el lugar esto ayuda a mejorar los distintos programas de la emisora.

Esta radio cuenta con varias fotos de distintas producciones y están clasificadas y puestas en la pizarra de la radio para mostrar a la gente su historia y sus conquistas. Las más de 2,000 fotos que existen están organizadas por zona y tema. Se utilizan para las publicaciones, para ilustrar informes o para las comunidades cuando las solicitan.

La misma radio se ha beneficiado mucho de La Vida de los Pueblos. Está más cerca de las comunidades y tiene un conocimiento más completo y sistemático de la región. Sabe en qué áreas hace falta mayor investigación. Los trabajadores se han capacitado en la realidad de la zona y, por el trabajo colectivo en las comunidades, están más integrados en el proyecto de la radio. Esto ha permitido que la radio, a pesar de los conflictos que existen en esta zona por el petróleo, siga sirviendo a la comunidad”⁴⁶.

⁴⁶ANDRÉS, Geerts , VAN OEYEN, Víctor, VILLAMAYOR, Claudia, *La radio popular y comunitaria frente: al nuevo siglo*, Editorial Gráficos Imago, Quito-Ecuador, Septiembre, 2004

CAPÍTULO 3

EVOLUCIÓN E IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN – DESARROLLO EN LATINOAMÉRICA

3.1 ¿Qué tienen que ver los comunicadores con el tema de desarrollo?

Se parte de identificar a los comunicadores como ciudadanos que reflexionan sobre un mundo global y local, que no son únicamente profesionales de la comunicación, y que no están solamente vinculados a los medios de comunicación tradicionales como fuente de trabajo.

Esta caracterización se la hace después de entender que en el proceso de globalización, la actuación de los comunicadores incide más allá de las fronteras nacionales, ya que la lógica global define los sentidos culturales individuales y colectivos, a través de un quehacer comunicativo mediado por las nuevas tecnologías, las mismas que traspasan los límites territoriales.

También en el mundo globalizado, las redes que lo configuran permiten el acceso a diversos canales de comunicación por los cuales los individuos intercambian información y opinión sobre cualquier temática. Lo que conlleva a “comunicar”, por tanto son “comunicadores” sin ser necesariamente profesionales de la comunicación.

Así, los medios de comunicación tradicionales no son únicamente los ámbitos desde los cuales los comunicadores pueden ejercer su participación sino que se visibilizan diversos canales y espacios para ello. De manera que la tarea de un comunicador, respecto al tema de desarrollo, traspasa el ámbito mediático, es decir, se la ejerce en la cotidianidad.

El fenómeno de la globalización plantea nuevas miradas para organizar la vida de las personas y para asimilar los nuevos referentes simbólicos de los individuos, con respecto al territorio en el que se desenvuelven. En este escenario, “comprobamos un constante ir y venir, incluso temáticamente, entre el ‘nosotros’ ubicado en el mundo y el otro “nosotros

local”⁴⁷. Es así que los comunicadores ligados al tema de desarrollo son enclaves de conexión de estas realidades (local y global) que se contienen y, a su vez, son independientes de sí mismas.

La acción del comunicador en el sistema local significa:

*Mirar, pensar, involucrarse, planificar, especializarse (y hasta apasionarse) por tal instancia, que aunque micro, es más global [...] ya que se mejoran las condiciones de vida en un sentido más concreto, potencializan la participación de la población y de sus instituciones [...]*⁴⁸.

Por ello, en esta actividad el individuo – comunicador primero “supone una voluntad de cambios concretos, inclusive en la vida propia, que unan el mundo individual con el colectivo, el objetivo con el subjetivo, y el social con el personal”⁴⁹.

Al contrario, el comunicador que asume un rol de “sujeto difusor” de mensajes e información, el cual deposita “contenidos verbales” en “receptores pasivos” legitima la visión instrumental de la comunicación. Además, contribuye al malestar en el sistema local y las relaciones que sus actores establecen entre sí, ya que no significa de ningún modo una práctica liberadora, sino que supone una invasión cultural. Ésta última “sugiere, obviamente un sujeto que invade. Su espacio histórico-cultural, que le da su visión del mundo, en el espacio desde donde parte, para penetrar en otro espacio histórico-cultural, imponiendo a los individuos de éste, su sistema de valores”⁵⁰.

Por otro lado, en el sistema global el comunicador está atravesado por la aparición y proliferación de las nuevas tecnologías y la comunicación en redes que aproximan y a la vez, distancian a los individuos. Aquí el comunicador debe entender la íntima conexión entre la comunicación y la dinámica cultural global.

⁴⁷ ALFARO, Rosa María, “Ciudadanos Culturales y Mediáticos, escondidos en la formalidad democrática”, *Revista Andina de la Integración. Políticas Culturales en la Región Andina*, Número 5, San Isidro – Perú, enero, 2010, p. 84., en: http://www.comunidadandina.org/public/revista_integracion_5.pdf

⁴⁸ ALFARO, Rosa María, *Una Comunicación para Otro Desarrollo, para el diálogo entre el norte y el sur*, 1era Edición, Abraxas Editorial S.A., Perú, g1993, p. 57, 58.

⁴⁹ Ídem., p. 11.

⁵⁰ FREIRE, Paulo, *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, 17ma Edición, Siglo XXI Editores S.A. en coedición con Tierra Nueva., Montevideo – Uruguay, 1991, p. 46.

La formación cultural es compleja y dinámica por sí misma. Es así que los sujetos construyen sus percepciones y valoraciones desde su contexto local pero con amplia influencia del contexto global. Así se borran aparentemente los límites existentes entre lo propio y lo extraño. De esta manera, y con la utilización de los medios masivos, el comunicador tiene la posibilidad de generar posibles efectos relacionados con: “imbuir en la población valores ajenos a las culturas nacionales, estimular conductas de compra irracional; e inducir actitudes de evasión de la realidad y un acrítico conformismo con el statu-quo”⁵¹.

Desde otra perspectiva, el comunicador a nivel global puede incidir en las propuestas del sistema – mundo, ya que ahora los límites entre los países son más simbólicos que reales. Para esto “se requiere desatar procesos comunicativos varios, que generen intercambios de información, transparencia en el conocimiento mutuo, negociaciones útiles y éticas y compartir proyectos globales”⁵². De esta manera, se posibilitan las condiciones del diálogo entre naciones hacia el cambio social. Esto implica un comunicador dialógico,

Y ser dialógico, para el humanismo verdadero, no es llamarse, sin compromiso alguno, dialógico; es vivenciar el diálogo. Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas. Ser dialógico es empeñarse en la transformación constante de la realidad [...]”⁵³.

Así, el comunicador ligado al desarrollo se compromete con el papel de sujeto constructor de sentidos y nuevas realidades, entendiendo que:

Lo comunicativo es una dimensión básica de la vida y de las relaciones humanas y socioculturales. Es el reconocimiento de la existencia de actores que se relacionan entre sí dinámicamente, a través de medios o no, donde existe un UNO y un OTRO, o varios OTROS, con quienes establece relaciones objetivas y principalmente subjetivas [...] que les significa algo, les dice sobre sí mismos y los demás, va

⁵¹ BELTRÁN, Luis Ramiro, *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, 1era Edición, Plural Editores, La Paz – Bolivia, 2000, p. 34.

⁵² ALFARO, Rosa María, Op.Cit., p. 60.

⁵³ FREIRE, Paulo, Op.Cit., p. 46.

*dibujando su sociabilidad, pone en juego sus valoraciones. Es decir, lo construye, lo que a la vez permite también construir las relaciones sociales*⁵⁴.

De este modo, se puede afirmar que los comunicadores tejen la interconexión entre el desarrollo local y global, partiendo desde sus experiencias de vida, reconociendo las dimensiones individuales y colectivas de los sujetos, identificando las diferencias y su coexistencia y profundizando en la búsqueda de la emancipación de los sujetos para la transformación de las diversas realidades y sus ámbitos social, cultural, y político.

Por otro lado, la configuración del mundo y su entramado de redes permite una relación cada vez más estrecha con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. Y es en esa relación que los sujetos se encuentran y dialogan entre sí. Así es que los comunicadores como actores sociales y culturales ejercen su participación, a través de la expresión de la opinión y el intercambio de conocimiento, comprendiendo la realidad desde un campo más amplio y complejo.

Pero también “es importante conocer la naturaleza de los medios o instrumentos a usar, examinado sus posibilidades y sus límites”⁵⁵. Pues la revolución tecnológica digital da también como resultado un mundo polarizado entre conectados y aislados. “La mundialización tal y como está estructurada conlleva el riesgo de la interpretación del globo como un mundo homogéneo y homogenizante a partir de imposiciones y asimilaciones culturales”⁵⁶.

Sin embargo, podemos afirmar que el proceso de globalización, que trae consigo esta revolución digital y la aparición de nuevas y más tecnologías también desencadena procesos de comunicación – educación en los individuos. Además que los medios por los cuales los seres se relacionan posibilita el acceso público y masivo de los mismos. Desde esta perspectiva,

⁵⁴ ALFARO, Rosa María, Op.Cit., p. 27.

⁵⁵ ALFARO, Rosa María, *Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo*, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lima – Perú, 2006, p. 270.

⁵⁶ CONTRERAS, Adalid, “Encuentros y Desencuentros entre Comunicación, Desarrollo y Sociedad” *Memoria Académica 4 al 6 de noviembre de 1999 Cochabamba, Bolivia*. Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, La Paz – Bolivia, noviembre, 2000, p. 286

*La globalización nos obliga a mirar la realidad desde otras formas de estar en el mundo, [...] desde el dinamismo interno de nuestros países en su encuentro y alteridad con otras diversas identidades, mediante redes universales donde la categoría del espacio rompe los límites reales a cambio de flujos virtuales*⁵⁷.

Con esto, los individuos desde cualquier esfera se comunican y enlazan, se convierten en comunicadores – informadores, constructores de nuevos sentidos sin ser necesariamente profesionales en el campo de la comunicación.

Finalmente, como ya vimos, en este proceso globalizante de la comunicación, los canales de información se multiplican. Es así que los medios tradicionales deben innovar sus formatos, pues existe un incremento arrollador de medios de comunicación alternativos, comunitarios y virtuales, desde donde el comunicador pueda hacer uso de palabra, imagen, texto, entre otras expresiones comunicativas. Además, los comunicadores ligados al tema del desarrollo, en el contexto que sea, no resultan ser educadores de prácticas de sujeción sino de prácticas creativas, innovadoras, conciliadoras y por sí liberadoras. Por esto, el vínculo con la comunidad puede ser tanto real como virtual pero desde ya liberador. La profesionalización no es sinónimo de universidad, sino de pasión comunicacional por la palabra democratizada y de la palabra e imagen con dignidad⁵⁸.

3.2 Breve definición de Comunicación – Desarrollo

Tal como lo señala Rosa María Alfaro,

La comunicación está ligada directamente al desarrollo, no sólo como aporte auxiliar y metodológico del mismo, sino como objeto mismo de transformación de la sociedad y de los sujetos que la componen. Es por lo tanto, medio y fin, aspecto y estrategia global, y está comprometida consciente o inconscientemente con modelos

⁵⁷ Ídem., p.86.

⁵⁸ CONTRERAS, Adalid, *Imágenes e imaginarios de la Comunicación Desarrollo*, 1era Edición, Editorial QUIPUS CIESPAL, Quito – Ecuador, abril, 2000, p. 98.

*y proyectos macro o micro sociales, y con los procedimientos que se implementan para plasmarlos*⁵⁹.

Por tanto, la comunicación y el desarrollo mantienen una relación intrínseca que crea una atmósfera favorable para el cambio.

La crítica de pensadores Latinoamericanos propicia el análisis del resquebrajamiento del modelo de desarrollo hegemónico, es decir, el que mira al progreso como el resultado de la acumulación de bienes materiales. Este modelo es impulsado por los llamados países desarrollados, liderados por Estados Unidos, el que ha llevado una política económica beneficiando al capital y ubicándolo sobre el bienestar de los seres humanos.

En este modelo hegemónico, la comunicación también tiene un enfoque instrumental, pues la utilización de los medios de comunicación ha estado al servicio de los intereses de las grandes empresas monopolistas, alienando, entreteniendo y persuadiendo a los individuos. Es así que la comunicación ha estado vinculada a un desarrollo que prioriza únicamente lo económico. Por esto, a los medios de comunicación se les ha considerado como “aparatos sumamente eficaces y absolutos, de por sí dominadores ideológicos, generadores o depredadores de las culturas y de quienes los consumen, [...] ellos serían básicamente culpables del deterioro político y moral de las masas.”⁶⁰. Sin embargo, hay que reconocer la conexión de la sociedad con los medios de comunicación, por lo tanto reconocer su capacidad de impactar sobre la mente y sensibilidad de las personas.

Es por ello que las estrategias de los medios de comunicación deben transformarse, dentro de un nuevo proyecto político y cultural, en donde se brinde acceso a la población en general, se tenga en cuenta las particularidades de lo local frente a un proceso global, y se ejerza procesos comunicativos horizontales que transformen la sociedad.

Entonces existe la necesidad de que otro desarrollo sea contemplado desde el contexto latinoamericano. Por esto es que las investigaciones en desarrollo se centran en este lado del mundo, partiendo desde este eje transversal que es la comunicación.

⁵⁹ ALFARO, Rosa María, *Una Comunicación para Otro Desarrollo. Para el diálogo entre el norte y el sur*, 1era Edición, Abraxas Editorial S.A., Perú, 1993, p. 11.

⁶⁰ ALFARO, Rosa María, Op.Cit., p. 20

Las variables de comunicación están en importante juego recíproco con las variables de desarrollo. Se entiende de este modo que el desarrollo desde la mirada latinoamericana plantea “determinar las circunstancias específicas que hacen de la comunicación social un estímulo y un impulso efectivo del desarrollo nacional”⁶¹

Es por tanto que la comunicación desarrollo primero mira al desarrollo desde una visión humanizada, integral y democrática pues lo concibe como:

*Un proceso dirigido y ampliamente participativo de profundo y acelerado cambio sociopolítico, orientado a la producción de cambios sustanciales en la economía y la cultura en general de un país, de manera que el avance de la mayoría de su población pueda obtenerse en condiciones de igualdad, dignidad, justicia y libertad en general*⁶².

Este modelo tiene una propuesta enriquecedora de los sujetos y rechaza la visión mercantilista-hegemónica. Por ello, se contempla al Desarrollo como un proceso sumamente complejo que va venciendo dificultades que cada sociedad vive en los diferentes momentos de la historia. La construcción de este modelo de Desarrollo implica procesos comunicacionales no instrumentalistas sino de planificación y planteamiento de estrategias. Es decir, la comunicación en su relación con el Desarrollo contiene una dimensión política y cultural que se explica en el tipo de sociedad que se quiere construir. “En realidad, no existe comunicación ligada al desarrollo sin procesos de desarrollo haciéndose cotidianamente en la realidad”⁶³.

La comunicación articulada al Desarrollo impulsa la construcción de una sociedad más humana y se apoya en medios e instrumentos de investigación y planificación, conscientes del contexto en el cual se trabaja y de las relaciones que se establecen dentro. Por ello,

⁶¹ BELTRÁN, Luis Ramiro, “Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias” en: GUMUSIO-DRAGON, Alfonso, TUFTE, Thomas, comp. *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*, Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc., New Jersey – Estados Unidos, 2008, p. 149.

⁶² Ídem., p. 146.

⁶³ CONTRERAS, Adalid, “Encuentros y Desencuentros entre Comunicación, Desarrollo y Sociedad” *Memoria Académica 4 al 6 de noviembre de 1999 Cochabamba, Bolivia*. Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, La Paz – Bolivia, noviembre, 2000, p. 277.

Construir desarrollo con el aporte de la comunicación es un proceso de transformación complejo, no lineal ni simplificado, de encuentros múltiples, de resolución permanente de conflictos, de consecución de logros y de superación de dificultades, de camino procesual y en realidades históricamente situadas, en espacios diversos individuales, grupales, locales, regionales, nacionales, internacionales, sectoriales, parciales o globales⁶⁴.

En esta construcción entran en juego varios factores y se debe comprender que la comunicación desarrollo articula procesos en la vida de los seres humanos, porque atraviesa las dimensiones sociales, políticas y culturales y por ello, su capacidad fortalecedora y transformadora de las mismas. Se sostiene así que la comunicación desarrollo impulsa la participación de las personas, proclama ideales de justicia, democracia y libertad y recorre un camino de compromiso social por la humanidad y sus derechos.

3.3 Aportes de la comunicación – Desarrollo en Latinoamérica.

La Comunicación Desarrollo ha ido caracterizando y fortaleciendo los procesos sociopolíticos en Latinoamérica, pensando y repensando propuestas y políticas de acción frente a grandes problemáticas sociales de la región: pobreza, conflictos ambientales, violencia, migración, entre otros. Así se han ido mitigando tales dificultades y en la búsqueda de soluciones la clave ha sido la movilización y organización de la participación ciudadana, la cual consciente de ser autora del destino de la sociedad, ha fortalecido sus procesos de construcción de relaciones más sólidas y edificantes.

Ha sido necesario regresar la mirada a esta parte del continente y lanzar propuestas que tengan que ver con la complejidad de su contexto, con las diversidades y las contradicciones que de por sí se presentan en cualquier proceso de cambio social. En

⁶⁴ CONTRERAS, Adalid, *Imágenes e imaginarios de la Comunicación Desarrollo*, 1era Edición, Editorial QUIPUS CIESPAL, Quito – Ecuador, abril, 2000, p. 17.

Latinoamérica se considera urgente el análisis de la Comunicación y el Desarrollo generando prácticas y teorías que se enmarquen en el contexto de la región. El pensador paraguayo Díaz Bordenave lo expresó así: “debemos refrenar nuestro impulso mental de percibir nuestra propia realidad a través de los conceptos e ideologías foráneos y aprender a mirar hacia la comunicación y adoptar una nueva perspectiva”⁶⁵

Es así que las reflexiones se inician desde experiencias de comunicación en las esferas locales. Además, aumentó la crítica al modelo de desarrollo, en el que los organismos internacionales generaban dependencia en las localidades en las que intervenían para paliar las problemáticas sociales. Estas prácticas entendían que el Desarrollo, aliado a la comunicación, debía extender técnicas comprendidas desde las sociedades industrializadas hacia los países llamados subdesarrollados, zonas rurales, o países de la periferia. Desde esta perspectiva, la comunicación estaba considerada desde un modelo vertical, es decir, los países desarrollados económicamente, a través de la cooperación internacional, tenían una mirada paternalista sobre la situación de los países mal llamados subdesarrollados. Y por esto, intervenían con prácticas modernizadoras sin importar los procesos histórico-político-sociales de Latinoamérica.

Lo que las naciones industrializadas no reconocieron a tiempo, para lograr sus objetivos e imponer el modelo desarrollista y de dependencia cultural, es que la región se ha caracterizado por sus luchas y resistencias sociales ante la opresión. Entonces, se empieza a entender las diferencias históricas, geográficas, de posibilidades y relaciones económicas, sociales, culturales y políticas de este continente.

Con esto se puede afirmar que la práctica antecedió a la teoría pues ya existían experiencias de Comunicación – Desarrollo en las esferas locales de los países Latinoamericanos. Y desde allí mismo surgen los cuestionamientos para construir la teoría desde Latinoamérica, entendiendo la relación de la comunicación y ese otro desarrollo que se quería lograr.

⁶⁵ BELTRÁN, Luis Ramiro, “Adiós Aristóteles: la comunicación horizontal” en: GUMUSIO-DRAGON, Alfonso, TUFTE, Thomas, comp. *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*, Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc., New Jersey – Estados Unidos, 2008, p. 268.

La experiencia de las radios mineras en Bolivia, donde trabajadores indígenas, “sindicalistas establecieron por sí solos -con cuotas de sus magros salarios y sin experiencia en producción radiofónica- pequeñas y rudimentarias radioemisoras autogestionarias de corto alcance”⁶⁶. Así se instaló un micrófono abierto para la participación democrática de los ciudadanos, en la que se dio énfasis a la información y comentarios contra la explotación y opresión. Con este ejemplo, se fueron incrementando a nivel nacional y se formó una red de 33 emisoras, lo cual después se volvió causa de represión desde la esfera estatal.

Pero la experiencia no termina ahí, con la cooperación internacional se dan convenios en cuanto a educación sanitaria, técnicas e innovaciones en el campo del agro, y educación audiovisual. Entonces, se alfabetiza, se extienden prácticas para el mejoramiento de la agricultura, y se impacta a través de dispositivos visuales. Es así, que Paulo Freire, realiza sus investigaciones sobre estas prácticas en el área rural, y surgió su crítica: “el concepto de extensión no corresponde a un quehacer educativo liberador [...] si se toma a la educación como práctica de la domesticación”⁶⁷. El educar para Freire, significaba una práctica de libertad, un diálogo de construcción para transformar la realidad.

Conforme pasa el tiempo, hay varios aportes en Latinoamérica que dan paso a la concepción de otro desarrollo, de otra comunicación, del enlace entre las dos desde las miradas más reflexivas en torno a la época, donde se construye en la región otras perspectivas que abarcaron temáticas más profundas como el respeto a los derechos humanos, el respeto a la ecología, el respeto a los pueblos y nacionalidades y a sus prácticas culturales, entre otros.

También se discute la práctica de la comunicación alternativa para el desarrollo democrático y participativo. En este escenario, “se entendía por alternativa toda opción comunicativa que contribuyera a compensar la falta de acceso y participación de las

⁶⁶ BELTRÁN, Luis Ramiro, “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo” *Revista Anagramas. Rumbos y sentidos de la Comunicación*, Número 8, Medellín – Colombia, enero/junio, 2006, p. 57.

⁶⁷ FREIRE, Paulo, Op.Cit., p. 21, 25.

mayorías a los modernos medios comerciales y estatales”⁶⁸. Este tipo de Comunicación – Desarrollo apuntaba a fines no lucrativos, de fuerte compromiso y mucha creatividad. Aquí, Mario Kaplún, crea una estrategia llamada cassette foro rural, la misma que facilitaba la comunicación entre cooperativas de agricultores en Uruguay. Otras experiencias se ampliaron en Brasil, Perú, Colombia, México, Bolivia, Ecuador, con tecnologías elementales, como periódicos, murales y altavoces, pequeñas cabinas de grabación radiofónica, que por su costo, fueron consolidándose.

A lo largo de los años 70, otros investigadores fueron contribuyendo a la comunicación, ampliando las experiencias y teorizando a través de ellas, desde perspectivas de participación, y democratización. Es así que el peruano Rafael Roncagliolo reflexionó sobre el cambio social y la necesidad de un nuevo marco conceptual para el estudio de la comunicación ligada al desarrollo. Luego, el brasileño Joao Bosco Pinto hizo contribuciones similares, y de igual forma, el paraguayo Juan Díaz Bordenave realizó una evaluación sobre los empeños de formulación teórica innovadora en este campo tan complejo. Así la comunicación tuvo enfoques diversos y adjetivos característicos: democrática, dialógica, participatoria, popular, alternativa.

Con esto, Luis Ramiro Beltrán propuso lineamientos básicos para la construcción de un modelo de comunicación desarrollo horizontal, que sea libre e igualitario, que genere participación, basado en derechos de acceso y expresión y que propicie el diálogo. Por ello, podríamos decir que fue el pionero en entender a la comunicación desarrollo, desde la organización y planificación y la necesidad de plantear estrategias, y por ende la necesidad de crear políticas nacionales de comunicación. Así se planteó la primera reunión de expertos en políticas nacionales de comunicación que se realizó en el “Tercer Mundo”, auspiciada por la UNESCO, donde se propuso finalmente el respeto y fortalecimiento de medios comunitarios, y las garantías necesarias para el acceso y participación a la que tienen derechos los individuos.

⁶⁸ BELTRÁN, Luis Ramiro, “La comunicación y el desarrollo democráticos en Latinoamérica” *Revista Comunicación*. Número 126, Caracas – Venezuela, s/f, p. 82.

“A lo largo de la década de los 80 continuó la producción de literatura comprometida con la democratización de la comunicación”⁶⁹. De este modo, las reflexiones se profundizan y se hacen investigaciones en cuanto a la economía de la región para aterrizar la necesidad de que la comunicación intervenga en el desarrollo de las naciones. En Lima, se produce una mesa redonda que abordó el tema de Comunicación y desarrollo y es ahí que, comunicólogos y economistas se juntan para delinear aspectos sobre “políticas de Comunicación para el Desarrollo, Comunicación y Desarrollo rural, Comunicación y Planificación, Comunicación y Educación, Comunicación y Cultura, y Comunicación, Ciencias y nuevas tecnologías”⁷⁰.

A partir de los años 90, se propuso ser más realistas, convincentes, concretos, y exigentes, al respecto de un contexto Latinoamericano cambiante, e influenciado por procesos de globalización arrolladora. En esta etapa, se reflexiona y se repiensa el desarrollo y la comunicación dejando de contemplarla bajo acciones alternativas pero modestas y de poco impacto. Aquí se aterriza verdaderamente en la relación del Desarrollo con la Comunicación. Son las investigaciones de Rosa María Alfaro, las que lideran este pensar en “otro desarrollo”, desde la comprensión de la identidad social y cultural, los procesos políticos y el proyecto educativo.

Por otro lado, se hace necesario un análisis sociocultural, liderado por Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini, quienes revaloraron el sentido estratégico de la Comunicación en los procesos de Desarrollo, desde la mirada de la cultura.

Desde los años noventa hasta la época actual se han dado renovaciones conceptuales que miran profundamente a la Comunicación – Desarrollo, abarcando dimensiones políticas, culturales, sociales y económicas. Las mismas que dentro del contexto global y local no pueden ser estáticas sino dinámicas, y gracias a esto, la Comunicación Desarrollo ha seguido y seguirá enfrentándose a la incertidumbre.

⁶⁹ BELTRÁN, Luis Ramiro, Op.Cit., p. 85.

⁷⁰ Ídem., p. 86.

3.4 Importancia de la participación de la comunidad en los procesos de Desarrollo

“Lo esencial de la vida social está hecho de relaciones entre actores y sólo la combinación de sus esperanzas y de sus combates puede producir lo que nosotros llamamos desarrollo”⁷¹. Con esto, se puede afirmar que los procesos de Desarrollo han ido articulando relaciones entre los individuos con miras a la consecución de sus intereses tanto individuales como colectivos. En este sentido, se va construyendo y solidificando una noción de participación activa, la misma que va acompañada de un sentido de pertenencia sobre su realidad y sus transformaciones necesarias.

Las propuestas del Desarrollo buscan la construcción de sociedades más democráticas, pero es un equívoco reducir a la democracia a una práctica metodológica participativa en actividades. Cuando la democracia se comprende de este modo, define a la política como “una confrontación de fuerzas partidarias sostenidas por intereses económicos particulares, que de por sí y espontáneamente van a generar Desarrollo, gracias a su conducción”⁷².

Entonces, a la democracia se la desvincula de sus responsabilidades con la justicia y el cambio social y aún más ni siquiera se toma en cuenta a la sociedad civil, sino se habla desde la palestra gubernamental. Con esto, hay programas de desarrollo nacional, en los cuales se “solucionan” las problemáticas sociales aparentemente, sin profundizar en proyectos políticos y sociales impulsados desde la propia población.

En los procesos de Desarrollo, los individuos deberían ser tomados en cuenta no como víctimas de las problemáticas sociales que enfrentan sino como sujetos de derechos que tienen el protagonismo para apropiarse de su realidad, confrontándola y transformándola.

El Desarrollo sería un campo de reivindicación y ejercicio de derechos ciudadanos, donde los individuos fortalezcan sus capacidades de atender las carencias que afrontan. “Ello

⁷¹ CONTRERAS, Adalid, “Encuentros y Desencuentros entre Comunicación, Desarrollo y Sociedad” *Memoria Académica 4 al 6 de noviembre de 1999 Cochabamba, Bolivia*. Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, La Paz – Bolivia, noviembre, 2000, p. 288.

⁷² ALFARO, Rosa María, *Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo*, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lima – Perú, 2006, p. 73.

colocaría al ciudadano como sujeto y no como objeto del Desarrollo”⁷³. Así, los individuos construyen sociedades que basan su convivencia en el respeto mutuo, la práctica de los derechos humanos, y en el ejercicio de la libertad y de la solidaridad.

En el Desarrollo, la comunidad debe establecer responsabilidades y sentidos de pertenencia, además debe integrarse y organizarse para hacer más viables sus conquistas y así construir la sociedad que se requiere. Sin embargo, lo que sucede, lamentablemente en la implementación del Desarrollo, es más el efecto que la formación de la comunidad como estilo de vida y de trabajo. Entonces, lo que ocurre se fractura una vez que los proyectos en desarrollo finalizan, es decir, no existe autogestión de la comunidad ni liderazgo para continuar los procesos en los que se hallaban inmersos.

Por ello, se considera que la Comunicación Desarrollo enfrenta otro reto: “ser gestora de lo común, a través del diálogo, la discusión y colocando voluntades e iniciativas democráticas en los espacios públicos para hacer de lo comunitario costumbre y mística para ponernos de acuerdo y compartir apoyando o exigiendo, participando o vigilando”⁷⁴.

Es así que el Desarrollo implica actividades constantes y cotidianas que el sujeto emprenda, a través de las relaciones que establezca.

*Estas relaciones comprometen la construcción de la propia identidad, individual y colectiva, [...] Por ello, se debe analizar las identidades en sus flexibilidades, mestizajes, hibridaciones y alteridades que concurren en la construcción permanente de un sujeto renovador desde lo suyo propio*⁷⁵

De esta manera, la organización de la comunidad se fortalece desde el individuo mismo hasta la colectividad. Se debe procurar el impulso al diálogo y a la acción voluntaria, activa y participativa de los grupos involucrados. Es importante articular relaciones de entendimiento, que generen reconocimiento y respeto por ese otro, diferente más no desigual. Así se puede lograr que los sujetos vayan involucrándose en sus procesos de

⁷³ Ídem., p. 73.

⁷⁴ ALFARO, Rosa María, Op.Cit., p. 75.

⁷⁵ CONTRERAS, Adalid, Op.Cit., p. 283.

desarrollo, tomando iniciativas por sí mismos, sintiendo ser gestores de sus luchas y construcciones de sociedad.

Por otro lado, hay que eliminar la concepción de que el derecho a la información contiene todas las expectativas de las comunidades. El derecho a la comunicación es el que se debe valorar en este sentido ya que éste implica “pensar la comunicación desde las culturas y formas de organización de la ciudadanía, espacio real donde se construyen sentidos de sociedad, mediante el intercambio y apropiación de signos y significados”⁷⁶. Es así que se construye un nuevo proyecto político, cultural y social con miras a la construcción del Desarrollo, basado en el sujeto, en sus intereses, sus demandas, y propuestas.

Es necesario y urgente incentivar la capacidad crítica dentro de los procesos de Desarrollo para generar propuestas, la palabra debe circular libremente construyendo respuestas a esas incertezas y preguntas que surgen en los procesos de desarrollo. Las soluciones dependen así de una construcción constante para el cambio y los logros se encaminan, a partir del desarrollo humano.

Esto se logra también activando las relaciones entre las diversidades, entendiéndolas y comprendiéndolas desde la diferencia. Así se debe fomentar la responsabilidad de unos y otros, conjuntamente trabajando, por los procesos educativos, y de afirmación cultural, donde exista una democracia justa que exprese la voz de todos los involucrados. Se debe procurar las prácticas en procesos:

*Que van desde la ciudadanía, recogiendo su participación, empoderándola en distintos espacios [...] para la lucha contra la pobreza, no para la legitimación de la diferenciación y exclusión inhumanas, sino para la inclusión protagónica de la ciudadanía ejerciendo poder y, de este modo, construyendo democracia*⁷⁷

Así se retoma a la sociedad, desde el individuo y a su conjunto, desde las colectividades que nacen en las comunidades, en sus expectativas en torno de los procesos de cambio que se quieren lograr. Es de este modo que se recupera el sentido de construcción social que

⁷⁶ Ídem., p. 289.

⁷⁷ CONTRERAS, Adalid, Op.Cit., p. 290.

tiene la participación, como fuente y práctica de resolución de conflictos, un campo activo donde entran en juego las colectividades e individualidades y con éstos, sus particularidades y generalidades.

De este modo se confrontan los mundos posibles, propuesta desde el corazón de la gente y las sociedades. Es así que se posibilita que la Comunicación Desarrollo se establezca como las acciones que motiven y acompañen procesos de despertares políticos y sociales, de testimonios de vida, de educación, formación y reflexión permanentes. Así como también se aporta al desarrollo para expandirlo desde las localidades hacia lo regional y global. No se puede seguir implementado proyectos de Desarrollo que sigan generando dependencia, y que prescindan de prestar atención a las verdaderas confrontaciones de la población con su realidad.

3.5 Apropiación de los espacios políticos y culturales

Existe un ir y venir de los habitantes, donde se ejerce el total anonimato. Nos convertimos en seres momentáneos, sociedades movedizos, como explica el antropólogo Manuel Delgado, “se olvida el intercambio simbólico y la apropiación de los espacios como fuente misma de identidad, desde la política y la cultura”⁷⁸.

Las políticas de ordenamiento territorial conciben la planificación de las sociedades desde una estructura institucionalizada. De modo que se gestiona la ciudad, se la remodela, se la reconfigura y se la reforma. Mientras que existe una ciudad que se habita, que se percibe, que se pasea, y se vive. Es el otro lado de la ciudad que no miramos, la que observa Delgado, evidenciando el papel decisivo de los imaginarios. Si nuestra mirada es turística, se habita la ciudad considerándola una mercancía más, un lugar donde los espacios públicos son escenarios para tomarse una fotografía de paso, de la cual no nos apropiamos ni por un momento.

⁷⁸ DELGADO, Manuel, *Sociedades movedizas. Pasos hacia una antropología de las calles*, Ediciones Anagrama, Barcelona – España, 2007, p. 7.

Con tanto desplazamiento las relaciones afectivas con el otro comienzan a deslegitimarse, no se da crédito a las relaciones estrechas que se puedan establecer y propendemos a relaciones frágiles, carentes de sentido. Lo urbano, colosal artefacto de hacer y deshacer nudos humanos que no puede detener su interminable labor⁷⁹ justifica el papel esquivo que jugamos en la ciudad cuando nos enfrentamos al otro. Es así que nuestro anonimato cruza las calles junto a otros seres invisibles y anónimos también.

Pero es imposible vivir la ciudad desde lo deshabitado, desde el desprendimiento y desde la mirada indiferente sin una propuesta cotidiana de aproximación. Resulta que para identificarnos con la realidad es necesario reflexionar acerca de las acciones que emprendemos para apropiarnos de los entornos, porque es ahí donde se propicia el acontecimiento.

Entonces la apropiación, ese *dentro* sería una interiorización que se refleje en la praxis humana, en ese entramado de significados que le damos al espacio y a su relación con nosotros mismos. En esa apropiación, somos los habitantes quienes debemos considerar un cambio de actitudes que ciertas veces podrían ser desapercibidas pero que crean el conflicto del desapego con la realidad que habitamos deshabitando. Todo esto requiere de un proceso dinámico de interacción con el medio y las personas. A través de estas prácticas las personas transforman los espacios, dejan signos, huellas, señales símbolos para generar acción y afecto. Se da así un significado al espacio que se habita, se lo reconoce como espacio propio pero social, en el que existan verdaderos procesos de intercambio que definan la identidad.

No se puede esperar que la institucionalización de los espacios genere más distanciamientos entre los actores sociales mediante las ciudades funcionales que exigen prácticas sociales, es decir sujetos inactivos en su propio espacio. Hay que anclarse a la ciudad desde la humanidad, desde los sentidos y la cercanía con el otro. De este modo a la experiencia con los espacios se le otorgaría un sentido de pertenencia de los entornos, que construya relaciones más sólidas con las personas y confiera identidad individual y social.

⁷⁹Idem., p. 8

Apropiarse de los espacios diariamente significaría reducir esa invisibilidad que le otorgamos a todo gracias a lo instantáneo. Aquí lo político pasa a la palestra de los gobiernos, lo económico a la percepción única del consumo, lo social a un simulacro de acciones desapercibidas y lo cultural al fomento de espectáculos. El espacio no puede ser mirado a través del velo de la incompreensión y la casualidad o la extrañeza. En el cajón de lo externo, de lo público, se reúne todo lo que se muestra a los demás, lo que es objeto de percepción y opinión por parte de quienes están también *ahí afuera*, mirando y escuchando todo lo que ha quedado súbitamente descubierto⁸⁰. De manera que el espacio es ese ámbito de encuentro con los demás habitantes para generar conciencia, transparencia, convivencia e intimidad. Una identificación lejana con el espacio nos hace generar más fronteras con el otro, desconocerlo desde nuestra misma mirada y también volvernos ignorados.

Es necesario identificar que nuestros tiempos históricos, nuestras geografías y culturas definen la riqueza de lo diverso, de lo plural. Desde esta mirada, el sentido de apropiación se evidencia, se enuncia en las calles, la fiesta, el mercado, los parques, los espacios de comunicación, las radios, las plazas, entre otros. Todo esto se vuelve un compromiso político y cultural, pues compromete simbolismos múltiples, articulados a la manera en cómo las sociedades se proyectan al futuro.

Si comprendemos a la cultura y a la política como dimensiones del ser humano que construyen y reconstruyen su identidad en los procesos de cambio, entenderemos que la realidad es compartida, por ende es en los espacios donde “se van estableciendo vínculos y desarticulaciones, creando valores y expectativas, definiendo su vida cotidiana, la que forma parte de un quehacer articulado de mundos simbólicos comunes, que se legitima e incrementa a la vez”⁸¹.

El trabajo político en comunicación se vincula a la cultura, en la que se sostiene la identidad del actor del desarrollo. Éste entiende la pluralidad cultural y busca expresarse a través de los espacios cotidianos, pero también se empodera de los espacios, gestionándolos, interviniendo comunicativamente. Por ello la importancia de la comunicación en el hacer emerger esos mundos subjetivos y compartirlos para la

⁸⁰ DELGADO, Manuel, Op.Cit., p. 30.

⁸¹ ALFARO, Rosa María, Op.Cit., p. 52

comprensión de la realidad, la búsqueda de una nueva identidad y la conformación de espacios, verdaderamente de carácter público.

Por otro lado, “la Comunicación en su relación con el Desarrollo aparece vinculada a los nuevos modos de habitar el espacio-mundo, ahora, en un cambio de época donde las redes de información, comunicación y conocimiento nos convierte en habitantes planetarios, sin viajar ni salir de casa y nos conectan a agendas mundiales”⁸². Aquí los espacios se complejizan, pues nos enfrentamos a nuevos escenarios por donde transitan las vidas y sentidos culturales de nuestros pueblos. Por ello, las estrategias para apropiarse de los espacios cambian, generando “estratégicos escenarios que le exigen a la política densificar su dimensión simbólica, su capacidad de convocar y construir ciudadanos”⁸³, de modo que sean los actores sociales quienes transformen los escenarios de vida, cuestionando, desde la apropiación de los espacios las prácticas culturales y políticas. Así dejaremos de ser piezas móviles que pululan los espacios según las normativas exigen, de manera que los espacios no se institucionalicen y dejen de lado al ser que los vive, los percibe y los reactiva.

⁸² CONTRERAS, Adalid, Op.Cit., p. 282.

⁸³ BARBERO, Jesús Martín, “De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política” Quito, 29 de noviembre de 2010, http://www.nuso.org/upload/articulos/2992_1.pdf

CAPÍTULO 4

EL SUEÑO DE UNA RADIO COMUNITARIA EN EL CANTÓN ATAHUALPA

4.1 Historia del Cantón Atahualpa

El verdadero sentir de un pueblo, se evidencia a través de su historia, en los acontecimientos de su desarrollo, sus épocas doradas, sus costumbres, añoranzas y, sobre todo, en sus raíces, y el cantón Atahualpa guarda en su seno una invalorable riqueza histórica que, sin duda, lo convierte en un referente cultural muy importante para nuestro país.

Los hechos históricos señalan que Paccha fue fundada por tres ocasiones. Los primeros asentamientos datan de 1533, poblándose las estribaciones de la cordillera de Dumarí, en lo que se conoce como las ruinas de Yacuviñay a 7 km. al noroccidente de la actual ciudad de Paccha.

En el año de 1560, con la presencia española, se persuade a los indígenas para trasladar el asentamiento poblacional ubicado en Yacuviñay hasta Haripoto o Pueblo Viejo. El 13 de julio de 1709, mediante decreto de la Real Audiencia de Quito, se ordenó la demolición de Pueblo Viejo y su mudanza al sector de Zuy Zuo Zurimpalta (lo que hoy es Paccha), dándose con esto la tercera y definitiva fundación.

Paccha es la cabecera cantonal de Atahualpa y la historia de sus raíces está relacionada con la presencia de los Cañaris, de los Jambelíes e Incas, quienes dejaron sus huellas en medio de las montañas y valles donde habitaron. Allí se encuentran las ruinas de Yacuviñay construidas por estas tribus de habitantes y que a pesar del tiempo se mantienen erguidas como silenciosos monumentos y verdaderos testigos de su identidad.

Por casi 300 años, Paccha se ha ido forjando, poco a poco, con el trabajo de sus hijos, hasta lograr constituirse en parroquia. Habiendo logrado esta categoría, se avizoran nuevos vientos de cambio y superación, sin embargo, no logra satisfacer todas las necesidades propias de un pueblo, debido al centralismo reinante de los poderes de turno.

Mucho tiempo ha tenido que transcurrir para emprender en una nueva jornada de lucha por conseguir la cantonización del legendario pueblo de Paccha. Es así como, el 24 de mayo de 1980, surgen las primeras manifestaciones de entusiastas ciudadanos de Paccha, quienes se concentran en asamblea general, en el Rectorado del colegio Ángel Tinoco Ruiz, bajo la iniciativa del teniente político, señor Manuel Sánchez, dando así los primeros pasos tendientes a la consecución de la cantonización. La asamblea, que cuenta con la presencia de varias personas, resuelve designar un pre comité y delega la responsabilidad de incentivar a la ciudadanía con el fin de que apoye esta noble causa.

La primera directiva pro-cantonización es la siguiente: Presidente: Lcdo. Máximo Tinoco Tinoco, Vicepresidente: Prof. Marco Enrique Sánchez, Secretario: Sr. Arturo Jumbo Matamoros, Pro- Secretario: Sr. Fulbio Macas Valarezo, Tesorero: Prof. Gerardo Ruilova Moreno, Vocales principales Sr. Javier Tinoco Ruiz, Sr. Víctor Matamoros, Sr. Froilán Cely, y Sr. Juan Ruilova.

Las gestiones sucedían una tras otra, desalentadoras a veces, otras optimistas; pero esto probaba la convicción cívica, el sentimiento de lucha legado por sus ancestros y el amor a su tierra por parte de quienes tenía esa gran responsabilidad.

Los habitantes de la parroquia Ayapamba, en primera instancia se mostraron escépticos a la cantonización, pero poco a poco le fueron dando importancia y credibilidad al movimiento y en la asamblea del 8 de junio de 1980 se adhieren a la lucha, brindando mayor fortaleza a esta aspiración.

El 30 de agosto de 1980, la Comisión de Límites Internos de la República (CELIR) realiza la visita oficial al proyecto, a fin de hacer la inspección para dictaminar el pronunciamiento y el 29 de septiembre del mismo año, la comisión emite el informe negativo.

Desaliento y frustración causó este informe, originando la desorganización temporal del movimiento. Pero la intención de ver surgir a su pueblo victorioso y no claudicar en sus propósitos, enrumba nuevas gestiones que se fortalecen con la visita del presidente del Honorable Congreso Nacional, Ingeniero Raúl Vaca Carbo, quien comprometió su apoyo a la gestión.

Otro hecho que recobró la esperanza ciudadana, fue conseguir que el Consejo Provincial de El Oro, el 27 de mayo de 1981, se pronuncie favorablemente por la cantonización. Además, el 27 de agosto de 1981, 40 diputados firman una solicitud y la dirigen al presidente de la CELIR, Sr. Francisco González, en la que se pide rectificar el informe negativo. Se presenta un nuevo proyecto a la comisión con fecha 16 de febrero de 1982 y se hace una segunda inspección; pero el informe lamentablemente se mantiene negativo.

Esto originó, otra vez, la desorganización de la junta cívica, sin embargo, el civismo de su gente no se pierde y sigue latente el anhelo de ver surgir, del abandono y miseria, a este importante sector del altiplano oreño. En 1984 se organiza, nuevamente, el movimiento pro cantonización, dispuesto a no dar marcha atrás y hacer prevalecer los derechos de su pueblo y sobre todo demostrar que solo con la lucha tenaz se puede romper las cadenas del injusto centralismo.

La presidencia la asume el Lcdo. Nelson Tandazo y el Ing. Galo Vásconez ocupó la segunda vocalía. Seguros de que no todo estaba perdido y confiando que las justas aspiraciones serán escuchadas, se prosigue con la lucha, encontrando en el camino obstáculos, pero también el apoyo de personas con nobles sentimientos, como lo fue el Lcdo. Manuel Ávila Llor, que gracias a sus buenas relaciones con representantes del Ministerio de Gobierno logró persuadir para que el informe negativo se revoque. Es necesario para ello que la CELIR realice una tercera inspección del proyecto, correspondiendo al arquitecto Iván Meza presidir la delegación. El funcionario acogió el sentir ciudadano y respondió positivamente al objetivo propuesto por los líderes y pueblo en general.

Con el informe positivo de la CELIR, viene la segunda etapa, que es la aprobación del Congreso Nacional, pero la Comisión Legislativa de lo Civil y Penal debe dar su previo

informe, donde se destaca la figura del pro secretario de la comisión, Lcdo. Rodrigo Eguiguren, que se apersonó con interés y aprecio a la causa. Conforme el proyecto avanzaba, se presentó oposición de las autoridades de Zaruma, cantón al que pertenecía Paccha. Superadas estas y otras dificultades, se logra que el plenario de la Comisión Legislativa del Parlamento Nacional aprobara en primera y segunda instancia la cantonización de Atahualpa.

El acuerdo legislativo es remitido, el 18 de abril de 1984 a manos del señor Presidente Constitucional del Ecuador, Dr. Osvaldo Hurtado Larrea para el ejecútese. Ya en el palacio de gobierno, en presencia de los señores Máximo Enrique Tinoco, Manuel Sánchez, Rodrigo Eguiguren y Luís Alberto León, el mandatario firma el decreto de cantonización, el 25 de abril de 1984, cumpliéndose el anhelo de los atahualpenses. El decreto se publicó en el Registro Oficial número 731, y de esta forma Atahualpa se convierte en el décimo cantón de la provincia de El Oro.

Han transcurrido veintisiete años de cantonización, y la ciudad de Paccha ha logrado un significativo mejoramiento en sus rutas de llegada. Tiene tres vías de acceso asfaltadas que le permiten la comunicación con el cantón Zaruma, por un lado, con Piñas, Santa Rosa y Machala, por otro, la tercera vía que es un acceso directo para comunicarse con Pasaje y Machala. Transitan por estas vías los buses de transporte de la Cooperativa Paccha y Ciudad de Piñas, con varios turnos durante el día para satisfacer las necesidades de la ciudadanía.

La economía se sustenta en la producción agropecuaria, minera y artesanal, impulsada desde el gobierno local y desde el sector privado. Sus habitantes mantienen sus raíces culturales y sociales muy arraigadas dentro de una educación de principios éticos y morales que convergen en familias muy conservadoras que inculcan las buenas costumbres a sus hijos e hijas, haciendo de ellos gente amable, culta y espontánea.

En relación al aspecto financiero, cuenta con una sucursal del Banco de Machala, y el Banco de Guayaquil con su Banco del Barrio, que permiten el movimiento económico del cantón.

En el campo educativo, se puede mencionar la existencia de centros de educación básica, media y la extensión de la Universidad Técnica de Machala, los cuales favorecen la preparación académica de la niñez y juventud.

El turista que llega a la ciudad de Paccha, tiene varias opciones de lugares a visitar. Entre estos tenemos: recorrer las principales calles que fueron construidas hace más de 200 años, la iglesia matriz en cuyo interior se puede contemplar el altar de mármol, haciendo armonía con las pinturas coloniales únicas en su género, el parque central, el mirador turístico de la cruz desde donde se puede apreciar la ciudad y el hermoso paisaje que la rodea, por lo que es un lugar muy especial para tomar fotografías y compartir momentos con la familia o amigos, el centro turístico municipal, que tiene un complejo de canchas deportivas, piscinas para adultos y niños; la biblioteca municipal, el edificio de la administración municipal donde se puede apreciar la galería fotográfica del proceso histórico del cantón y después de conocer estos hermosos lugares puede deleitarse con exquisitos platos típicos.

Ayapamba y su historia.

Ayapamba es la parroquia más grande del cantón Atahualpa y también tiene su propia historia.

Entre los años de 1680 – 1700 se radicó en este sector la tribu de los Güizhagüiñas, con la aspiración de trabajar libremente y promover su estabilidad social; además, en aquellos tiempos apareció por estas tierras un español con poderío económico, que se aprovechó de la bondad de la gente, de su naturaleza, su clima y fertilidad del suelo.

Por otra parte, la Real Audiencia de Quito, administrada por los españoles, toma posesión en estas tierras, logrando, mediante varias batallas, reducir a esclavos a la tribu de los Güizhagüiñas siendo el feudal español quien se hizo cargo de la administración de estas tierras.

Según relata la historia, era tal la humillación que recibieron los indígenas que, apoyados por las tribus vecinas como los Pacchas y otros grupos, se levantaron en armas y se enfrentaron con los españoles en sangrientas batallas. Fue tan grande el enfrentamiento, que cientos de muertos quedaron sobre el suelo de combate, en especial, donde hoy se asienta la población de Ayapamba. Este acontecimiento da origen al nombre de Ayapamba, que significa pampa de muertos.

Si bien es cierto, este nombre evoca tragedia, al mismo tiempo demuestra profundo sentido de valentía y coraje de una raza, que no quería ser esclavizada por extranjeros y defendieron hasta la muerte a su tierra. Es por eso que Ayapamba es sinónimo de libertad, respeto, coraje y valentía

Con estas cualidades de sus habitantes se ha labrado el progreso de esta legendaria parroquia que, hoy por hoy, cuenta con todos los servicios básicos, centros educativos de educación básica y media, vías de acceso a todos sus barrios, obras alcanzadas con el apoyo del Gobierno Autónomo de Atahualpa.

Parroquia de Cordoncillo.

Esta importante parroquia del cantón Atahualpa, nace, por los años de 1860, con los primeros asentamientos de familias procedentes de la provincia del Azuay.

En los años de 1920 ya se avizora como un prominente barrio. Su desarrollo se debe a la gran producción de caña de azúcar, de la cual se obtiene la nutritiva panela en bloque, también el aguardiente. Por otra parte, los extensos sembríos de plátano, yuca, árboles frutales como: Naranja, limón, zapote, papaya, etc. determinan un pueblo eminentemente agrícola.

Versiones de los habitantes más antiguos señalan que el nombre se deriva de un árbol que crece en abundancia en la zona llamado cordoncillo.

En 1994 se organiza la primera Junta Cívica, cuyo fin era emprender las gestiones para lograr la categoría de parroquia, para lo cual contaron con el apoyo de los barrios El Chupo, Los Pinos y Piedras Verdes. Esta aspiración se hizo realidad mediante decreto ministerial Nro. 0533 publicado en el Registro Oficial Nro. 400 del 21 de marzo de 1986.

Parroquia Milagro

Los registros y relatos históricos establecen que la población de Milagro, que pertenecía a la parroquia Ayapamba, se denominaba en principio Santiaguillo, nombre derivado del propietario de la hacienda existente en el lugar, don Santiago Freire.

Luego, una secuencia de hechos ocurridos en el sector, como la llegada de la imagen de la virgen de la Nube en 1950, los primeros actos litúrgicos celebrados en el lugar, la conformación de un comité que planificó e impulsó la construcción de la iglesia en apenas seis años, fueron considerados realmente como un “milagro”, razones más que suficientes para cambiar el nombre del lugar y bautizarlo con el nombre de Milagro.

Parroquia San José

Lleva su nombre, en homenaje al patrono del lugar San José. Antes, cuando se lo consideraba un caserío, pertenecía a la parroquia Ayapamba.

Su creación como parroquia se dio el 29 de mayo de 1987. Al constituirse como tal, sus hijos procuran sacar adelante a su terruño, dedicándose a las actividades agrícolas, de ganadería y a la cría de animales menores, destacándose la elaboración artesanal de la panela y quesos, los que son comercializados en varias ciudades de la provincia.

San Juan de Cerro Azul.

Fue elevada a categoría de parroquia el 25 de julio del año 2001, mediante acuerdo ministerial No. 0252. A esta jurisdicción parroquial le pertenecen los sitios Guarumales, Dos Bocas y Limón Playa.

La historia de Cerro Azul guarda relación con la construcción de la vía Paccha-Pasaje, la misma que debía atravesar toda la zona montañosa de lo que hoy pertenece al cantón Atahualpa. Es así como en el año de 1945, los pobladores de Paccha deciden organizarse en mingas para dar inicio a la construcción de tan anhelada vía (originalmente se proyectaba construir un eje vial directo desde Zaruma a Pasaje).

En 1954, por estrategia militar, se decide impulsar definitivamente la construcción de la vía Paccha – Pasaje, la misma que, además de permitir el crecimiento económico de las zonas por donde cruzaba, establecería un corredor vial directo entre los pueblos de la región alta con la parte baja y por otra parte, la unión con otros ejes viales de importancia estratégica, como las provincias de Azuay y Guayas.

Con la esperanza de que este proyecto “algún día” se haga realidad, como en efecto lo fue, los asentamientos humanos se proponen cultivar estas tierras, pero principalmente se dedican a la cría de ganado vacuno. Es así como surge la población de Cerro Azul, constituida hoy en parroquia y proveedora de productos de ganadería como la carne, leche y quesos.

Por otra parte, sus bosques húmedos aún conservan selvas vírgenes en donde existe una gran variedad de fauna, como monos aulladores, tigrillos, puerco espín, aves exóticas, como loros, pavas, gorriones etc.; y una inmensa variedad de árboles maderables como: amarillo, cedro, guayacán, laurel entre otros; asimismo tenemos varios ríos en cuyas aguas existe una gran variedad de peces.

Cerro Azul, es conocido también como la parroquia verde, por su exuberante vegetación, incluyendo su enorme potencial de agua dulce y la gran variedad de animales que se encuentran en la profundidad de los espacios selváticos. Esta gran riqueza de flora y fauna que posee el cantón Atahualpa, hace que se constituya en un verdadero pulmón de la provincia de El Oro.

4.2 Diagnóstico socio-demográfico cultural

La propuesta de creación de una radio comunitaria, en el cantón Atahualpa, provincia de El Oro, nace el 27 de agosto del 2010, con el primer acercamiento al lugar, el cual tuvo como fin, lograr los primeros contactos con la comunidad.

Este primer acercamiento, se lo realizó a través de conversatorios, visitando de casa en casa a varios hogares de la comunidad, visitando a los grupos juveniles, autoridades, líderes, y asistiendo a los lugares de mayor afluencia que tiene Atahualpa. Este tipo de encuentro permitió conocer las diversas características del cantón, es decir los aspectos sociales, culturales, religiosos, educativos, económicos, comunicacionales, a más de poder identificar las necesidades de la comunidad y abarcar la mayoría de opiniones frente a la propuesta de un medio de comunicación local.

Relevante fue realizar esta actividad, ya que es substancial desde un inicio involucrar a la gente en la investigación, y como menciona el educador y comunicador Jorge Huergo, “si trabajamos en procesos comunicacionales, necesitamos considerar al otro como un Interlocutor (alguien que no es mero destinatario de nuestras propuestas, sino alguien que es capaz de pronunciar su palabra y de comunicarse de diferentes modos): Necesitamos conocerlo sistemáticamente, metódicamente. Si los otros son nuestros interlocutores, para generar procesos y desarrollar proyectos de comunicación con ellos (o en sus ámbitos), necesitamos reconocer sus marcos de referencia: Las relaciones directas de la población, las concepciones, valoraciones, estereotipos, expectativas y creencias que a diario comparten los distintos actores y sectores de una comunidad”.⁸⁴

⁸⁴http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/uranga_mirar_desde_la_comunicacion.pdf

En ese primer encuentro, a través de los conversatorios y las entrevistas, se conoció y acopió información del lugar en los aspectos antes mencionados. Además es importante manifestar que el cantón Atahualpa, corazón geográfico de El Oro, se encuentra ubicado en el altiplano oreense. Sus límites son al Norte con los cantones de Pasaje y Chilla, Al Sur con el cantón Piñas, al Este con el cantón Zaruma y al Oeste con el cantón Santa Rosa. La cabecera cantonal Paccha, se encuentra a 1559 m.s.n.m. La extensión total del cantón Atahualpa es de 381 km². Sus parroquias son: Urbana, Paccha; las Rurales: Ayapamba, Milagro, San José, Cordoncillo y San Juan de Cerro Azul.

Este alejado pero hermoso cantón oreense cuenta con un total de cinco mil ochocientos treinta y tres habitantes, de los cuales dos mil ochocientos veintitrés son mujeres y tres mil diez son hombres.

La topografía especial con la que cuenta, ha permitido que el cantón Atahualpa tenga dos clases de clima, templado en las laderas (Paccha y Ayapamba) y frío (sub-andino) en los sectores altos (cordilleras) dando lugar a una producción rica en el campo agrícola y ganadero, principales sustentos de la economía del cantón. A esto se agrega la producción minera, la misma que es comercializada por el pequeño minero a los compradores de la localidad y estos a su vez lo comercializan fuera del cantón, en las ciudades cercanas como Piñas y Zaruma.

Entre los principales productos obtenidos de la agricultura y ganadería, tanto en Paccha como Ayapamba están: La carne, leche, queso, la panela, café, plátano, fréjol y maíz, los mismos que son comercializados internamente y en la ciudad de Piñas. En la parroquia Milagro y San José las actividades están centradas en la agricultura, ganadería y minería artesanal, con sus productos como el aguardiente, panela, café, leche, queso y el oro, los cuales se comercializan localmente y en los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo. En Cordoncillo y San Juan de Cerro Azul, la producción se centra en la agricultura, ganadería, minería y avicultura y se comercializa internamente y en los cantones de Piñas, Zaruma y Pasaje.

CULTIVOS EXISTENTES EN EL CANTÓN

CULTIVO	HECTÁREAS DE CULTIVO
FRÉJOL SECO (ciclo corto)	23
MAÍZ (ciclo corto)	22
CAFÉ	433
CAÑA DE AZÚCAR	500
PLÁTANO	54

PRODUCCIÓN ANIMAL DEL CANTÓN

ESPECIE	NRO DE CABEZAS
VACUNO	11457
PORCINO	2140
EQUINO	1039
OVINOS	126
AVES	10119

Servicios de mercados y plazas:

Este servicio es administrado por la municipalidad y en la actualidad existen tres mercados: en la cabecera cantonal Paccha, en Cordoncillo y Apartadero, pero el único mercado que está funcionando al momento es el de Paccha. Este mercado se lo utiliza sólo para la venta de carne los días sábados y domingos; las hortalizas, verduras y frutas se comercializan en las tiendas.

Festividades y tradiciones:

En la primera semana del mes de octubre los atahualpenses celebran su fiesta patronal, la misma que es una fiesta religiosa en honor a la virgen del Rosario, en la que son tradicionales las carreras de caballos, comparsas, la banda de pueblo, serenatas, los fuegos pirotécnicos, el bazar (venta al remate de productos y animales donados por los devotos) y la misa de acción de gracias a la patrona del lugar.

La celebración de las fiestas de aniversario de cantonización, se realiza el 10 de agosto y no el día 25 de abril (fecha de cantonización), en razón de que en años anteriores los estudiantes, en esta fecha, no estaban en clases y además porque en el mes de agosto se dio inicio a la lucha por conseguir la cantonización, por lo que las autoridades decidieron trasladarlas al mes de agosto, por ser una fiesta de tradición con carácter cívico y comercial en la cual se realizan varios eventos, siendo los más importantes la elección de la reina, el baile popular, la carrera de carros, la feria ganadera, el rodeo montubio y los tendidos, que son puestos que se ubican en una sola calle para la venta de diferentes productos que llevan los comerciantes de otros lugares.

Por otra parte, con respecto a la festividad navideña y de fin de año, supieron mencionar, que estas fechas las celebran en unión familiar, sin tanto consumismo y además varios hogares se preparan, para recibir a sus familiares que por alguna razón han tenido que salir del cantón. El 31 de diciembre, en el tradicional sector de La Loma, se lleva a efecto, por tradición, previo a la quema del año viejo, un programa en el que se presentan artistas de otros lugares, contratados por una comisión encargada de esta festividad, lo cual es posible gracias a la colaboración de los habitantes. Esta manifestación de la gente es una señal más de que la comunidad es unida, colaboradora con sentido de solidaridad y apoyo entre todos quienes forman parte de este cantón.

FICHA ETNOGRÁFICA

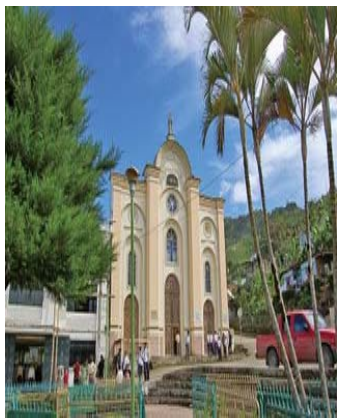
FICHA: 1

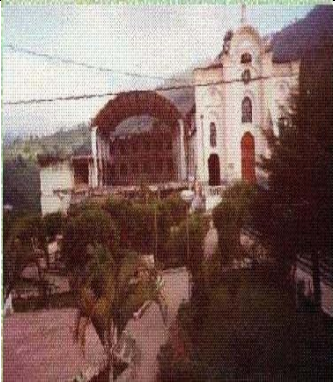
Día: Viernes 17 de Junio 2011

Lugar: Parque Central de Paccha

Tiempo: 15:00 a 17: 00

Actividad: Observación

	NOTAS
LUGAR: PARQUE CENTRAL 	15:00 El parque central de Paccha (cabecera cantonal de Atahualpa) es el lugar de paso obligado para quienes asisten a la iglesia y quienes van al colegio. Se encuentra rodeado al Norte por la iglesia matriz Madre del Rosario y el colegio Ángel Tinoco Ruiz, hacia el Sur con la casa del Sr. Javier Tinoco (adjunta al edificio municipal), al Este con la calle 10 de Agosto (calle principal) y al Oeste calle perimetral En la visita realizada a la ciudad de Paccha con el fin de conocer y hacer un pre-diagnóstico (agosto del 2010), sobre la propuesta, los ciudadanos que se encontraban en ese momento, explicaron que el parque, anteriormente era un lugar sin atractivos, pero hace pocos años, había sido remodelado para darle proyección turística. Con ese fin, una de sus esquinas (parte Sur-Oeste) se había destinado para el descanso de los visitantes, en una especie de sala improvisada (glorieta), con su respectiva cubierta y cinco bancas, al estilo colonial para unas 20 personas cómodamente sentadas. Contaba también con los espacios de paseo entre las jardineras

	y por el lado Oeste, a manera de un balcón permitía apreciar el paisaje que rodea a la población de Ayapamba. Además, embellecían al parque, una variedad de plantas ornamentales cuidadosamente distribuidas haciendo un contraste único a la mirada de los visitantes. Pero, la actual administración municipal, siguiendo con la línea de hacer del parque un verdadero atractivo turístico, ha emprendido en una segunda remodelación, por lo que al momento de la observación encontramos al lugar cerrado y solo gente realizando los trabajos respectivos. El parque es frecuentado por jóvenes y niños especialmente en las tardes, en las noches algunas personas mayores salen también a recrearse.
SUJETOS	15:00 Debido a los trabajos que se están efectuando en la remodelación del parque, sólo se observa a los trabajadores y al ingeniero que dirige la obra. 15:30 La afluencia de personas hacia el parque es nula, sin embargo, por la calle principal, se observa que cruzan algunos jóvenes, señoritas y también niños quienes se dirigen al colegio. Unos ingresaron y otros en franca camaradería se quedaron en el pasillo de ingreso. 16:00 Algunas señoras, con paso apresurado, portando en sus manos un libro de rezos, van a la iglesia. Las tres puertas de acceso están cerradas, sin embargo, se disponen a ingresar por una pequeña puerta que hay en la puerta principal y que está abierta de lunes a sábado desde las 8:00 hasta las 20:00, según nos informaron.

ACCIONES	16:30 a 17:00 Los jóvenes que ingresaron al colegio se dedicaron a jugar básquet. Mientras que otros desde el graderío observaban el juego. Quienes se quedaron en el pasillo de ingreso estaban escuchando música por medio de sus celulares y otros en amena conversación de rato en rato echaban voces de júbilo.
OBJETOS	Al momento se puede observar que el parque ha sido demolido en su totalidad, se ha colocado el cerramiento de toda el área por motivo de los trabajos que se están efectuando; además se observa materiales de construcción y herramientas de trabajo, Entre los trabajos podemos señalar las baterías higiénicas en el subsuelo y una pared en la parte Sur.
CLASE SOCIETAL	En la ciudad de Paccha y el cantón Atahualpa en general, se puede evidenciar la existencia de gente de clase media y media-alta. Esto se debe a que la mayoría de las familias, desde hace algunos años, se han dedicado a la explotación aurífera, en su propio territorio y en otras zonas de la provincia, lo que ha permitido mejorar significativamente la economía. Además, se dedican a la ganadería, agricultura y el comercio, lo que permite que esta sea una población económicamente productiva Las relaciones interpersonales son cordiales, puesto que casi todos se conocen y prácticamente viven en un ambiente de familiaridad, respeto, consideración, y amabilidad entre unos

	y otros.
MUSICA PREFERIDA	En cuanto a la música, en los jóvenes se ve una marcada tendencia entre baladas, reggaetón, electrónica, hip hop, vallenatos, Dentro del grupo de personas adultas se puede evidenciar que tienen un gusto por música nacional, pasillos y rockoleras
MEDIOS TELEVISIVOS, RADIALES Y PROGRAMACION	Entre los canales televisivos más vistos se puede mencionar a ECUAVISA (canal 7), GAMATV (canal 9) TELEAMAZONAS (canal 11) y ECUA TV (canal 10) En cuanto a medios impresos podemos mencionar Diario El Nacional, El Correo, Extra y El Universo, los mismos que se distribuyen bajo pedido. Por otro lado en lo que respecta a medios radiales se puede señalar que el Cantón no cuenta con emisora propia, pero escuchan con mayor frecuencia Radio “Lluvia” y “Elite” de la ciudad de Piñas y radio Canela de la ciudad de Machala. Con respecto a la programación de los medios televisivos, hay preferencia por los noticieros, el fútbol y programas educativos. Con relación a la radio, prefieren los noticieros y música.
RELIGIÓN	La población de este cantón es mayoritariamente Católica, y en un porcentaje menor se puede mencionar a personas adeptas a la religión de Testigos de Jehová.

FICHA: 2

Día: Domingo 19 de Junio 2011

Lugar: Barrio Central de Atahualpa

Tiempo: 10:00 a 12:00

Actividad: Observación

	NOTAS
ESPACIO	10:00 am En este día se pudo apreciar mayor movimiento de personas, a lo largo de la calle principal, debido a que la gente que vive en las parroquias y barrios sale a Paccha, cabecera cantonal de Atahualpa. Previo a la celebración de la misa, se observó la presencia de adolescentes y jóvenes que acuden al catecismo portando sus libros de estudio. Al mismo tiempo se observa a la gente que empiezan a llegar a la iglesia, con el fin de alcanzar las mejores ubicaciones. 11:00 A esta hora se observa a las últimas personas que ingresan a la iglesia, la misma que está totalmente llena de feligreses, es la misa tradicional de los domingos donde gente adulta y adulta mayor, jóvenes y niños asisten a la celebración del horario de 11:00 a 12:00. A esta celebración religiosa asiste gente de clase media y media alta. 12:00 La gente al salir de la iglesia van unos presurosos a sus

	actividades personales, unos se dirigen a sus domicilios, otros permanecen cerca de la iglesia conversando entre amigos, pero la gente del campo acude a las tiendas para abastecerse de alimentos que les sirve para la siguiente semana.
SUJETOS	10:00 Aquí se puede evidenciar la presencia de adolescentes y jóvenes lo cuales entre amigos y familiares se dirigen a la iglesia a sus clases de catecismo los mismos que llevan una vestimenta bastante juvenil. Los hombres llevan un jean un tanto estrecho, con camisas apretadas, zapatillas y peinados diversos. En cuanto a mujeres se puede señalar el uso de jean, licras o faldas, además usan blusas cortas y largas con cinturones anchos o camisetas con logotipos diversos, además usan sandalias, o botas, por lo general llevan el cabello suelto, pero también se colocan vinchas o diademas. 11:00 A este horario se puede observar a gente ya adulta asistiendo a misa, los hombres visten pantalón casimir, y camisa en su mayoría de color blanco, con zapatos de suela, las mujeres visten con pantalón de tela o faldas largas y blusas de diferentes colores y estilos.
ACCIONES	10:00 Los jóvenes que se dirigen a la iglesia, se encuentran con otros amigos, se detienen para saludar, conversan un momento y prosiguen. 11:00 En cuanto a los adultos caminan por las calles del lugar con sus hijos pequeños o en familia, y saludan con todas las personas ya que en este lugar existe amistad entre todos, por el hecho de ser un lugar pequeño.

OBJETOS	En la calle principal, que conduce al parque central y a la iglesia, se encuentra un carro vendiendo helados de crema, el mismo que hace propaganda con un parlante, y además de un señor que lleva un coche de granizados, los mismos que son vendidos al terminar las actividades en la iglesia.
CLASE SOCIETAL	Se puede evidenciar que transitan por las calles del lugar a personas de clase media y media-alta ya que al ser un lugar pequeño la gente se conoce entre si, y poseen una amistad de varios años. En la ciudad de Paccha y el cantón Atahualpa en general, se puede evidenciar la existencia de gente de clase media y media-alta. Esto se debe a que la mayoría de las familias, desde hace algunos años, se han dedicado a la explotación aurífera, en su propio territorio y en otras zonas de la provincia, lo que ha permitido mejorar significativamente la economía. Además, se dedican a la ganadería, agricultura y el comercio, lo que permite que esta sea una población económicamente productiva Las relaciones interpersonales son cordiales, puesto que casi todos se conocen y prácticamente viven en un ambiente de familiaridad, respeto, consideración, y amabilidad entre unos y otros
MUSICA PREFERIDA	En cuanto a la música, en los jóvenes se ve una marcada tendencia entre baladas, reggaetón, electrónica, hip hop, vallenatos, Dentro del grupo de personas adultas se puede evidenciar que tienen un gusto por música nacional, pasillos y rockleras

MEDIOS TELEVISIVOS, RADIALES Y PROGRAMACION	Entre los canales televisivos más vistos se puede mencionar a ECUAVISA (canal 7), GAMATV (canal 9) TELEAMAZONAS (canal 11) y ECUA TV (canal 10) En cuanto a medios impresos podemos mencionar Diario El Nacional, El Correo, Extra y El Universo, los mismos que se distribuyen bajo pedido. Por otro lado en lo que respecta a medios radiales se puede señalar que el Cantón no cuenta con emisora propia, pero escuchan con mayor frecuencia Radio “Lluvia” y “Elite” de la ciudad de Piñas y radio Canela de la ciudad de Machala. Con respecto a la programación de los medios televisivos, hay preferencia por los noticieros, el fútbol y programas educativos. Con relación a la radio, prefieren los noticieros y música.
RELIGION	La población de este cantón es mayoritariamente Católica, y en un porcentaje menor se puede mencionar a personas adeptas a la religión de Testigos de Jehová

FICHA: 3

Día: sábado 18 de Junio 2011

Lugar: Barrio La Loma

Tiempo: 18:00 a 20:00

Actividad: Observación

	NOTAS
LUGAR:	18:00 El barrio tradicional de la ciudad de Paccha es el denominado “La Loma”, su nombre se debe a que precisamente se sitúa en una loma. Es la puerta de entrada a la ciudad y desde siempre ha sido el más concurrido. Además, es el lugar donde se realizan las concentraciones de eventos políticos, deportivos, culturales, etc. Es una plazoleta, alrededor de la cual se destacan, un comisariato, soda bar, un restaurant, despensas, un salón de billar, lugares favoritos de encuentro después del día de trabajo. 19:00 Pasadas las 18:00, la gente, empieza a salir de sus hogares para reunirse con sus amigos. Los espacios favoritos son los pasillos de las casas que existen en el entorno de la plazoleta; pues además es importante recalcar que en este cantón no existen discotecas ni karaokes para la diversión.
SUJETOS	19:00-20:00 Tanto, jóvenes como adultos son las personas que salen a

	distraerse después de la jornada de trabajo y estudio, se cruzan saludos entre ellos y van formando grupos y tomando ubicaciones conforme van encontrándose. Por lo general, la gente se retira a descansar entre las 20:00 y 21:00 .
ACCIONES	Allí en grupos definidos, unos conversan, otros escuchan música y otros se pasean en amena conversación. También hay personas que salen a comprar en las tiendas y se detienen un momento a conversar con amigos que se encuentran al paso. El barrio La Loma es un lugar de encuentro, que tiene gran significado, porque ahí, desde siempre ha sido el lugar que ha predominado, como un lugar donde existe gran interacción social.
OBJETOS	Se destaca en el lugar vehículos parqueados, una sala de billar, tiendas,
CLASE SOCIETAL	En la ciudad de Paccha y el cantón Atahualpa en general, se puede evidenciar la existencia de gente de clase media y media-alta. Esto se debe a que la mayoría de las familias, desde hace algunos años, se han dedicado a la explotación aurífera, en su propio territorio y en otras zonas de la provincia, lo que ha permitido mejorar significativamente la economía. Además, se dedican a la ganadería, agricultura y el comercio, lo que permite que esta sea una población económicamente productiva Las relaciones interpersonales son cordiales, puesto que casi todos se conocen y prácticamente viven en un ambiente de familiaridad, respeto, consideración, y amabilidad entre unos y otros

MUSICA PREFERIDA	En cuanto a la música, en los jóvenes se ve una marcada tendencia entre baladas, reggaetón, electrónica, hip hop, vallenatos, Dentro del grupo de personas adultas se puede evidenciar que tienen un gusto por música nacional, pasillos y rockleras
MEDIOS TELEVISIVOS, RADIALES Y PROGRAMACION	Entre los canales televisivos más vistos se puede mencionar a ECUAVISA (canal 7), GAMATV (canal 9) TELEAMAZONAS (canal 11) y ECUA TV (canal 10) En cuanto a medios impresos podemos mencionar Diario El Nacional, El Correo, Extra y El Universo, los mismos que se distribuyen bajo pedido. Por otro lado en lo que respecta a medios radiales se puede señalar que el Cantón no cuenta con emisora propia, pero escuchan con mayor frecuencia Radio “Lluvia” y “Elite” de la ciudad de Piñas y radio Canela de la ciudad de Machala. Con respecto a la programación de los medios televisivos, hay preferencia por los noticieros, el fútbol y programas educativos. Con relación a la radio, prefieren los noticieros y música.
RELIGION	La población de este cantón es mayoritariamente Católica, y en un porcentaje menor se puede mencionar a personas adeptas a la religión de Testigos de Jehová

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1 Es un cantón productivo con gente trabajadora	D1 Es un cantón ubicado en la parte alta de la provincia de El Oro
	F2 Posee un clima variado	D2 No cuentan con un medio propio de comunicación
	F3 Fácil acceso al lugar	D3 Falta de personal capacitado
	F4 Posee antena propia de comunicación	
OPORTUNIDADES		
O1 Mayor comunicación entre los habitantes y poblaciones aledañas	F4O1 Al poseer una antena propia de comunicación entre los mismo habitantes y poblaciones aledañas	D1O1 El cantón al estar ubicado en la parte alta de la provincia, impide que exista una mayor comunicación entre sus habitantes y poblaciones aledañas, ya que muy pocos son los medios que acceden a este lugar.
O2 Fomentar el turismo	F2O2 Al poseer un clima variado se puede fomentar mayor turismo en el cantón. F3O2 Al tener fácil acceso al lugar el turismo puede aumentar	D2O2 Al no contar con un medio propio de comunicación ha provocado que este lugar sea poco promocionado, y la afluencia de turistas es mínima.
O3 Fomentar la exportación de productos realizados en el cantón	F1O3 Al ser un cantón productivo con gente trabajadora se puede	D3O3 La falta de experiencia de los pobladores para trabajar

	fomentar la exportación de productos realizados en el cantón	con medios de comunicación, ha impedido que sus productos sean realmente valorados y promocionados para poder ser exportados fuera del mismo cantón.
AMENAZAS		
A1 No concesión de la frecuencia al lugar		A1D1 Puede ser que no sea concedida la frecuencia al cantón ya que este se encuentra ubicado en la parte mas alta de la provincia, y alejada de las demás poblaciones.
A2 Falta de financiamiento propio		A2D2 El no contar con medios propios de financiamiento ha impedido que se pueda crear un medio propio de comunicación que ayude a fomentar el desarrollo local del cantón
A3 Desinterés por parte de los pobladores		A3D3 Puede existir desinterés de parte de los pobladores, ya que el personal no estaría muy bien capacitado y al trabajar en la radio, no cumpla con las expectativas de la

		población
D4 Poco acceso a medios de comunicación		A4D1 Los distintos medios de comunicación no han podido acceder con facilidad al cantón ya que este se encuentra ubicado en la parte mas alta del lugar, provocando desinformación entre sus pobladores y poblaciones aledañas.

Problema:

Del presente diagnóstico se puede mencionar que Atahualpa presenta el siguiente problema:

El cantón Atahualpa de la provincia de El Oro es una zona altamente productiva, cuyas principales actividades son la agricultura, ganadería, minería y la microempresa; las mismas que dinamizan la economía de sus habitantes.

La agricultura está caracterizada por la producción de caña de azúcar, café, plátano, yuca, árboles frutales y madereros; además de cultivos de ciclo corto como maní, fréjol y maíz. En cuanto a la ganadería está orientada a la comercialización de carne, leche y queso; de igual forma la microempresa se dedica principalmente al procesamiento de panela granulada, café y maní.

Sin embargo, la escasa promoción de las autoridades, la poca circulación de los medios de comunicación provincial y nacional, así como la no existencia de un medio de comunicación radial que permita difundir las actividades productivas del cantón, son las principales razones para que la actividad agrícola sea poco conocida y consecuentemente se limite la comercialización de los productos producidos.

Por otra parte, existen en el sector lugares turísticos que son desconocidos y que requieren una mejor promoción para fomentar el turismo y por ende dar a conocer la riqueza natural de la localidad.

Asimismo, los pobladores se mantienen desinformados sobre las actividades cantonales que se realizan; lo que dificulta la participación ciudadana en la toma de decisiones para solventar los problemas que se presentan y contribuir con el desarrollo de este hermoso cantón del altiplano oreño.

4.3 Importancia de la radio comunitaria en el Cantón Atahualpa.

Con el planteamiento del problema, ya mencionado es necesario recalcar que la apertura de un medio de comunicación local, permitirá abrir caminos que mejorarán sin duda la calidad de la interrelación entre las autoridades locales y la comunidad en general, a más de ser un refuerzo a la cultura, a través de la emisión de contenidos que promuevan la participación ciudadana, que estimulen el conocimiento, análisis y solución de los asuntos de interés para cada una de las parroquias y el cantón en general; esto justamente porque si nos referimos a la radio como medio de promoción del desarrollo, es necesario puntualizar que no se trata únicamente de la evolución progresiva de la economía hacia mejores niveles, olvidando la integralidad de un proceso que también debería ser social y cultural.

4.4 ¿Es factible la creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa?

Con los factores cualitativos y cuantitativos como es el caso de las encuestas que se reflejan en los anexos, se corrobora que la propuesta de creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa, provincia de El Oro, es una propuesta viable que, como ya se ha dicho aportará al surgimiento del cantón, pero también al surgimiento de cantones aledaños, como Piñas, Zaruma y Portovelo, los cuales en un futuro podrían formar una propuesta en conjunto para que el desarrollo de estos pueblos sea un puntal fundamental de la provincia en general.

4.5 Experiencias de la radio comunitaria en el cantón Atahualpa

Después de las entrevistas, conversatorios, es decir posterior al primer acercamiento que se tuvo en el cantón Atahualpa, en el mes de agosto del 2010, se planificó realizar el taller de socialización: Propuesta para la creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa, provincia de El Oro.

En dicho taller se trató sobre el primer planteamiento de la propuesta, se habló sobre las bases teóricas que se han tomado en cuenta para el trabajo, se indicó el enfoque de una radio comunitaria, los elementos importantes que requiere una radio para su funcionamiento, a más del tema de financiamiento.

Todas las correcciones y aportes que dieron los asistentes fueron importantes, puesto que formaron parte de la culminación del documento final de la propuesta.

El trabajo en grupo, aportó en la elaboración de la programación radial, en el cual se visualizó y plasmó cuales eran los gustos, las necesidades y verdaderamente lo que desea la comunidad.

Por otra parte los pobladores sugirieron que por medio de votación se elija el nombre que debería tener la radio, por tanto, cada grupo tenía su propuesta de nombre, en las que reflejaba propiamente su historia, identidad, su cultura; quedando así como mejor opción la voz de Atahualpa.

LA VOZ DE ATAHUALPA	22 VOTOS
RADIO COMUNITARIA YACUVIÑA	1 VOTO
EL SUYO DE ATAHUALPA	6 VOTOS
ACCIÓN COMUNITARIA	0 VOTOS

Por otra parte se decidió que el funcionamiento debería ser de lunes a domingo desde la mañana hasta la noche, con programas educativos, culturales, informativos, deportivos, de salud, seguridad ciudadana, infantiles, un programa para los adultos mayores y un programa de género. Como programación se decidió la siguiente estructura:

DIA/HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
05:00 - 05:30	Amanecer musical	Amanecer musical	Amanecer musical	Amanecer musical	Amanecer musical	Amanecer musical	Amanecer musical
05:30 - 06:00	Volvamos al campo	Volvamos al campo	Volvamos al campo	Volvamos al campo	Volvamos al campo	Volvamos al campo	Volvamos al campo
06:00 - 06:30	Dios mi amigo incondicional	Dios mi amigo incondicional	Dios mi amigo incondicional	Dios mi amigo incondicional	Dios mi amigo incondicional	Dios mi amigo incondicional	Dios mi amigo incondicional
06:30 - 07:30	El noticiero	El noticiero	El noticiero	El noticiero	El noticiero	El noticiero	El noticiero
07:30 - 08:00	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes	Deportes
08:00 - 09:00	Cultura médica	Cultura médica	Cultura médica	Cultura médica	Cultura médica	Cultura médica	Cultura médica
09:00 - 11:00	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada	Música Variada
11:00 - 12:00	Senti mientos del corazón	Senti mientos del corazón	Senti mientos del corazón	Senti mientos del corazón	Senti mientos del corazón	Senti mientos del corazón	Senti mientos del corazón
12:00 - 13:00	El Noticiero	El Noticiero	El Noticiero	El Noticiero	El Noticiero	El Noticiero	El Noticiero

13:00 – 14:00	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada	Música variada
14:00 – 15:00	La voz del maestro	La voz del maestro	La voz del maestro	La voz del maestro	La voz del maestro	La voz del maestro	La voz del maestro
15:00 – 16:00	Un mundo de jóvenes	Un mundo de jóvenes	Un mundo de jóvenes	Un mundo de jóvenes	Un mundo de jóvenes	Un mundo de jóvenes	Un mundo de jóvenes
16:00 – 17:00	Nuestras raíces	Nuestras raíces	Nuestras raíces	Nuestras raíces	Nuestras raíces	Nuestras raíces	Nuestras raíces
17:00 – 18:00	Vive tu vejez con esperan za	Vive tu vejez con esperan za	Vive tu vejez con esperanza	Vive tu vejez con esperanza	Vive tu vejez con esperan za	Vive tu vejez con esperanza	Vive tu vejez con esperanza
18:00 – 19:00	Música nacional	Música nacional	Música nacional	Música nacional	Música nacional	Música nacional	Música nacional
19:00 – 20:00	Seguridad ciudadana	Seguridad ciudadana	Seguridadciu dadana	Seguridad ciudadana	Seguridad ciudadana	Seguridad ciudadana	Seguridad ciudadana
20:00 – 21:00	Creciendo en familia	Creciendo en familia	Creciendo en familia	Creciendo en familia	Creciendo en familia	Creciendo en familia	Creciendo en familia
21:00 – 22:00	Música rockolera	Música rockolera	Música rockolera	Música rockolera	Música rockolera	Música rockolera	Música rockolera

Respecto a los aportes para el financiamiento se decidió lo siguiente:

- Realizar una maratón de reinas para pedir la ayuda económica a los habitantes
- Solicitar la Ayuda económica a los conciudadanos que se encuentran en el exterior, pero que son propiamente nativos del cantón.
- Realizar Bingos en la cabecera cantonal y las parroquias
- Preparación de comidas
- Recolectar pequeños aportes económicos a las familias del cantón
- Creación de una fundación con comités organizados

Esta última opción fue dada, para que forme parte de una figura legal que no esté ligada a cualquier interés político, sino más bien sea llevada por los pobladores

4.6 Dificultades de gestión

Para poder realizar este trabajo tuvimos que atravesar por algunas dificultades, una de ellas fue la de viajar varias veces a este lugar desde la ciudad de Quito, ya que para llegar al cantón Atahualpa se toma alrededor de 13 horas, estos eran viajes muy largos y un tanto agotadores, pero a la vez gratificantes al ver que con cada visita podíamos integrar mas a la población con la idea de crear una radio comunitaria en este lugar. Por otro lado también se puede mencionar el hecho de poder dialogar con los líderes comunitarios y autoridades del lugar, ya que en varias ocasiones nos era un tanto difícil encontrarlos en sus lugares de trabajo u hogares, puesto que deben cumplir con ciertas actividades que los mantienen fuera del cantón.

Propuesta elaborada con la comunidad.

TEMA:

Propuesta para la creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa provincia de El Oro.

ANTECEDENTES

El cantón Atahualpa de la provincia de El Oro, posee aspectos positivos en el campo productivo, cultural, social, y turístico, los cuales evidencian una necesidad de procesos comunicativos, que permitan estimular una real difusión y aportar al desarrollo del cantón. Por esta razón los pobladores desde hace mucho tiempo atrás han anhelado un medio de comunicación local, como una herramienta, que ayude a solventar la problemática mencionada, a más de lograr un camino que persiga un horizonte de inclusión, donde se respete la palabra y la posición del otro, donde se creen espacios de escucha que aporten también a la mejora del ámbito comunicativo, donde se mire el real sentido de vivir no solo fijándose en lo económico sino en la valoración del otro como ser humano, donde se informe verazmente y se realicen debates de los aspectos cotidianos, en la cual la cultura sea un eje central y en fin, donde se dé la oportunidad para que la palabra se exprese y se convierta en la voz libre de todos y todas.

JUSTIFICACIÓN:

Desde sus inicios, la radio se ha caracterizado por ser un medio de comunicación capaz de tener un acercamiento íntimo con la comunidad, debido a los bajos costos de producción, en relación con otros medios. Esto le ha permitido llegar a los rincones más lejanos de nuestra extensa geografía, mejorando de este modo, el nivel socio-económico y cultural de las comunidades.

En países como el nuestro, donde muchos sectores han permanecido aislados, la radio ha contribuido a articular los mismos con propuestas y proyectos de alcance nacional, como es el caso de las radios comunitarias, las cuales han permitido mejorar los procesos

comunicativos de la gente y así poder integrar a esta sociedad que por mucho tiempo ha permanecido excluida.

Hoy más que nunca, los pueblos necesitan estar comunicados, ya que a través de la comunicación se puede lograr el desarrollo. Por ello, se considera oportuno la realización de la propuesta de creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa provincia de El Oro, con el fin de que los habitantes cuenten con un medio comunitario, que permita el desarrollo local en cuanto a su producción, turismo, a más de que promueva y genere espacios de participación y libre expresión, a través de procesos horizontales y democráticos, en el que la comunidad sea la dueña de una verdadera participación propia.

OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL:

Crear una radio comunitaria en el cantón Atahualpa provincia de El Oro mediante una propuesta para mejorar la calidad de vida y el desarrollo local en cuanto a su producción y turismo a más de dar a conocer al cantón en todos sus aspectos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 1- Definir las necesidades comunicativas del Cantón Atahualpa mediante la aplicación de encuestas, entrevistas y conversatorios participativos.
- 2- Determinar la programación radial de toda la semana, que conste de un enfoque educativo cultural, aplicando los diferentes formatos radiales, tomando en cuenta las ideas de los pobladores para que así se puedan ir apropiando de dicha propuesta.
- 3- Definir los aspectos técnicos Y financieros por medio de la investigación correspondiente para poder asegurar el buen funcionamiento de la radio

- 4- Dar a conocer al cantón y fortalecer por medio de la radio la producción y el turismo del mismo, para así aportar al desarrollo local.

BENEFICIARIOS:

Los beneficiarios directos son los habitantes del cantón Atahualpa.

Entre los beneficiarios indirectos se toman en cuenta los pobladores de los cantones aledaños a Atahualpa, como son: Piñas, Zaruma, Portovelo y Pasaje, porque son los lugares más cercanos y además porque entre ellos se puede fomentar la microempresa, siendo la radio el nexo para difundir su producción.

Las personas que intervendrán en el proyecto son:

- 1- Los habitantes del cantón.
- 2- La municipalidad del cantón
- 3- Los líderes comunitarios
- 4- Los grupos juveniles

Recursos:

Recursos humanos:

Responsables

María Isabel Betancourth y Verónica Toapanta

Ejecutores:

Autoridades del cantón, líderes comunitarios, grupos juveniles, organizaciones locales y comunidad en general.

Financiamiento:

Para el financiamiento los habitantes decidieron:

- Realizar una maratón con la participación de las reinas para pedir la ayuda económica a los habitantes.
- Solicitar la Ayuda económica a los conciudadanos que se encuentran en el exterior, pero que son nativos del cantón.
- Realizar bingos en la cabecera Cantonal y las parroquias.
- Preparación de comidas.
- Recolectar pequeños aportes económicos a las familias del cantón.
- Creación de una fundación con comités organizados.

Esta última opción fue dada, para que forme parte de una figura legal que no esté ligada a cualquier interés político, sino más bien sea llevada por los pobladores.

PRESUPUESTO

Para la implementación y funcionamiento se requerirá de los siguientes elementos

Materiales	Descripción	Valor unitario	Costo total
Insumos de oficina	2 Resma de papel (por mes)	3,50	7,00
	1 Computador	800	800
	Impresora	120	120
	Servicio de internet	24,00	24,00
Cabina técnica	Para transmitir los distintos programas	4000	4000
Torre de transmisión	Antena	7000	7000

Equipos	2 micrófonos Shure SM 58	168	336
	1 Consola de 8 canales USB	280	280
	2 Cajas activas 600 wts con pedestal mas cables	480	960
	4 audífonos con regulación en volumen	18	72
	2 grabadoras digitales SONY	124	248
	2 Computadores de escritorio CORE I3	980	1960
	1 kit de grabación BEHERINGER	480	480
TOTAL	Valor estimado		16295

CONCLUSIONES

Es gratificante concluir un trabajo, cuando éste ha podido cumplir sus objetivos. Es el caso de la presente investigación, cuyo fin era el de construir una propuesta para la creación de una radio comunitaria en el cantón Atahualpa, provincia de El Oro, la misma que ha provocado reacciones positivas, visualizadas en la participación democrática de los habitantes del cantón y en el interés demostrado por involucrarse en el tema. Este fue el pilar fundamental, que permitió crear las bases para un trabajo conjunto, en el cual la Comunicación Desarrollo fue el eje transversal que coadyuvó a tener como resultado el desarrollo de una propuesta final trabajada por los mismos pobladores.

Por otra parte, con la investigación realizada se pudo evidenciar la importancia y la necesidad ineludible de la creación de un medio local, puesto que desde su existencia el cantón ha carecido de un medio propio que contribuya a fortalecer sus costumbres, su producción, sus posturas ideológicas y aporte al desarrollo de este lugar.

Es importante tomar en cuenta las bases teóricas que permitan comprender los procesos para la realización de un trabajo de esta índole, en el cual se ha podido profundizar las ideas respecto a la Comunicación, la Radio y la Comunicación- Desarrollo, a más de poner énfasis en la investigación de un diagnóstico que logró examinar y conocer las diferentes situaciones del lugar.

Interesante es saber que este tipo de investigaciones se hayan convertido en un importante aporte al desarrollo de dicho lugar, por medio del pilar de la Comunicación Desarrollo en la que se hace de la inserción, la participación, la palabra, la democratización, un verdadero sentido que va entretejiendo la magnitud y factibilidad de un proyecto así.

Es necesario conocer con antelación, el estilo de vida, cultura, educación, historia, entre otros aspectos de una comunidad para encontrar una adecuada forma de intervención e interactuar con la comunidad y así poder dar a conocer una propuesta, ya que cada población tiene una manera distinta de desenvolverse en su diario vivir, y mas como es en el Cantón Atahualpa ya que la gente de este lugar aún guarda valores muy importantes que

quizás en ciudades grandes ya se han perdido a lo largo de la historia, pero este lugar no se ha visto influenciado por nuevas modas.

RECOMENDACIONES

Es importante hacer una investigación previa de la historia del lugar a intervenir ya que solo así se podrá conocer su pasado y presente y de esta manera se puede identificar los problemas y necesidades que tiene la población. Al conocer esta información será más fácil encontrar posibles soluciones que permitan mejorar la situación actual del lugar.

Es sustancial contar con fuentes bibliográficas que nos lleven a comprender los aspectos teóricos que van a ser empleados a lo largo del trabajo, toda la base teórica con la que se cuenta puede ser de gran ayuda al momento de llevarlo a la práctica.

Para elaborar una propuesta con énfasis comunitario, siempre debe existir la participación de la gente, con el fin de que las actividades y la toma de decisiones se realicen en un ambiente democrático, sólo así la propuesta será elaborada y aceptada en base a realidades, gustos, pensamientos y necesidades que tiene la población, en la que prevalecerá y se fortalecerán las costumbres y tradiciones que existen en el lugar.

Es necesario involucrar a las autoridades y personajes importantes de la comunidad ya que ellos pueden presentar una mejor panorámica de la población en la cual se desea intervenir. Al ser personas conocidas y contar con la aceptación de los pobladores, ayudarán a que la propuesta sea consensuada con mayor facilidad. Además, serán el primer canal de comunicación en el lugar y un ente importante para encontrar diversos modos de financiamiento, y de esta forma se van involucrando para que se de un comprometimiento en la sustentabilidad del proyecto.

Se recomienda socializar la propuesta a través de entrevistas, talleres o conversatorios con las autoridades y población, puesto que así se podrá tener criterios de primera mano. Esto también favorecerá para que los pobladores se apropien de la idea y así asegurar que la propuesta tenga continuidad y se convierta a futuro en un proyecto hecho realidad.

Finalmente, se recomienda revisar y seleccionar el material teórico, relacionado al tema, para de esta manera poder hacer de la teoría una verdadera práctica.

BIBLIOGRAFIA

ALSINA, Miguel Rodrigo, Los modelos de la comunicación Editorial TECNOS S.A, Barcelona, Mayo, 1995

ALFARO, Rosa María, *Una comunicación para otro desarrollo*, Editorial Abraxas S.A, Perú, Mayo 1993

ALFARO, Rosa María, “Ciudadanos Culturales y Mediáticos, escondidos en la formalidad democrática”, *Revista Andina de la Integración. Políticas Culturales en la Región Andina*, Número 5, San Isidro – Perú, enero, 2010, p. 84., en: BELTRÁN, Luis Ramiro, *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, 1era Edición, Plural Editores, La Paz – Bolivia

ALFARO, Rosa María, *Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo*, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lima – Perú, 2006

ALFARO, Rosa, *La Interlocución Radiofónica*, Editorial A.C.S. CALANDRIA, Quito-Ecuador, Septiembre 1994

BELTRÁN, Luis Ramiro, “Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias” en: GUMUSIO-DRAGON, Alfonso, TUFTE, Thomas, comp *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*, Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc., New Jersey – Estados Unidos, 2008, p. 149

BELTRÁN, Luis Ramiro, “Adiós Aristóteles: la comunicación horizontal” en: GUMUSIO-DRAGON, Alfonso, TUFTE, Thomas, comp *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas*, Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc., New Jersey – Estados Unidos, 2008

BELTRÁN, Luis Ramiro, “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo” *Revista Anagramas. Rumbos y sentidos de la Comunicación*, Número 8, Medellín – Colombia, enero/junio, 2006

BELTRÁN, Luis Ramiro, “La comunicación y el desarrollo democráticos en Latinoamérica” *Revista Comunicación*. Número 126, Caracas – Venezuela, s/f

BIAGI, Shirley, *Impacto de los medios*, International Thomson Editores, México, 1999, pág. 45

BORJA, Raúl, *Comunicación Social y pueblos indígenas*, editorial AbyaYala

CONTRERAS, Adalid, “Encuentros y Desencuentros entre Comunicación, Desarrollo y Sociedad” *Memoria Académica 4 al 6 de noviembre de 1999 Cochabamba, Bolivia*. Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, La Paz – Bolivia, noviembre, 2000

CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid, *Imágenes e imaginarios de la comunicación desarrollo*, Ediciones CIESPAL, Quito, Abril - 2000

DELGADO, Manuel, *Sociedades movedizas. Pasos hacia una antropología de las calles*, Ediciones Anagrama, Barcelona – España, 2007

FREIRE, Paulo, *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, 17ma Edición, Siglo XXI Editores S.A. en coedición con Tierra Nueva., Montevideo – Uruguay, 1991

KAPLÚN, Mario, *Procesos de producción radiofónica*, CIESPAL, Quito, 1970

GALARZA, Teodoro, *Estrategias interactivas en la radio comunitaria (tesis doctoral)*, Balleterra, 2003

GARCIA, Jimmy, *La radio por dentro y por fuera*, Colección Intiyan-Ediciones Ciespal, Quito- Ecuador, Agosto 1980

GEERTS, Andrés, VAN OEYEN, Víctor, VILLAMAYOR, Claudia, *La radio popular y comunitaria frente: al nuevo siglo*, Editorial Gráficos Imago, Quito-Ecuador, Septiembre, 2004

IRIARTE, Gregorio, *Realidad y medios de comunicación*, Ediciones Paulinas H.S.P, Santa Fe de Bogotá Colombia

LOPEZ VIGIL, José, *Manual urgente para radialistas apasionado*, Lima, abril 2005

MCLUHAN, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Editorial Diana, México, 1969

MARTINEZ, María del Pilar, *Información Radiofónica*, Editorial Ariel, Barcelona-España, 2002

MATTELART, Armand, Michelle, *Historia de las teorías de la comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona 2001

SCHARAMM, Wilbur, *La ciencia de la comunicación*, Editorial Grijalbo, Barcelona, 1980, pág. 83

VAZQUEZ, Manuel, *Historia y Comunicación social*, Editorial Grijalbo Mondadori, Barcelona, 1997, pág. 188

ZURITA, Grace, *Arte y comunicación*

FUENTES WEB

BARBERO, Jesús Martín, “De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política” Quito, 29 de noviembre de 2010, http://www.nuso.org/upload/articulos/2992_1.pdf

<http://www.salinerito.com/> 11_10-2011

<http://www.comminit.com/la/node/150046>

http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/uranga_mirar_desde_la_comunicacion.pdf

<http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>

<http://garoueffect.blogspot.com/search/label/Shannon>

<http://aprendelenguaje.blogspot.com/2007/03/las-funciones-del-lenguaje-segn-roman.htm>

<http://www.angelfire.com/tv2/tesis/CapituloIII.htm>

<http://www.acfilosofia.org/index.php/materialesmn/filosofas-y-filosofos/250>

<http://escuelalatinoamericana.blogspot.es/1245528000/escuela-latinoamericana>

<http://www.alfinal.com/COMUNIDAD/74.php>

<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion.htm>”

http://www.comunidadandina.org/public/revista_integracion_5.pdf

A N E X O S

ANEXOS

ENCUESTA

Propuesta para la Creación de una Radio Comunitaria en el Cantón Atahualpa, Provincia El Oro

1.-¿Cree conveniente la creación de un medio de comunicación cantonal?

Si

No

2.-¿Por qué cree que sea necesario un medio de comunicación en el cantón?

3.-¿si existiera un medio de comunicación, considera que sería un aporte para el crecimiento del cantón?

Si – no

4.-¿Cree que la población del Cantón Atahualpa se involucraría en el proyecto de una radio comunitaria?

Si – no

5.-¿Cree que una radio local contribuiría a la formación educativa de los pobladores? Si – No

Por que

6.-¿Que tipo de programación debería emitir la radio comunitaria?

7.-¿Cual sería la clase de música que tendría mayor acogida entre los oyentes de la radio comunitaria?

8.- ¿Que significa para usted la radio comunitaria?

Pregunta 1.

Si: 198

No: 2

Pregunta 2.

Para poder expresarse, participar: 41

Para informarse sucesos cantón y país (autoridades): 91

Promover el desarrollo del cantón: 32

Tener un medio de comunicación propio del cantón: 28

No responde: 8

Pregunta 3.

Si: 198

No: 2

Pregunta 4.

Si: 198

No: 2

Pregunta 5.

Si: 198

No: 2

Pregunta 6.

Entretenimiento: 15

Variada (noticias, música, salud, deportes, agricultura, familia): 90

Cultura e identidad: 48

Educativa: 47

Pregunta 7.

Variada: 103

Baladas: 10

Boleros y Pasillos: 27

Nacional: 60

Pregunta 8.

No entiende: 17

Servicio a la comunidad sin fines de lucro: 104

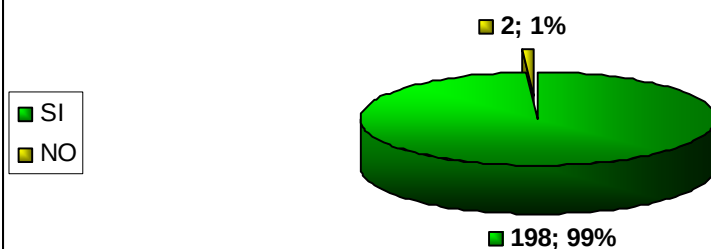
Radio participativa y democrática: 59

Informa sobre el cantón: 8

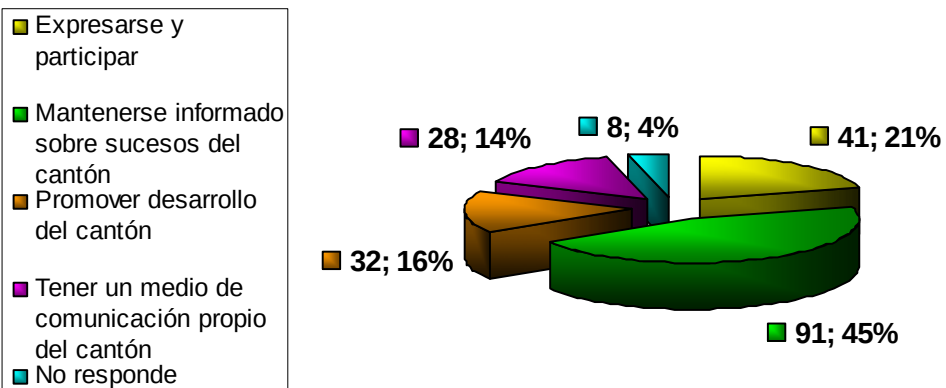
No responde: 12

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA EN EL CANTÓN ATAHUALPA, PROVINCIA EL ORO

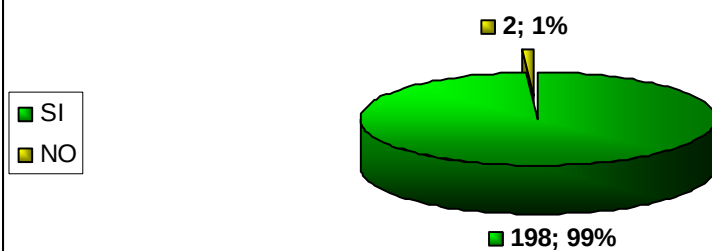
1. ¿Cree conveniente la creación de un medio de comunicación cantonal?



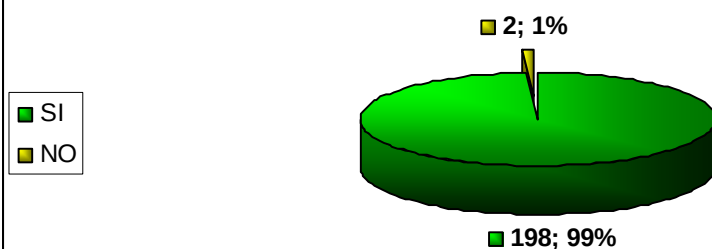
2. ¿Por qué cree que sea necesario un medio de comunicación en el cantón?



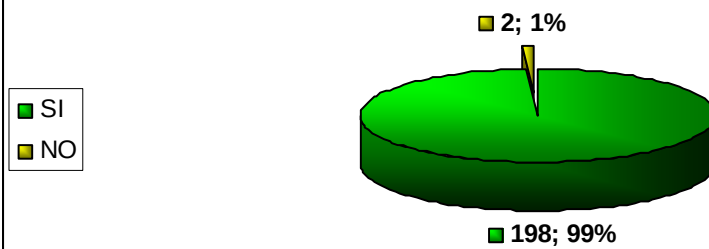
3. ¿Si existiera un medio de comunicación, considera que sería un aporte para el crecimiento del cantón?



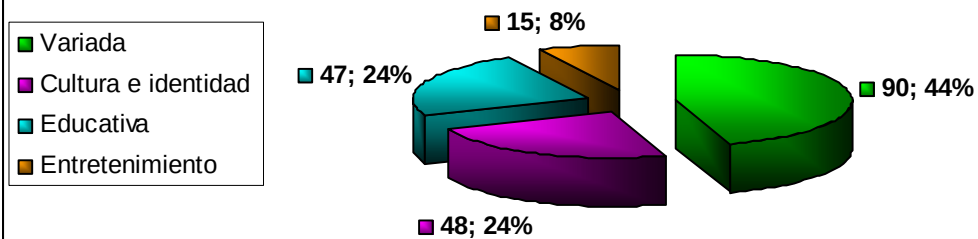
4. ¿Cree que la población del cantón Atahualpa se involucraría en el proyecto de una radio comunitaria?



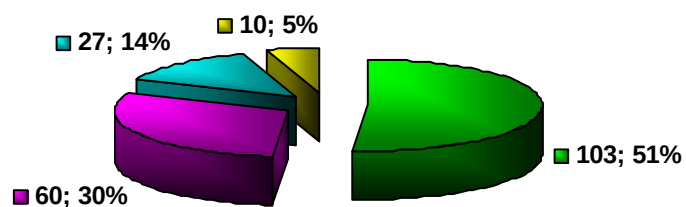
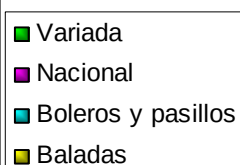
5. ¿Cree que una radio local contribuiría a la formación educativa de los pobladores?



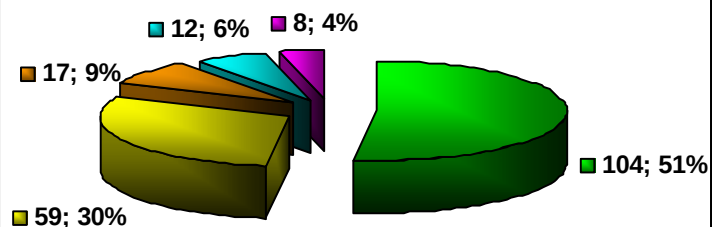
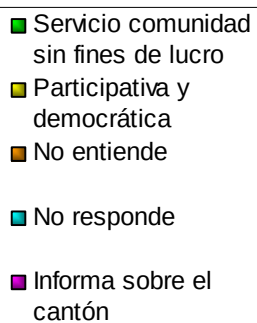
6. ¿Qué tipo de programación debería emitir la radio comunitaria?



7. ¿Cuál sería la clase de música que tendría mayor acogida entre los oyentes de la radio comunitaria?



8. ¿Qué significa para usted la radio comunitaria?



RESOLUCION DE CANTONIZACION

EXTRACTO DE LA RESOLUCIÓN DEL CONGRESO NACIONAL EN EL PLENARIO DE LAS COMISIONES LEGISLATIVAS

“Considerando”:

Que las parroquias de Paccha y Ayapamba, pertenecientes al cantón Zaruma, provincia de El Oro, han tenido un acelerado y constante desarrollo en todos sus aspectos, especialmente en lo profesional agrícola, urbanístico, ganadero y minero;

Que es deber de los poderes públicos, estimular la superación política, social y económica de los pueblos; y, reconocer su justa aspiración de alcanzar una nueva jerarquía dentro de la división administrativa y territorial de la República,

Que las parroquias de Paccha y Ayapamba cuentan con los recursos humanos y económicos suficientes para constituirse en un nuevo cantón del País y administrarse por sí mismo;

Que el Consejo Provincial de El Oro ha emitido informe favorable a la cantonización de las dos nombradas parroquias.

En uso de las facultades constitucionales,

EXPIDE LA SIGUIENTE LEY

Art. 1.- Créase el Cantón Atahualpa en la jurisdicción de la Provincia de El Oro. Su cabecera cantonal será Paccha.

Art. 2.- La jurisdicción político-administrativo del cantón Atahualpa comprenderá las parroquias: Paccha y Ayapamba.

Art. 3.- Los límites del cantón Atahualpa serán los siguientes:

AL NORTE: De la afluencia de la Quebrada Tadao en el río Caluguro, el curso del Río Caluguro, aguas arriba, hasta la confluencia de sus ríos formadores: Birón y Filoto; de dicha confluencia, el curso del Río Birón, aguas arriba, hasta la afluencia del estero sin nombre N° 1, de coordenadas geográficas Y 30' 23" de latitud sur y 79° 49' 02" de longitud occidental; de esta afluencia, el curso del estero sin nombre N° 1, aguas arriba, hasta sus nacientes de coordenadas geográficas Y 28' 42" de latitud sur y 79° 48' 21" de longitud occidental; de estas nacientes, una alineación al noreste, hasta alcanzar la cumbre del Cerro Azul, de coordenadas geográficas 30 28' 03" de latitud sur y 79° 48' 05" de longitud occidental. Del Cerro Azul, la línea de cumbre de la Cordillera de Dumarí al sureste que pasa por la cima de los cerros Saladillos y Brillante que separa las cuencas hidrográficas de los ríos Palto al sur y Chillacocha al norte, hasta alcanzar los orígenes de la Quebrada No 1, de coordenadas geográficas Y 30' 49" de latitud sur y 79° 33' 31" de longitud occidental.

AL ESTE: De las nacientes de la Quebrada No 1, el curso de esta quebrada, aguas abajo, hasta su afluencia con el Río Salado; por este río, aguas abajo, que luego toma el nombre de Calera, hasta la afluencia de la Quebrada Capa Rosa.

AL SUR: De la afluencia de la Quebrada Capa Rosa en el Río Calera, el curso de esta quebrada, aguas arriba, hasta sus nacientes en la Cordillera Dumarí-Chinchiles, de coordenadas geográficas Y 38' 53" de latitud sur y 79° 40' 41" de longitud occidental; de estas nacientes, la cordillera indicada hacia el noroeste, que pasa por el Cerro Sachamonte, continuando por la Cordillera Chugas, hacia el oeste, que pasa por los orígenes de la Quebrada Achirales, hasta alcanzar las nacientes

de la Quebrada Puente Sota, de coordenadas geográficas 30 36' 51" de latitud sur y 790 45' 57" de longitud accidental. De estas nacientes, el curso de la Quebrada Puente Sota, aguas abajo, hasta la afluencia de la Quebrada sin nombre N° 2, de coordenadas geográficas Y 30 37' 52" de latitud sur y 790 46' 00" de longitud occidental; de dicha afluencia una alineación al suroeste hasta la confluencia de la Quebrada Naranjo, aguas arriba hasta sus orígenes de coordenadas geográficas Y 30 27' 20" de latitud sur y 790 48' 15" de longitud occidental.

AL OESTE: De los orígenes de la Quebrada Naranjo, la línea de cumbre de los cerros Mirador, Sabayán y el Guayabo; desde este punto a la afluencia de la Quebrada de Las Damas en el Río Santa Rosa; la Quebrada de Las Damas, aguas arriba, hasta sus nacientes.

De acuerdo a las coordenadas señaladas en los cuatro puntos cardinales, Atahualpa está limitado por los cantones:

AL NORTE: Cantón Pasaje, **AL SUR:** Cantón Piñas, **AL ESTE:** Cantón Zaruma, **AL OESTE:** Cantón Sta. Rosa.

Art. 4.- Además de la asignación que le corresponde por lo dispuesto en el Decreto Legislativo s/n, del 19 de noviembre de 1979, publicado en el Registro Oficial 113 del 14 de enero de 1980, asignase al Municipio del cantón Atahualpa, un aporte anual de diez millones de sucres, con aplicación al Fondo Nacional de Participaciones.

DISPOSICION TRANSITORIA.- Por esta vez, para elección de concejales que deberá integrar el Concejo Municipal de Atahualpa. El Tribunal Supremo Electoral hará uso de las facultades que le concede el Art. 149 de la Ley de Elecciones.

DISPOSICIÓN FINAL.- Esta Ley entrará en vigencia a par-

tir de su promulgación,

Dado en Quito, en la Sala de Sesiones del Plenario de las Comisiones Legislativas, a los 21 días del mes de marzo de 1984.

f) Gary Esparza Fabiany Presidente del Congreso Nacional.

f) Dr. Carlos Jaramillo Díaz, Secretario General, Encargado, Palacio Nacional, en Quito, a 18 de abril de 1984.

Ejecútese.

f) Oswaldo Hurtado, Presidente Constitucional de la República.

Es fiel copia.- Lo certifico:

f) Andrés Crespo Reiberg, Secretario General de la Administración Pública”.



Foto en la que se registra la Firma de creación del cantón Atahualpa – 25 de abril 1984.

CROQUIS DEL LUGAR



* ATAHUALPA

Socializaron propuesta para crear radio comunitaria

Por M & M

El viernes anterior en el

Salón de Actos "Prof. Albino Aguirre" del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Atahualpa, se llevó a cabo el taller de socialización de la propuesta para la creación de la Radio Comunitaria, evento que tuvo la finalidad dar a conocer los lineamientos correspondientes y recoger sugerencias e ideas que permitan viabilizar dicha propuesta.

IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA

La presentación de las expositoras lo realizó el Mgs. Sc. Efraín Ordóñez González, quien en su alocución hizo referencia a la importancia del trabajo mancomunado para la consecución de todo fin propuesto, reconociendo lo bueno que sería una radio comunitaria y de los servicios

que ésta prestaría a la comunidad, así mismo felicitó la iniciativa de las señoras María Isabel Betancourt Urzuzango y Verónica Tospanta Aguilera, egresadas de la Escuela de Comunicación Social Mención Desarrollo de la Universidad Politécnica Salesiana, quienes con su proyecto de tesis, contribuirán positivamente para el desarrollo del cantón.

SE CONFORMARON MESAS DE TRABAJO

Las expositoras, apoyadas de los recursos audiovisuales y de metodología adecuada, llevaron a efecto tan importante taller, con los asistentes se conformaron las mesas de trabajo, las mismas que acordaron en asignarle como nombre a la Radio "La voz de Atahualpa", considerando



Ma. Isabel Betancourt y Verónica Tospanta.

la tradición y cultura que enlaza dicha palabra, además sugerían estrategias y realizaron un borrador de lo que será la programación de la futura emisora, destacándose en la programación aspectos educativos, culturales, juveniles, de reflexión, variedad de música, noticias y deportes.

ASISTENTES

A este acto asistieron los representantes del Ministerio del Interior, Autoridades Educativas, Concejales del Gobierno Autónomo Descentralizado de Atahualpa, Religiosos Dominicanos, Corresponsales de los Medios de comunicación del Altiplano, Elementos de la Unidad de Policía Comunitaria del cantón y ciudadanía en general.



Integrantes de una de las mesas de trabajo.



Parte de los asistentes a la socialización.

la tradición y cultura que enlaza dicha palabra, además sugerían estrategias y realizaron un borrador de lo que será la programación de la futura emisora, destacándose en la programación aspectos educativos, culturales, juveniles, de reflexión, variedad de música, noticias y deportes.

ASISTENTES

A este acto asistieron los representantes del Ministerio del Interior, Autoridades Educativas, Concejales del Gobierno Autónomo Descentralizado de Atahualpa, Religiosos Dominicanos, Corresponsales de los Medios de comunicación del Altiplano, Elementos de la Unidad de Policía Comunitaria del cantón y ciudadanía en general.

FOTOGRAFIAS EN CONVERSATORIOS, ENTREVISTAS Y TALLER DE SOCIALIZACION



Entrevista con el Lic. Àngel Jaramillo



Conversatorio con los profesores de la Escuela de Niñas 13 de Julio



Entrevista con la directora del ancianato Nazareth (Norma Paucar)



Socializaci3n de la propuesta



Grupos de trabajo (taller de socializacion)



Entrevista con el alcalde del Cantòn Atahualpa (Jose Ruilova)

CD TALLER DE SOCIALIZACION DE LA PROPUESTA