



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA

TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**“Conceptualización de la radio comunitaria ecuatoriana desde la Ley
Orgánica de Comunicación”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Ocampo Córdova, Mónica Lorena

DIRECTORA: Yaguana Romero, Hernán Antonio, Mg, Dr.

LOJA – ECUADOR

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Doctor.

Hernán Antonio Yaguana Romero.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: “Conceptualización de la radio comunitaria ecuatoriana desde la Ley Orgánica de Comunicación” realizado por Ocampo Córdova Mónica Ocampo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 27 de noviembre de 2016

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo **Ocampo Córdova Mónica Lorena** declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Conceptualización de la radio comunitaria ecuatoriana desde la Ley Orgánica de Comunicación, de la Titulación de Comunicación Social, siendo Hernán Antonio Yaguana Romero director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....

Autora: Ocampo Córdova Mónica Lorena

Cédula: **1104665557**

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres quienes fueron un pilar fundamental e incondicional durante el tiempo en que realice la misma.

A mis hermanas Andrea y Anita que pese a las circunstancias siempre estuvieron a mi lado apoyándome emocionalmente superando cada uno de los obstáculos que se me presentaron.

A todos los que me apoyaron para realizar y concluir esta tesis.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por bendecirme y nunca dejarme caer, haberme iluminado en todo mi recorrido y así haber podido llegar hasta donde estoy, porque gracias a él se hizo realidad este sueño anhelado.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, por darme la oportunidad de estudiar y convertirme en una profesional. A mi director de tesis, Doctor Hernán Yaguana, por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos paciencia guía y motivación ha logrado que yo pueda culminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis docentes durante toda mi carrera universitaria, porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación profesional.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a los que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida.

Para ellos muchas gracias y Dios derrame muchas bendiciones.

LA AUTORA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I: DEFINICIONES DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS	5
1.1. Definiciones	6
1.1.1. Radio Alternativa	6
1.1.2. Radio Educativa	7
1.1.3. Radio popular	7
1.1.4. Radio comunitaria	8
1.1.5. Radio Ciudadana	10
1.2. Pensamiento latinoamericano sobre la radio alternativa	12
1.2.1. Paulo Freire – Brasil.....	14
1.2.2. Luis Ramiro Beltrán – Bolivia.	16
1.2.3. Juan Díaz Bordenave– Paraguay.....	17
1.2.4. Mario Kaplún – Uruguay.....	18
1.2.5. Jesús Martín Barbero – Colombia.	20
1.2.6. Antonio Pascuali – Venezuela.....	22
1.2.7. Rosa María Alfaro – Perú.....	23
1.2.8. María Cristina Mata – Argentina.	24
1.2.9. Néstor García Canclini – México.	26
1.2.10. Guillermo Orozco – México.	27
1.2.11. José Ignacio López Vigil – Ecuador.....	28
CAPÍTULO II: LOS MEDIOS ALTERNATIVOS EN LA ACTUALIDAD	31
2.1. Lo comunitario ante las tecnologías.....	32
2.2. Medios alternativos en el Siglo XXI.....	41
2.3. Lo alternativo en el espacio virtual.....	43
2.4. Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa.....	45

CAPÍTULO III: LOS MEDIOS ALTERNATIVOS DESDE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	47
3.1. Los nuevos roles que presentan los medios de comunicación.....	48
3.2. ¿Legitiman lo que transmiten los medios de comunicación?	48
3.3. La libertad de expresión y la regulación de la radio difusión alternativa.....	50
3.4. Estudio de caso Ecuador	51
3.5. Antecedentes de la Radio Comunitaria en Ecuador:.....	53
3.6. Ley Orgánica de Comunicación de la República del Ecuador.....	55
3.7. Los medios alternativos desde la Ley Orgánica de comunicación.	57
CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO	60
4.1. Metodología.....	61
4.2. Métodos de investigación	61
4.3. Técnicas	62
4.4. Población y muestra	62
CAPITULO V: INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	66
CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFÍA.....	91
ANEXOS.....	93

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación comprende un estudio sobre la “Conceptualización de la radio comunitaria ecuatoriana desde la Ley Orgánica de Comunicación”, con el objetivo general: redefinir al término comunitario en el siglo XXI en Ecuador. Los Métodos utilizados fueron: el método científico, deductivo, analítico-sintético y estadístico. El instrumento aplicado para recoger la información fue la entrevista, realizada a 6 directores o personas que se encuentran inmersas en temáticas de medios alternativos. De los resultados obtenidos en la investigación, los entrevistados coincidieron que las radios comunitarias presentan un gran futuro para el cambio radical que nos ha llevado la era digital y la exposición de temas fuera del contexto educativo, se concluyó que las radios comunitarias cumplen un papel fundamental en la sociedad. No obstante, este recurso social, no es reconocido ni por la población, ni por los gobiernos de turno, pese a la importancia y las leyes que lo amparan. Por lo que se recomienda la implementación de nuevos espacios interactivos y de opinión pública aprovechando la amplia disponibilidad de tecnología existente hoy en día.

PALABRAS CLAVE: radio comunitaria, espacio interactivo y recurso social

ABSTRACT

This research includes a study on the "Conceptualization of the Ecuadorian community radio from the Communications Law", with the general objective: redefine the community term in the XXI century in Ecuador. The methods used were scientific, deductive, analytic-synthetic, bibliographic and statistical method. The instrument applied to collect information was the interview conducted six directors or people who are immersed in topics of alternative media. From the results obtained in the research, respondents agreed community radio has a great future for the radical change that has led the digital age and exposure of issues outside the educational context, it was concluded that community radio stations play a key role in society in Ecuador. However, this social resource is recognized neither by the people nor by successive governments, despite the importance and the laws that support them. So the implementation of new interactive spaces and public opinion recommends taking advantage of the wide availability of existing technology today.

KEYWORDS: community radio, interactive space and social resource

INTRODUCCIÓN

En América Latina, las primeras radios comunitarias comenzaron a surgir a mediados de los años 80. El escenario fue la apertura democrática que se dio en los dos países más golpeados por la dictadura militar: Argentina y Chile. En Argentina el “boom” de unas 2500 radioemisoras “truchas” fue realmente un fenómeno histórico. A partir de los años 90, las radios comunitarias comienzan a proliferar en toda América Latina.

La definición conceptual de radio comunitaria es amplia, de manera que muchas radios puedan sentirse y formar parte del movimiento. De esta manera se encuentran dentro de la radio comunitaria radios grandes y pequeñas, centros de producción radiofónica, experiencias de mayor o de menor compromiso popular, radios estatales, privadas, universitarias, etcétera.

En la práctica, el concepto de radio comunitaria y su movimiento tiene la connotación de lo pequeño, de lo local o, inclusive, de lo micro-regional. Esto se debe en parte al origen de la palabra (comuna, comunidad). Pero está también el hecho histórico del surgimiento y el enorme crecimiento de radios pequeñas en prácticamente todos los países del continente.

En Ecuador los medios comunitarios se asientan en el centro del país en donde está la mayor cantidad de población indígena, en la provincia de Chimborazo cantón Riobamba, se encuentra la mayor población indígena y sobre todo ahí se han asentado, para de cierta manera, poderles dar una voz, pronunciamiento, incluso para que la gente de las comunidades se pueda expresar libremente puesto que, ese es el antecedente inicial de los medios comunitarios.

Según Carrión, señala “la comunicación comunitaria, desde 1980, ha marcado una importante influencia en el ámbito de la democracia en el Ecuador” (2007: 18). Pero es a partir de la Ley Orgánica de Comunicación, en vigencia desde el 2013, que se potencian los medios de carácter comunitario y se modifican los horizontes del desarrollo comunicacional, es por ello que se planteó el siguiente tema de investigación denominado: “Conceptualización de la radio comunitaria ecuatoriana desde la Ley Orgánica de Comunicación” cuyos objetivos fueron: La redefinición al término comunitario en el siglo XXI en Ecuador y conocer la situación actual de los medios comunitarios en el país, su alcance, sus públicos, sus objetivos, es decir, censarlos para conocer su estado actual y su proyección a futuro.

Esta investigación pretende aportar conocimientos importantes acerca de la Radio Comunitaria y los artículos contenidos dentro de la Ley Orgánica de Comunicación; en el desarrollo del marco referencial, se analizó las concepciones generales de radio comunitaria, los principales exponentes inmersos en los medios alternativos, se presentaron los artículos que defienden a la radio comunitaria en la Ley Orgánica, y finalmente el impacto de la era digital en el siglo XXI.

La presente investigación es de carácter cuanti-cualitativo, ya que se basó en la interpretación de datos obtenidos de la CORDICOM (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación.), y las entrevistas aplicadas a 6 directores o personas vinculadas en temas de medios alternativos, donde se empleó el principio de triangulación de resultados para los respectivos análisis.

Finalmente, después del análisis y corroboración de referentes teóricos se concluyó que, las radios comunitarias cumplen un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad, en Ecuador, en lo que respecta al nivel educativo, canales comunicacionales, participación ciudadana, etc. No obstante, este recurso social, no es reconocido ni por la población, ni por los gobiernos de turno, pese a la importancia que representa y las leyes que lo amparan. En tal sentido, se recomienda la implementación de nuevos espacios interactivos y de opinión pública aprovechando la amplia disponibilidad de tecnología existente hoy en día.

CAPÍTULO I: DEFINICIONES DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS

1.1. Definiciones

1.1.1. Radio Alternativa.

La historia de la radio alternativa en América Latina tiene más de cincuenta años; durante ese transcurso fueron surgiendo diferentes formas de definir a la radio, donde las organizaciones e instituciones que hicieron uso de la misma, ya sea con fines no comerciales, llamaron a sus emisoras educativas, populares, alternativas, comunitarias y ciudadanas por lo que usaron más de una denominación a la vez.

Lo alternativo no implica necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino una oferta que es 'otra' y difiere de los medios comerciales y dominantes. Lo que comparten todas las corrientes alternativas es que buscan usar los medios para lograr "algo más" que una ganancia económica y expresar discursos específicos que no son atendidos por los medios masivos imperantes". (Geerts y Van Oeyen, 2001: 29).

Dentro de la radio alternativa se diferencia un grupo grande de emisoras que no se basan solamente en lo teórico, sino que van más allá buscando de cierta manera espacios de comunicación donde el medio trascienda, dando a conocer proyectos de vida de las personas ligadas a sus luchas y diversidad de cosas. Este movimiento de radios surge en 1947 en Colombia con la Radio Sutatenza, lo cual comienza como un espacio educativo para las personas pobres del área rural.

A pesar de las diferencias históricas, todas las radios comparten las mismas características, siendo en Latinoamérica donde existe mayor número de radios que poseen las mismas que son, el velar por las necesidades prioritarias de las comunidades, defender proyectos de radio donde garanticen un espacio para que las personas o sectores de la población sean escuchados y sobre todo lograr una sociedad justa.

Cabe recalcar que el desarrollo de las mismas de alguna manera coincide con dos ámbitos institucionales, uno de ellos es ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), aquella que impulsa las Radios Educativas y Populares del continente; y la segunda, AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), que promueve el concepto de radio comunitaria, y últimamente al de radio ciudadana.

1.1.2. Radio Educativa.

Esta radio surge principalmente dentro de la Iglesia Católica y también a partir de la mencionada Radio Sutatenza de Colombia. Dentro de esta corriente se dividen tres tipos de estrategias comunicacionales de acuerdo al tipo de contenido de cada emisora:

Contenidos educativos formales: Son comunes de las llamadas “Escuelas Radiofónicas”, lo cual en los años 60 y 70 se han extendido en América Latina y todavía existen algunas en varios países como Guatemala, Venezuela, Costa Rica, Ecuador, Dominicana y Bolivia. Estos contenidos educativos formales se basan en brindarles una segunda oportunidad a los adultos que no pudieron terminar sus estudios escolarizados o que lo dejaron a temprana edad, lo cual el estudiante puede obtener una acreditación oficial de su grado escolar que le permite continuar con sus estudios.

El resultado de los contenidos formales se puede obtener empleando exámenes para saber o tener un conocimiento del grado de aprendizaje alcanzado por el estudiante.

Contenidos educativos no formales: Son parte de actividades educativas organizadas y sistemáticas que se encuentran fuera del sistema escolar formal, se encarga de ofrecer un aprendizaje definido y que respondan a las necesidades precisas de la comunidad. Además, Peppino, Plaza, & Valdes, señalan que los contenidos educativos no formales “tienen como objetivo ayudar a resolver alguna problemática de la comunidad y su eficacia estaría demostrada por el cambio en el comportamiento de los individuos con respecto a la situación específica objeto del aprendizaje” (2006: 37).

Contenidos educativos informales: Las radios ofrecen programas sin una organización especial donde las personas adquieren conocimientos, aptitudes y actitudes; sin intentar educar deliberadamente llegan a ser considerados educativos por los escuchas, es decir, es un complemento de las dos anteriores mencionadas por lo que este sector tiene más afinidad con las organizaciones comunitarias y la cultura popular.

1.1.3. Radio popular.

Como sabemos todos los procesos de comunicación se desarrollan dentro de un contexto social el mismo que se caracteriza por las injusticias y desigualdades que existen en las comunidades, por ello, la idea de crear radios populares para que se planteen proyectos de

comunicación dentro de un proyecto de cambio político.

La radio popular surge de dos vertientes:

Una católica que nace a partir de las experiencias de la radio educativa y otra sindical, que tiene su origen en las emisoras mineras en Bolivia de los años 50 y 60. Ambas quieren responder al permanente y creciente clamor latinoamericano por la justicia y la paz. (Geerts y Van Oeyen, 2001: 29).

Ambas contribuyen con experiencias en el desarrollo de la radio popular, por lo que en los años 70 y a inicios de los 80, se encuentran ambas vertientes y acuñan el nombre de Radio Popular.

Primeramente la radio nació educativa, lo cual años más tarde fue transformándose hasta convertirse en popular, su objetivo ya no se enfocaba en la educación a distancia sino más bien a un cambio en la sociedad donde sea más justa, equitativa y solidaria. Brindando de esta manera contenidos que sean de interés para el pueblo, impulsando la participación de las personas en la radio.

Durante bastante tiempo se ha venido hablando sobre el término de Radio Popular, sin embargo, a pesar de las diferentes fases de desarrollo de la radio jamás cambio: "Radio popular es aquella emisora que hace más explícita su intencionalidad de carácter político: es decir un movimiento comunicacional en función de una organización social cuyo fin busca un cambio, una transformación social determinada" (Scarafia y Mata, 1993).

1.1.4. Radio comunitaria.

Al inicio de los años 90, AMARC impulsa una nueva vertiente teórica en el mundo de la radio alternativa de América Latina desde la óptica de lo comunitario. Bajo esa bandera la Asociación busca generar un gran movimiento en el continente alrededor de la necesidad de democratizar la palabra para democratizar la sociedad. Dentro de ésta lógica, cada país o cada región tiene sus propios códigos para indicar un tipo de hacer radio que, básicamente es igual y busca la construcción de comunidad.

Según AMARC, señala:

Las radios se llaman de manera distinta en cada país: “libres” en Brasil, “truchas” en Argentina, “participativas” en Nicaragua, “populares” en Ecuador, “comunales” en El Salvador, “indigenistas” en México. Por ello, una radio lleva el nombre de comunitaria porque se entrega a servir a la comunidad ya sea atendiendo sus gustos y necesidades de las personas. (2006: 22)

La definición de radio comunitaria es amplia, no solamente la define su cobertura, el transmitir o no anuncios comerciales durante su programación, ni sus características técnicas; lo que la diferencia de las demás es la esencia de lo comunitario, el hecho de preocuparse, estar al servicio de la comunidad y de cierta manera mejorar el mundo en el que vivimos haciendo una sociedad más justa y no solo obtener algún beneficio de poder y lucrativo de la misma.

De esta manera se encuentran dentro de la radio comunitaria radios grandes y pequeñas, centros de producción radiofónica, experiencias de mayor o de menor compromiso popular, radios estatales, privadas, universitarias, etcétera.

AMARC se constituyó desde el principio en el lugar de encuentro y de apoyo institucional y político de estas radios que se autodenominaron “comunitarias” y lucharon por conseguir frecuencias, aunque para una mínima cobertura.

Según López Vigil, la radio comunitaria se diferencia de otros medios en las tres lógicas de funcionamiento que tienen cualquier proyecto comunicacional:

- “La lógica de rentabilidad económica
- La lógica de la rentabilidad política
- La lógica de la rentabilidad sociocultural” (1947: 13)

De esta manera se define a la radio comunitaria: cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses, cuando responde a los gustos de la mayoría, y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula diversidad cultural y no la homogeneización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se

tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras... esa es una radio comunitaria.

Por ello, el movimiento de radios comunitarias se compromete a cuatro líneas de acción concretas:

- “1. Contribuir al desarrollo
2. Ampliar la democracia
3. Defender los derechos humanos
4. Proteger la diversidad cultural” (López Vigil, 2003)

1.1.5. Radio Ciudadana.

En los últimos años se habla cada vez más de la Radio Ciudadana, lo cual se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos. Lamas y Villamayor hablan de "radio comunitaria y ciudadana", donde las características que mencionan son iguales o parecidas a las de la radio popular. Por ejemplo, la radio comunitaria y ciudadana quieren ser un espacio de encuentro: "las radios comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia". También este tipo de radio habla de tomar posición política, pues "ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales" (Villamayor y Lamas, 2009)

Remontándonos a la historia, las radios populares enseñan que todas nacieron como parte de proyectos de desarrollo, educación, alfabetización, evangelización, comunicación cultural o de cambio sociopolítico.

"Los medios comunitarios son espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces, se defiende la diversidad cultural y se muestran las desigualdades" (Geerts y Van Oeyen, 2001: 38).

Para muchos el concepto "radio popular" había caducado, pues "está muy vinculado a la perspectiva de la izquierda de los años 70 y 80, en un momento donde era otra configuración ideológica del mundo". (Geerts y Van Oeyen, 2001: 39).

Hoy en día ya no podemos hablar con el lenguaje de antes. Para eso tenemos que volver a la gente y darnos cuenta cómo está hablando. Las radios están compartiendo la desorientación en la sociedad y no ven caminos claros hacia el futuro. La identidad está en

cuestión y existe temor a reconocer esto, a aceptar esta falta de autoconciencia. Como resultado muchas radios se aferran a lo conocido y evaden los cambios en su alrededor en cuanto a públicos, actores, lemas, enfoques y lenguaje.

Hace falta redefinir varias categorías. Lo “popular” no es antagónico a lo “comercial”, una radio que está buscando publicidad y abriéndose al mercado es de una u otra forma “comercial”, sin que por eso su razón de ser sea el lucro. La identidad de una radio popular se define no a partir de su negación de lo comercial sino a partir de su compromiso con ciertos sectores y causas.

El término “popular” no causa el mismo ruido ni la misma confusión en todos los ámbitos y países. Aunque todo indica que las prácticas de la radio popular y comunitaria en América Latina no son contradictorias, es necesario ampliar el concepto de lo popular, por ejemplo frente a la sociedad civil.

Hace falta analizar si las radios populares han hecho una lectura de la nueva realidad de Latinoamérica, si se han redefinido conceptualmente en función de esta nueva realidad y si su práctica se ha adecuado a partir de esta relectura. ¿Tiene la radio popular un aporte significativo a los procesos que vive el país? ¿O está quedando aislada del nuevo contexto nacional y global, y no pasa de ser una propuesta comunicacional irrelevante y descontextualizada?

Es importante aclarar esta idea un poco más. Las radios populares y comunitarias, hace cinco - diez años, tuvieron cierta forma de mirar la realidad. Por ejemplo, muchas opinaban que la población indígena, o los campesinos, o los mineros eran víctima principal del sistema capitalista. En base a este análisis generaban sus objetivos y sus estrategias; trabajaban casi exclusivamente con este grupo poblacional. La pregunta que coloca la idea de la vigencia es: tomando en cuenta que la realidad en todos los países ha cambiado tanto, ¿la radio ha revisado, ha actualizado sus análisis de esa realidad? y, en base a esta revisión, ¿ha logrado adecuar también sus prácticas, sus estrategias? Este planteamiento surge desde la convicción que una radio, para ser útil dentro de un proceso de cambio social, debe actualizarse permanentemente en sus análisis de la realidad en que vive la población, a fin de responder mejor a sus necesidades.

Aquellas necesidades que en la actualidad la radio ciudadana no solamente se ha visto envuelta en lo barrial, sino que ahora se ha expandido hasta la ciudad, ya que con las

nuevas tecnologías nos vemos inmersos en un mundo donde no solo se conforman comunidades en pequeños sectores alejados sino que con las redes sociales y con la cotidianidad del diario vivir hemos ido conformando cada uno nuestra propia comunidad.

1.2. Pensamiento latinoamericano sobre la radio alternativa

La comunicación a través de los medios alternativos en la actualidad representa un papel muy importante en el mundo, debido al surgimiento de las relaciones humanas y de la voz colectiva, como también de la continua lucha y anhelos del pueblo, el reto que se propone lograr es mucho mayor, ya que se intenta irradiar la esperanza hacia un futuro con una profunda democratización de la comunicación, es decir, mantener la visión de que, únicamente con la comunicación libre y popular se podrá conseguir una expresión libre de la sociedad.

En Latinoamérica, durante las décadas de los años 70 y los 80, la comunidad popular denominó a la comunicación como la “otra”, por estar comprometida con los movimientos sociales y la crítica frente a la sociedad que gobernaba en aquel entonces. Además, era muy cercana del mundo multitudinario y democrático, especialmente de las personas que vivían en sectores marginados y que no eran tomados en cuenta por el estado, los mismos que luego fueron protagonistas del cambio social.

De esta forma la idea de implementar radios comunitarias, populares y alternativas, para los latinos, nace de la necesidad de alfabetizar y educar a las personas que habitan en el campo y la ciudad. La iglesia católica por su parte, fue una de las pioneras en utilizar los medios radiales como una herramienta para educar y llegar a lugares que posiblemente no pudieron ser formados académicamente. De este modo, el diálogo da sentido a una nueva noción del desarrollo, aplacando el analfabetismo y logrando la construcción de una sociedad con valores equitativos y dignos.

Los medios de comunicación que gozan de la participación de la gente como instrumento para ser escuchados, es cada vez más necesario en los pueblos latinoamericanos en general, ya que es el punto de encuentro de las voces de campesinos, niños, jóvenes, empleados, etc., que aportan con un papel importante en la transmisión de la información, pues no son vistos simplemente como consumidores sino como sujetos participativos que contribuyen a la construcción de críticas transcendentales en todos los ámbitos que los convergen.

Por tanto este capítulo le apuesta a visibilizar la situación vigente de los medios ciudadanos o alternativos que funcionan en países de Latinoamérica, desde la perspectiva de diversos autores en el tema, con el afán de lograr un acercamiento a este tipo de comunicación que adquieren diferentes nombres en cada país: medios comunitarios, ciudadanos, de interés social o colectivo, indigenistas, etc., y se complementa con el análisis y el contenido de personas que comparten intereses en común como profesores, periodistas, investigadores que intentan construir un debate local con el objeto de que surja el cambio.

En esta misma línea, se destaca al autor Paulo Freire en primera instancia, ya que fue básicamente uno de los pioneros y creadores de una educación pedagógica basada en diálogo (comunicación). Escuchó las necesidades de la comunidad para ser educados, por lo que siempre estuvo cerca de la sociedad marginada, colaborando con los problemas del pueblo. De este modo el autor propone la educación como un factor crítico, transformador de la realidad, a partir de la praxis, de la meditación y el comportamiento del hombre sobre el planeta, esto con el afán de lograr una sociedad crítica y transformadora. Bajo esta visión (Freire, 1969:16), relaciona la educación, comunicación y sociedad como un todo, ya que propone que, no puede existir ser humano fuera de la sociedad y al mismo tiempo esta no puede existir sin alguna forma de educación.

Mario Kaplún también representa uno de los principales precursores de la comunicación horizontal, democrática difundida en toda América Latina, pues se destacó en su lucha por fomentar la comunicación colectiva y grupal, con su método del cassette foro. Kaplún (1984: 16) señala que “La opción por una comunicación participativa no sólo responde a un fundamento ético el de equiparar democráticamente las oportunidades de auto expresarse sino también la búsqueda de una eficacia”.

El considera que la comunicación alternativa o popular como quiera llamarse, tiene la noción de que, los interlocutores son libres y como tal, gozan del derecho de acceder a los medios para expresar sus ideas y experiencias sobre sus anhelos e intereses hacia la colectividad, de esta forma lograría la resolución de muchos de sus problemas y así poder transformar la sociedad.

Otro pensador que actuó en el marco de impulsar la comunicación alternativa, fue José Ignacio López Vigil, fundador de la asociación mundial de radios comunitarias (AMAR), expresa que: “la radio, en especial la latinoamericana, ha servido como intercomunicador de

grandes zonas de silencio”. (2008: 23)

El pensamiento del autor hace referencia a la debilidad, pues no es lo que naturalmente creemos “problemas económicos”, sino la desorientación política de los hombres en el mundo actual, pues el mundo cambio, lo que implica un cambio necesario, tomar a las radios comunitarias como espacios propicios para fomentar los nuevos valores ciudadanos.

Finalmente, para Díaz Bordenave, considera:

La comunicación ha experimentado cambios trascendentales a través de la historia, explica como después de entablar diálogos interpersonales, hoy en día las redes sociales en el mundo tecnológico, logran que los gobernantes de la nación lleguen con suma facilidad a las comunidades exponiendo su paradigma político. (2008: 24)

Junto a ellos podemos observar que existe un movimiento, anteriormente mencionado, que han sido los referentes en cada uno de los países, lo cual, han logrado poner como un punto de partida lo que ha sido la comunicación comunitaria. A continuación, voy a mencionar algunos de ellos destacando el aporte y la nacionalidad donde pertenecen y cuál ha sido el campo de acción en el que se han desempeñado.

1.2.1. Paulo Freire – Brasil.

El Pedagogo brasileño, Paulo Freire, se radicó en Chile donde inició su investigación de la praxis y su teoría. Además, fue nombrado experto de la UNESCO y profesor en Harvard. Se dedica a alfabetizar a las personas adultas, inventando su propio método de alfabetización.

El autor de la obra Pedagogía de los oprimidos, propone que “el sistema educativo debe ser el motor que fundamente la contribución del sujeto al cambio social, lo cual se lograría formando la educación en la decisión, y la responsabilidad social por nuevas propuestas de participación” (Freire, 1969). Además, define al proceso educativo como “una acción cultural tanto para la liberación como para la dominación que en cuestión sería la planteada por el neoliberalismo” (Freire, 1969).

En la actualidad se cuestiona mucho la falta de medios comunicativos y alternativos fiables. La transparencia en la información, en algunos casos, ha trastocado la igualdad de accesos y masiva difusión. Es por este motivo que el pueblo brasileño aun no logra ser percibido por

las autoridades en toma de decisiones de origen político, educativo, económico etc. Por tanto, las comunidades populares, deben ser partícipe de una nueva forma de comunicación y diálogo, que lleve a valorar las vivencias y experiencias de cada miembro, crítico de la realidad, gozando de sus derechos civiles alejados de autoritarismos y gobierno.

Expresarse, expresando el mundo, implica comunicarse. La palabra, más que instrumento, es origen de la comunicación y esencialmente es el diálogo. En esta línea el hombre solo se expresa convenientemente cuando colabora con todos en la construcción del mundo común; sólo se humaniza en el proceso dialógico de la humanización del mundo. (Freire, 1969: 14)

De igual forma Freire, destaca que, “decir que los hombres son personas, y como personas son libres, y no hacer nada para lograr concretamente que esta afirmación sea objetiva, es una farsa” (1969: 35). La aplicación de este contexto no está muy alejada de la realidad, en vista de gobiernos burócratas que se han tomado los medios de comunicación como marionetas de sus intereses, la ciudadanía no puede ser libre, si no conoce la verdad.

La realidad opresora es el problema más grave que se opone a la libertad, ya que al constituirse casi como un mecanismo de absorción de los que en ella se encuentran, funciona como una fuerza de inmersión de la conciencia (Freire, 1969: 36).

A pesar de la disposición de herramientas tecnológicas existentes hoy en día, los individuos no pueden expresarse, ni conocer a fondo, cada evento que transforma su cultura o su constitución, incluso sus derechos como seres humanos.

La pedagogía del oprimido que, en el fondo, es la pedagogía de los hombres que se empeñan en la lucha por su liberación, tiene sus raíces allí. Y debe tener, en los propios oprimidos que se saben o empiezan a conocerse críticamente como oprimidos, uno de sus sujetos. (Freire, 1969: 37)

Por esta razón esta pedagogía no puede ser practicada por los opresores, ya que son quienes instauran la violencia y egoísmo. El oprimido busca la liberación y para encontrarla, sabe que se encontrará con grandes barreras dada por la manipulación ideológica, que impedirán su autonomía, no obstante, si la lucha incansable triunfa se logrará una reflexión crítica y crecimiento de los suyos.

Por otro lado, el autor afirma que “aun cuando la rebelión de los oprimidos representa violencia, si puede convertirse en un acto de amor” (Freire, 1969: 37). Es por eso, que solo los oprimidos, liberándose pueden liberar a los opresores. En tanto los opresores en su

condición no pueden liberarse ni ser liberados por sí mismos.

1.2.2. Luis Ramiro Beltrán – Bolivia.

El periódico Boliviano, (Bolivia crece) realizó un homenaje a la expresión en libertad, señalando biografías de sus precursores, es así que argumenta:

Beltrán considerado como el pionero de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, trabajo en diversos periódicos y radios del país, y ha sido ganador del premio de comunicación Marshall McLuhan. Actualmente es defensor del grupo de lectores de prensa Líder, editor, entre otras labores, de El Deber de Santa Cruz de la Sierra. (2011: 5A)

El pensamiento del autor, se basa en el concepto de medios alternativos, los cuales abarcan niveles que van más allá de términos tecnológicos, ya que implica recuperar el protagonismo de los pueblos en el proceso comunicativo, añadiendo calidad de contenidos y la gestión del propio medio de comunicación. En este sentido, en una revisión reciente a las radio-escuelas como medios alternativos, constata que fueron creadas a partir de variables inspiradas en formas de vida, de personas de escasos recursos por falta de estabilidad económica y por la deficiencia en la estructura social y familiar, que ha tenido como consecuencia el fracaso de formación de sujetos del sistema educativo que en la actualidad afectan la oferta tradicional de educación escolar.

Algunos gobiernos de Latinoamérica han decidido que el recurso de la comunicación resolverá la deficiencia educativa, en este sentido el uso de radio escuelas es la mejor opción de medio educativo ya que facilita el proceso académico y en cuestión la distancia. Por tanto, ofrece la facilidad de acceso a la educación para personas con escolaridad inconclusa y niños de escasos recursos económicos.

Básicamente este medio masivo, se vale del diálogo como medio de sociabilización, de cooperación y servicio, haciendo del espacio radio-escucha un medio deseable y atractivo que logra su audiencia cada día gracias al trabajo intensivo de maestros y maestras, en función de la enseñanza-aprendizaje intentando aportar nuevas formas de educar transformando el ambiente en un sitio escolar. Bolivia representa un ejemplo de medios masivos como Radio Minera y radio-escuelas en Latinoamérica, ya que a mediados de la década del 50 surgió la primera emisora de ese tipo en una zona rural poblada por indígenas aymaras: Radio Peñas. Para mediados de la década del 60, con el patrocinio no impositivo de la Iglesia Católica, el

número de tales emisoras, mayormente campesinas, había crecido en el país, al punto de hacer necesaria su agrupación en la red cooperativa llamada Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL). (Beltrán Salmón, 2005: 13).

De acuerdo al referente, Bolivia había empezado a incorporar a su conjunto estratégico la figura de los “reporteros populares”, voluntarios de localidades rurales a los que se capacitaba como sus corresponsales.

Al principio de la década del 70, apartándose ya un poco del enfoque propiciado por ACPO, con apoyo de la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas, (ERBOL) comenzó a reorientar sus labores, en concepción y en forma, para favorecer una educación integral y participativa identificada con la equidad y la democracia. Y a partir de 1980 dicha red cuatrilingüe de alcance nacional, manejada con amplia intervención indígena, asumiría un compromiso con la lucha de los pobres y los marginados tan franco que provocaría a veces coerción y hasta represión gubernamental contra algunas de sus operaciones, (Beltrán Salmón, 2005: 17).

El autor afirma que acto siguiente de aquellos sucesos, se crearon festivales de música y de bailes, ferias, teatro callejero, y funciones de títeres marionetas, fueron otros de los procedimientos realizados en varios países latinoamericanos para decir lo que los grandes medios masivos no expresaban.

1.2.3. Juan Díaz Bordenave– Paraguay.

El maestro Bordenave catedrático y consultor, fue uno de los principales propulsores del estudio y la comunicación para el desarrollo. Además, fue el representante máximo de la comunicación en su país

Para Bordenave, los medios alternativos funcionan como las acciones diversas que se utilizan para enfrentar un sistema que se refleja en beneficio para pocos y desventaja para muchos. El caso de las radios comunitarias en Paraguay, refleja mucho del presente contexto, pues existen varios hechos que se han considerado como represivos y coercitivos de la libertad de expresión a lo largo y ancho del país, y con mayor dureza en los departamentos marginados, como Concepción, San Pedro y Canindeyú.

“La comunicación sirve para que las personas se relacionen entre sí, transformándose mutuamente y transformando la realidad que los rodea” (Díaz Bordenave, 2008: 21).

Existe una marcada diferencia en el significado de comunicación e información, pues la misma no busca la opinión del receptor, básicamente distribuye el mensaje. Por tanto, la comunicación transmite mensajes unidireccionales, es decir los receptores reciben los mensajes de forma que sea fácil interpretarla.

Sin la comunicación cada persona sería un mundo encerrado en sí mismo. Por la comunicación las personas comparten experiencias ideas y sentimientos. Al relacionarse como seres interdependientes se influyen mutuamente y juntas modifican la realidad donde están insertadas, (Díaz Bordenave, 2008: 27).

Así mismo Díaz Bordenave, considera:

La comunicación de masas como un concepto sociológico, surge gracias a los avances tecnológicos desde la radio al Internet, de modo que los hombres gustan de los estereotipos de vanidad, espectáculo, signos culturales, es decir se encuentran integrados entre sí. El tono de las palabras que se dicen, los movimientos del cuerpo, la ropa que usamos, las miradas, la manera de apretar la mano, todo tiene significado y comunica. Es imposible no comunicar. A veces hasta el mismo silencio comunica, cuando una persona deja de responder preguntas o trata de ignorar la presencia del otro, su silencio es más elocuente que las palabras. Lo que la palabra no dice es transmitido por los ojos, las manos, el cuerpo. (2008: 30)

De forma que, la sociedad comparte intereses en común como cultura, tradiciones, costumbres que trata de conservar, por tanto tienen la necesidad de comunicar y ser escuchados de forma libre y formada, que asegure una libre expresión como base de una democracia fortalecida sin caer en manipulaciones.

La propia cultura de una sociedad puede ser considerada como un vasto sistema de códigos de comunicación. Por ejemplo, cuando se casa un hombre y una mujer se colocan anillos cuyo nombre es "alianzas", en la mesa familiar el padre se sienta en la cabecera como símbolo de autoridad, en occidente el negro es luto mientras que en China lo es el blanco, etc. (Díaz Bordenave, 2008: 34)

La comunidad popular en general, debe exigir al gobierno el respeto irrestricto del derecho sostenible a la comunicación para todos los sectores sin discriminación alguna. Jamás podremos vivir en una verdadera democracia sin un respeto absoluto a la libertad de expresión y pensamiento.

1.2.4. Mario Kaplún – Uruguay.

De acuerdo a la Revista Uruguaya El Hidalgo, Sánchez, relató:

Siempre demostró las convicciones dentro de la teología para la liberación. Estuvo entregado a la educación y a la comunicación como expresión de sus creencias transformadoras de la realidad de países de América Latina. Coordinador del área de comunicación del Centro al Servicio de la Acción Popular, con una incesante dedicación en mención de la comunicación alternativa y la educación. Buscó la interacción de las audiencias tomando como base los modelos de comunicación unidireccional, confiriendo al receptor de cabida de diálogo, crítica y construcción, cumpliendo con esta labor hasta su muerte en 1998. (2007: 03)

Según la noción de Kaplún, los medios alternativos representan la conexión directa a la transmisión del deseo y, expresiones de las personas dirigidas a diferentes rincones del planeta. Sin embargo esta forma de comunicación es un tanto difícil de expresar en un principio ¿Cómo lidiar con un flujo masivo de personas ansiosas por opinar y aplicarlo a medios alternativos como radio?

Respondiendo a la interrogante el autor indica que, para que el oyente se convierta en interlocutor activo debe pasar por una serie de procesos, como por ejemplo, las encuestas que utilizan la mayoría de radios “surveys comerciales” que captan la atención de los oyentes y los invita a emitir sus opiniones libremente. (Kaplún, 1999: 143).

El público mismo es el que determina la programación, la que es confeccionada de acuerdo con el gusto y tendencias que el survey cuantifica. De esta manera los oyentes influirían decisivamente en los mensajes y se produciría la realimentación del sistema.

De acuerdo al contexto, las radios alternativas en Uruguay reflejan un ejemplo de la interacción radioescucha en vista de que, son consideradas como el medio comunicacional del día a día y de los sueños de personas que generan expresiones de variadas inclinaciones conjuntamente con la información, la constituyen programas realizados por personas inquietas en comunicar y dialogar, con una visión alternativa, de forma que los oyentes pueden ser partícipes de micros informativos de actividades y noticias tanto locales como internacionales.

Por otro lado, con respecto a la radio educativa, el comunicador-educador debe ser consiente de este reclamo de esta aspiración, de que la comunicación de retorno sea lo más real, concreta e interna posible; y procurar que sus programas de radio sean participativos y dialógicos en la mayor medida que lo permitan las limitaciones técnicas del medio (Kaplún, 1999: 144).

La comunicación a través de medios alternativos, utiliza medios más avanzados que en la comunicación interpersonal. La tecnología en la actualidad permite contar con sofisticados dispositivos para la comunicación en masa. A pesar de que en un principio la comunicación masiva destacó como algo negativo debido a la manipulación que los emisores intentaban transmitir a la ciudadanía. Así lo explica, Kaplún:

La historia de la comunicación de masas está unida a la evolución tecnológica de la comunicación, la economía, política y las relaciones sociales. Cabe destacar que lo importante radica en que el oyente no solo pudiera participar directamente en las emisiones, sino consultarlo, tener en cuenta sus necesidades y aspiraciones para orientar según ellas la programación, recoger sus experiencias, inspirarse en la vida del pueblo para realizar los programas, reflejar esa vida en ellos, (1999: 144).

1.2.5. Jesús Martín Barbero – Colombia.

Semiólogo, antropólogo y filósofo, fue un experto en comunicaciones y medios, sus paradigmas sociales causaron gran influencia en Latinoamérica en la etapa de la postmodernidad. En 1975 fundó la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle. Su visión de la cultura como mediadores, el estudio de la globalización, el cambio del arte con la llegada de Internet y la función de las telenovelas en países latinos son solo algunos de sus aportes.

En materia de medios alternativos el emisor de la comunicación de masas posee recursos financieros para su funcionamiento que lo constituye como una gran organización. El mensaje es selecto por el emisor, es interpretado por el receptor (sociedad de masas) quien se encarga de analizar el mensaje y solicitar nuevos contenidos al emisor. Las comunidades como tal, necesitan de discursos veraces ya que utilizan sus propios términos para imponerse ante cualquier propósito de origen cultural, político, etc., de forma que puede expresarse al mundo y lograr un cambio.

En esta misma línea, Barbero J. M., manifiesta:

Si la comunicación es percibida como algo estructural no habrá manera de romper con el espacio de la estructura y por tanto no será posible concebir su inserción multidimensional y plurideterminada en el modo de producción, ni mucho menos en una formación social concreta. De esta forma es posible plantear el trabajo de los Medios como un discurso sin confundir éste con el mensaje o su estructura de significación. (1978: 23)

Los medios alternativos deben incentivar a la ciudadanía al desarrollo y cambio positivo.

En Colombia, las radios comunitarias, son mayormente apoyadas por el Estado, puesto que su objetivo primordial siempre ha sido lograr una mayor participación de las zonas rurales de cada rincón del país en materia de comunicación. Por esta razón, su programación está constituida por segmentos dedicados a la música folclórica, la instrucción y formación agrícola y zootecnista, y las noticias de la región.

De acuerdo a Barbero M. J., refiere:

La explotación económica es la programación, la reglamentación de cualquier tipo de necesidad, con la finalidad de acostumar a la gente a que, entre el sujeto y su deseo haya siempre una mercancía que lo valore y domestique, es decir lo cuantifique, lo haga mercantilizable. (1984: 35)

Por otra parte, Barbero M. J., argumenta:

Los medios de comunicación alternativa exigen la construcción de una teoría crítica de lo discursivo que nos lleve al espacio del signo al de las prácticas discursivas, abriendo así el análisis a la pluralidad y diversidad de los discursos sociales. (1984: 37)

Cuando se habla de lo alternativo, se lo plantea en un sistema semántico, es decir, la radio como una alternativa ante la prensa. Lo alternativo o es popular o se degrada. Y el concepto de popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas arraigadas desde la sociedad consumista.

Así también, Barbero M. J., expresa:

La comunicación ha estado ligada más a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o el tipo de medios utilizados. Esto es importante precisamente para salirle al paso a la moda que nos llega reduciendo lo alternativo en comunicación a lo que se realiza en el ámbito de los medios masivos. (1984: 42)

El autor propone “estudiar la dinámica de la sociedad como camino para entender el sentido de la comunicación, otorgando un papel protagónico a las personas y sus formas de adaptar la modernidad a sus identidades” (Barbero J. M., 1978: 56), es así que los jóvenes parecen entender y aprovechar mejor los nuevos retos y el sentido de la comunicación ante las nuevas tecnologías e Internet.

1.2.6. Antonio Pascuali – Venezuela.

El maestro Pascuali fue un consultor y asesor en materia de comunicación social, y asumió varios cargos entre ellos Subdirector General de la UNESCO para el sector de la comunicación. Tenía la convicción de que el ser humano desarrolla la capacidad de comunicar como instrumento de interacción, entonces, la comunicación como tal es bivalente, es decir, quien transmite puede recibir y quien recibe puede transmitir.

En este sentido, se analiza las políticas del Gobierno Bolivariano, las cuales explican que el pueblo debe obtener instrumentos de liberación y emancipación a su disposición, para ello ha dotado a las comunidades populares de herramientas que potencien sus voces. Por esta razón, la ciudadanía venezolana consta con cientos de herramientas comunicacionales, con el objeto de promocionar el desarrollo social, los derechos humanos, los derechos sostenibles, diversidad de informaciones y opiniones, valores democráticos, satisfacer necesidades comunicacionales, y el fortalecimiento de los lazos que unen a las comunidades.

“La prevalencia del axioma marx-engelsiano -basado en la dominación de las ideas de cada época de acuerdo a las ideas de la clase dominante- y que ha pautado de forma definitiva la importancia de las relaciones comunicaciones-poder” (Pascuali, 1990: 12).

Así mismo Pascuali, considera:

El discurso del poder y la identificación comunicacional han motivado que la comunicación sea un nuevo tipo de autoridad, del poder político, científico, económico, y tecnológico; algo demasiado serio para entregarlo a manos de los comerciantes o prensa amarillista. Emisor-Medio de Comunicación-Perceptor sirve como base para sustentar que el avance tecnológico de los medios de comunicación no han sido el motor impulsor causante de problemas comunicacionales que existían previamente, pero sí que han venido a ampliar la capacidad inherente del ser humano de comunicarse, pero no a "engrandarla". (1990: 14)

La fundamentación crítica indica que el medio alternativo, es la herramienta que tiene como fin facilitar la comunicación, pero no es el proceso de comunicación como tal, básicamente se diferencia el concepto de instrumento o dispositivo.

Los medios de comunicación, tanto modernos como antiguos, en la categoría de aparatos lo define como: "artefacto que amplía, facilita, perfecciona, aumenta, afina y en suma extiende una preexistente capacidad natural del hombre" (Pascuali, 1990: 17).

El inmenso progreso en tecnología de los medios, con todos los beneficios y transformaciones que han aportado, no ha venido a alterar la esencia del fenómeno "comunicación humana".

La comunicación sigue siendo el objetivo de los emisores, y su contenido o mensaje y no el medio por el que ella circula. Como por ejemplo, las radios comunitarias en Venezuela tienen varias aristas de trabajo que enmarcan la defensa revolucionaria, que lleva a la comunidad a elevar las voces y lograr una visión de los logros conseguidos gracias a la revolución, rumbo al socialismo.

Por información debe entenderse todo proceso de envío unidireccional o bidireccional de información-orden a receptores predispuestos para una descodificación interpretación excluyente, y para desencadenar respuestas preprogramadas. Un doble flujo de informaciones no es aún comunicación, (Pascuali, 1990: 21).

1.2.7. Rosa María Alfaro – Perú.

Alfaro es licenciada en estudios aplicados a la comunicación. Docente y comunicadora peruana, reconocida investigadora del Centro de Investigación en su país, maestra catedrática de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de Lima y Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tiene la noción que la comunicación vaya más allá de los medios de comunicación, de modo que la comunicación es una relación y no un conjunto de tecnologías.

Según Alfaro, señala:

Las relaciones comunicativas comprometen la construcción de la propia identidad, individual y colectiva, porque de ellas las personas y los grupos se enriquecen, reciben, reciclan y usan, modificando las maneras de ser y de relacionarse en el corto o en el largo plazo, según el tipo de dimensión humana y social que comprometa. (1993: 62)

Estudios realizados en América Latina indican la conexión que existe entre la comunicación y la cultura, entre sociedad industrial y comunicación de masas. Las mismas que interactúan entre sí y como resultado demuestran una sociedad que mantiene diversas relaciones personales y colectivas directas, de igual forma se obtiene relaciones arraigadas a comunicación alternativa en radio y prensa.

Cuando se habla de políticas culturales o proyectos de desarrollo vinculados a ellas se sigue

pensando a la cultura como algo contrario a lo que ocurre en los medios y en las relaciones sociales, como su negación. Se la percibe como el lugar puro del conocimiento y de la tradición no contaminada. (Alfaro, 1993: 54).

En Perú, las radios comunitarias, destinan su programación principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad, especialmente en zonas rurales y campesinas, en la que se presta el servicio, fortaleciendo la unificación nacional.

La comunicación está instalada no sólo en las interlocuciones establecidas, sino en los cambios de identidad, cuando las situaciones lo ameritan. Y también estas relaciones están definiendo las identidades mutuas, las formas culturales de ser un pueblo o una colectividad, (Alfaro, 1993: 32).

La comunicación está inscrita en el tipo de relaciones que se desea instituir, sin diferencia de clases o razas, ya que se trata de identificar lo que iguala y lo que diferencia, es decir una valoración no de oposición sino de coexistencia entre sujetos y una sociedad colectiva. Cuando se logra construir relaciones de cercanía, goce, credibilidad y confianza, que no anulan el reconocimiento de las diferencias, se ha logrado una base indispensable para el intercambio educativo.

Más aún, esas mismas relaciones ya son expresión del cambio mismo, pues dicen interlocución, discusión y tolerancia, disponibilidad a crecer y desarrollarse. “Demasiados años hemos estado denunciando la heterogeneidad estructural de América Latina como obstáculo al desarrollo, sin considerar que ella podía fomentar una interacción mucho más densa y rica que la homogeneidad anhelada”, (Alfaro, 1993: 57).

Sigue siendo un reto y una dificultad la interacción sujeto-comunicación, por la existencia de conflictos socio-políticos, socio-ambientales. Sin embargo, la comunicación hace posible diálogos individuales, personales, sociales, y culturales, sin dar lugar a cuestionamientos a cerca de la desigualdad y el aislamiento.

Los proyectos tienen que dar cuenta, permitir que se expresen y atender a esos múltiples sujetos y sus identidades. No podemos unirlos bajo una denominación falsamente homogeneizadora, sino garantizar el ejercicio de la autoestima y el diálogo, (Alfaro, 1993: 76).

1.2.8. María Cristina Mata – Argentina.

María Cristina Mata, estudio Literaturas Modernas en la facultad de filosofía y humanidades en la Universidad Nacional de Córdoba. Se ha desempeñado en diferentes cargos importantes entre ellos, Directora del Conos Sur de la FELAFACS y miembro de los Consejos Editoriales de diversas revistas especializadas en comunicación.

Para la autora, los medios masivos son los recibidos por una gran audiencia acuñada como su medio comunicativo que se enfoca en informarse, informar, influir al público ideológicamente y a través de la publicidad. Su propósito además de un beneficio económico es trabajar la identidad de sectores populares, según Mata en su línea de investigación "Memorias de la Recepción", explica que los medios alternativos se deben analizar desde tres dimensiones:

Desde una dimensión discursiva, es decir, asumiendo los medios y sus mensajes como configuraciones de sentido en las que están inscritas sus propias condiciones de recepción, la situación y competencia de los receptores, (Mata, 1999: 9).

Desde la dimensión del consumo, entendida como operación en la que se ponen en juego complejamente las necesidades, deseos y experiencias de los receptores empíricos, generando un verdadero sistema de adhesiones y rechazos. Ello permite aproximarse a las continuidades y fracturas que se producen entre el discurso mediático y los sujetos consumidores, o con más precisión, entre sus modos de pensar y actuar, (Mata, 1999: 10).

También aduce que desde una dimensión cultural, ubica a los medios masivos en un sistema significativo de manifiesto mayor, el de la cultura masiva, y permite establecer sus relaciones con otros sistemas no específicamente en aspectos, políticos, económicos, etc.

El análisis de estas relaciones, que no son de tipo causal ni de mero contacto sino de copresencia y distinción, permite el reconocimiento de los cruces existentes entre las necesidades específicamente simbólicas que satisfacen y construyen los medios masivos, y las lógicas económicas y políticas que marcan su operación, (Mata, 1999: 12).

Radios e identidad popular: En materia de comunicación, los sectores populares en Argentina, son los destinatarios de diferentes tipos de discursos, arduo trabajo de medios alternos para lograr ellos el diseño de su posible campo de interacciones simbólicas y desde los propios sujetos, unos modos de reconocerse en esas interpelaciones e imágenes y, a su vez, de impugnarlas, trastocarlas y nombrar así la diferencia.

Según María Cristina Mata, señala:

La centralidad que tienen hoy los medios masivos en la producción de los discursos públicos y en la esfera del consumo cultura, hace de ellos una vía privilegiada para la construcción de identidades individuales y colectivas. No obstante, a pesar de los conflictos de poder de difusión de la radio como medio alternativo, no solo se escucha, sino que son masivamente elegidas dentro del sector que actúan como referentes para desechar otras emisoras locales en las que no se sienten representadas, por ser excluidas por cuestiones críticas. (1999: 45)

La radio mantiene la ilusión de un intercambio que los sectores populares sienten ausentes y además facilita la interpretación de las ideas de servicios y colaboración con la comunidad.

Por tanto la constitución de los sectores populares urbanos como público de la que denominamos emisoras de audiencia popular, pasa fundamentalmente por la idea del servicio y la cooperación que a la vez, ofrecen beneficios de naturaleza simbólica cuya concreción importa menos que su virtualidad y que remite a las relaciones de intercambio y ayuda mutua que entablan los sectores populares y no sólo se establecen para obtener un aporte material sino también para promover, recrear e intensificar la relación con los pares: familiares, comunidad, (Mata, 1999: 56).

1.2.9. Néstor García Canclini – México.

Néstor Canclini escritor, profesor y antropólogo, ha sido docente invitado en las universidades de Austin, Duke, Stanford, Barcelona, Buenos Aires y Sao Paulo. En la actualidad trabaja en su investigación enfocada en las crónicas entre: arte, antropología, estrategias creativas y redes culturales de los jóvenes.

En esta línea, se da inicio al tema de los medios alternativos los cuales según el autor han existido siempre y están vinculados al proceso de desarrollo de las sociedades. Hoy en día, gracias a los avances tecnológicos y desarrollo, nos encontramos inmersos en una nueva era de comunicación alternativa, reflejada en los nuevos medios de la alternancia y la participación de herramientas de Internet como: sitios web, blogs, chats, y redes sociales que, entre otros, han abierto un universo de posibilidades que invitan a fortalecer y extender esa conciencia social tan necesaria en el mundo global del que somos partícipes.

García Canclini, en su aporte “Por qué aumenta o disminuye el consumismo” explica que:

La sociedad mexicana y en general se enfoca de manera simple en lo que los medios como radio y televisión ofrece y casi nunca se percibe la estructura de los mercados, las políticas macroeconómicas, o partimos de algunos lugares comunes sobre esos condicionamientos

divulgados hace varias décadas. (1999: 102).

El autor describe la intención teórica de dar una solución en cuestión, afirma que se debe desechar las necesidades y la visión instrumentalista de los bienes.

El consumismo cultura como tal se encuentra extramente ligado a los medios alternativos en los cuales se encuentra inmersa la sociedad, lo cual no significa precisamente que todo contenido sea positivo. Entre el programa de televisión, los discursos políticos o los diseños impresos por los fabricantes en los productos, y lo que los consumidores leen y usan de ellos intervienen escenarios decodificadores y reinterpretadores: la familia, la escuela barrial o grupal y otras instancias microsociales. (García, 1999: 123).

El consumidor no es un creador directo, pero tampoco el emisor tiene la última palabra. En México, el tema de los medios alternativos está relacionado con el ejercicio de los derechos humanos y la libertad de expresión, puesto que el discurso de poder no siempre cuenta con el visto bueno de la comunidad, en cuestión, básicamente prefieren el cumplimiento de promesas antes que el logro de hechos a medias.

1.2.10. Guillermo Orozco – México.

Entre sus proyectos se destacan Coordinador del grupo de trabajo sobre estudios de la recepción de ALAIC y demás catedrático en la UNESCO en la ciudad de Bogotá y Barcelona.

De acuerdo Orozco, determina: “la libertad de expresión debería contar como un derecho propio y humano, en vista de que, el derecho de la información como tal implica el derecho a expresar opiniones, pensamientos y anhelos, sin restricciones, represiones o castigos” (1999: 65).

La duración del proceso de TV como medio alternativo se denota la tradición positivista de los efectos de los medios, la recepción se reducía al tiempo específico en que una persona estaba ante la pantalla, en contacto físico con el mensaje televisivo. Si el individuo acepta dicho mensaje solamente cuando prende la TV y deja de aceptarla cuando apaga la TV, la recepción recibida debe causar un importante impacto para que la exposición del contenido, interacción y contexto sea enfatizada de forma positiva que se apodere del significado y del sentido del proceso comunicativo, (Orozco, 1999: 68)

Cuando se niega la libertad de expresión del pueblo, se está violando el derecho a recibir informaciones e ideas diversas y plurales. Sin embargo, en el caso de México, este derecho

solamente se pueden beneficiar unos cuantos, pocos tienen la oportunidad de transmitir su opinión en un micrófono o frente a una pantalla de televisión.

En esta misma línea el autor supone que la mediación juega un papel muy importante en la interacción sujeto y entorno.

El concepto de mediación se origina en varias fuentes: en la cultura, en la policía, en la economía, en la clase social, en el género, en la edad, en la etnicidad, en los medios de información, en las condiciones situacionales y contextuales, en las instituciones y en los movimientos sociales. También se originan en la mente del sujeto, en sus emociones y en sus experiencias. Y del proceso de recepción de la televidencia trasciende la pantalla de la TV, las mediaciones situacionales proceden también de los escenarios específicos en los que los miembros de la audiencia interactúan usualmente: la escuela, la calle, las reuniones con amigos, el lugar de trabajo, las reuniones de barrio, la asistencia a la iglesia, y así sucesivamente, (Orozco, 1999: 68).

Estos eventos en los que la mediación es parte del diario vivir, ofrecen las herramientas para que los sujetos se puedan expresar libremente en el mundo que le rodea, en muchos casos los medios alternativos son los mediadores que permiten el libre acceso a la opinión pública y en otros a la crítica y educación.

En el caso de la televidencia, como medio alternativo, el autor afirma que en la misma podría manifestarse la influencia de diferentes tipos de comunidades:

La comunidad televidente, las comunidades de apropiación y las comunidades de re-apropiación. Lo que todas poseen en común es la función de asignar significación a la interacción TV-audiencias. Sin embargo, únicamente a la comunidad interactiva que es la agrupación de diferentes comunidades, se la define con el sentido de la interacción, por tanto, debiera entenderse básicamente como un grupo de sujeto social unidos por un conjunto particular de prácticas comunicativas de las cuales surgen televidencias específicas a lo largo de una combinación también específica de mediaciones. (Orozco, 1999: 69).

1.2.11. José Ignacio López Vigil – Ecuador.

Periodista, notable comunicador latinoamericano, considerado como uno de los grandes de la radiodifusión comunitaria en todo el continente. En su larga trayectoria de alrededor 30 años ha desempeñado varios cargos entre ellos, fue Director de la Red de Radialistas Apasionadas y Apasionados en la ciudad de Quito (Ecuador) el mismo que fue fundado por

Monseñor Leonidas Proaño en 1989. Para López Vigil tal organismo representa una red nacional que participa con liderazgo en redes latinoamericanas y mundiales.

Para el autor, el proceso de la ciudadanía tiene que ver con la palabra pública, pues es un transcurso de derechos y deberes de empoderamiento. Ese retorno de la palabra y el empoderamiento son invaluable, son de un valor incalculable. Una forma de devolver la palabra al pueblo es a través de la radio.

El ciudadano como tal, goza de derechos y obligaciones civiles, políticas y sociales, tiene poco tiempo de existencia, particularmente en Ecuador. Si bien tales derechos se han implantado generosamente, al momento de aplicarlos surgen sin número de contradicciones que limitan el pensamiento del ecuatoriano. Llegamos tarde a la reunión de la democracia, ya que su celebración causa satisfacción solamente cuando su ideal político coincide con el creciente desencanto que provoca entorno a cada caso.

El radialista José Ignacio López Vigil indicó en su Manual Urgente para Radialistas Apasionados, que:

Un medio comunitario es un centro cultural donde deberían existir iniciativas económicas que promuevan la creación de productos periodísticos de buena calidad. También puso como ejemplo el caso de radios comunitarias que se mantienen gracias a iniciativas y emprendimientos generados por la propia comunidad (2003: 51).

El autor hace referencia a los nuevos roles de los medios, la radio le cambió el libreto a la prensa. La televisión se lo cambió a la radio. Y hoy, la globalización de la cultura y la revolución tecnológica se lo ha cambiado a todos los medios de comunicación masivos. Lo cierto es que los medios de comunicación siempre estuvieron en medio de la vida.

“La gente se congregaba en torno a un libro de cuentos, o a una pantalla de cine, o a una radiola” (López Vigil J. I., 2003: 54).

Los medios de comunicación sí justifican, porque el público cree en lo que oye y ve a través de ellos. La ciudadanía popular confía en las palabras e imágenes que presentan en TV e Internet, ya que los medios avalan hechos, situaciones, opiniones y personas. Aparecer en radio o en televisión te reviste con un uniforme más llamativo que el de cardenales y coroneles, te da más apariencia que la mansión del diputado o la limusina del embajador. Porque la pantalla y el micrófono te hacen visible y audible ante miles, ante millones de

personas. Más ancho y ajeno es el mundo, más prestigio te brindan los medios.

”Lo que los medios sacan a la luz pública, al sonido público, queda valorado. Lo que sale, vale. Y aún más: sólo lo que sale, existe”, (López Vigil J. I., 2003: 59).

El mercado es el que determina la actividad de la radio comunitaria, la prioridad, antes que el servicio público, es transmitir lo que vende, ganar rating no por la justificación social, sino por la pelea de la audiencia para vender más espacios y a mejores precios. El mercado fija patrones de consumo, y regula la radiodifusor pues omite la responsabilidad social y por lo tanto la posibilidad de la participación social en los medios comunicativos populares. Quien sale una vez, vale. Quien sale mucho, vale mucho. Y con tanto valor agregado, locutores y locutoras, comunicadoras y periodistas, ya no sólo hablan en público, sino en nombre del público. Nadie los eligió para dicha representación, pero ahí están ellos y ellas, sonrientes y aceptados, ocupando la silla vacía que dejaron líderes políticos y sindicales, jerarquías y gobernantes venidos a menos por haber tomado parte en el botín fácil de la corrupción. (López Vigil J. I., 2003: 65).

Como actores de la comunidad popular, los medios se convierten en mediadores entre la opinión pública y el poder. Ensalzando causas legítimas o vendiéndose al mejor postor, la radio, la televisión y la prensa se dan cita, en la mayoría de caos, en medio de todos los conflictos de tipo político, económico, sociales, etc. Los medios comunicativos intentan escandalizar hechos, fiscalizan a las autoridades, les recuerdan sus promesas de campaña, defienden los derechos del consumidor, resuelven problemas cotidianos, desde un simple apagón hasta el programa navideño de los niños pobres.

CAPÍTULO II: LOS MEDIOS ALTERNATIVOS EN LA ACTUALIDAD

2.1. Lo comunitario ante las tecnologías

El término de comunitario en la comunicación se originó a mediados del siglo XX, como una lucha social de grupos aislados de los grandes medios de comunicación. En la actualidad esta lucha sigue en constante evolución, pues dichas sociedades se han visto en la necesidad de adaptarse a ciertos cambios modernos, que si bien ofrecen facilidades de comunicación e información, también atrofian el desarrollo cognoscitivo de los futuros jóvenes actores de la patria.

Luego de haber revisado los principales referentes del desarrollo de la sociedad, a continuación se realiza una comparación con lo que se ha dicho de la comunicación comunitaria desde Latinoamérica.

Para Zygmunt Bauman, dentro de su línea de investigación “La Vida Líquida”, analiza la sociedad del consumismo en la que estamos inmersos en la actualidad, pues representa un reto de la demolición de la creatividad y la comunicación por certero y conmovedor que sea.

Bauman, manifiesta “cuando patinamos sobre hielo quebradizo, nuestra seguridad depende de nuestra velocidad” (2006: 234). Con esta frase el autor empieza a recorrer los diversos niveles que escalamos en la era moderna, la cual es denominada “Vida Líquida”, por consistir en la precaria vivencia de las personas custodiadas en la incertidumbre constante, es decir, los individuos se encuentran confundidos entre la verdadera libertad y la inseguridad.

“En tanto tarea, la individualidad es el producto final de una transformación social disfrazada de descubrimiento personal” (Bauman, 2006: 240).

En este sentido, la sociedad actual está limitada a un solo objeto, el de crear individuos con características únicas que los diferencien de los demás, no obstante, al cumplirse dicha meta los pueblos no harán cosa mayor que parecerse entre sí ya que la tecnología les brinda las herramientas necesarias para llegar a la tan imposible originalidad. Este afán por ser individuales automáticamente los deja caer en el mundo del consumismo ya que siempre existirá en el horizonte un objeto mejor que logre saciar su sed de autenticidad.

Por ello, el autor nos habla de la identidad como solución a dicho problema social, el cual es denotado como un proceso de hibridación que según (Bauman, 2006: 245), es un “movimiento hacia una identidad perpetuamente por fijar” pues “toda identidad entrafia una

lucha simultanea contra la disolución y la fragmentación, una intención de devorar y, al mismo tiempo, una resulta negativa a ser comido”.

Este contexto entraña la relación de los países latinos con las intenciones de EE-UU, de globalizar y patrocinar un bien colectivo, en el cual su papel es disfrazado por personas notables y celebridades, que no son precisamente héroes en temas de la comunicación por lo que al final tienden a desaparecer y ser volátiles de la vida líquida.

El mundo moderno también está ligado a temas de la educación, aunque pueda parecer positivo la comunidad educativa aprenderá a caminar sobre tierras movedizas, esto significa que los espacios de interés público y de diálogo serán olvidados por la facilidad que el mundo moderno ofrece al estudiante, en ese orden un estudiante no necesitara más de la consulta de un buen libro para entender la vida, porque ya tendrá las ideas resumidas en unos cuantos párrafos digitales.

De esta forma incluso al momento de tomar decisiones, los individuos serán manipulados a merced de los que se alimentan del consumismo, consintiendo una política precaria de democracia, en este punto el autor propone recuperar la idea de “redención de las esperanzas del pasado, recobrando políticas vacías por políticas de verdad y emancipándose de pensamientos implantados por el mercado consumista, utilizando la capacidad cognoscitiva para entender el entorno y el bienestar social (Bauman, 2006: 246).

Igualmente, el sociólogo francés Maffesoli dentro de su aporte denominado El tiempo de las tribus, expresa, “Las sociedades de masa actuales están sometidas a toda una serie de cambios rápidos y efervescentes que las van transformando de una manera irremediable” (1991: 3).

El nuevo surgimiento de las tribus en la postmodernidad denomina “neotribalización” al proceso donde los ímpetus y sentimientos sustituyen a la razón y representan características de la era moderna. Tal es el caso en nuestro país, pues los individuos adoptan y adaptan las fantasías creadas a través de la globalización al mundo real, por ejemplo, los ecuatorianos como la mayoría de pueblos latinos, han tomado la tendencia de moda tanto de Europa y Estados Unidos para aplicarlas es su vivencia diaria, tal es el impacto que causa, que la cultura autóctona se ha perdido lentamente, pues ya no aportan el interés de conservar las costumbres y tradiciones la tierra que los vio nacer.

En este sentido Maffesoli, relaciona “la dualidad entre individuo y masa y entre lo colectivo y lo individual” esta contradicción plantea, que la identidad de los individuos de una sociedad moderna, ya no es construida sobre los códigos de una generación anterior, sino sobre las bases de la tecnología moderna “a través de la creación de vínculos para compartir la experiencia del rito de pertenecer de una u otra forma a una tribu” (1991: 18).

Es decir, los pueblos latinos centrarán sus expectativas de pertenencia a los mercados más atractivos, que les satisfaga y les incluya la red consumista, aceptando beneficios a corto plazo.

Por otro lado, analizado el tema de mercados consumistas, el autor Michel Foucault, en su libro “Vigilar y Castigar”, habla sobre el Panotismo y las Comunidades Vigiladas. Describe como las sociedades contemporáneas y los modelos socio políticos han cambiado su estructura frente a la era moderna, pues hoy en día se valen de avances electrónicos y de telecomunicación para medir la altivez popular.

Esta relación entre la sociedad y la tecnología es la brecha que los sistematiza, pues envuelve a los sujetos de modo que son vigilados, como estrategia para mantener el orden y la armonía para lograr el manejo de distintos sectores públicos, económicos y políticos de una nación.

En su libro Foucault, enfatiza:

La historia de una comunidad que gustosamente aceptaba su prohibición de libertad e intimidad, pues los sujetos eran manipulados e influenciados a tal punto que no percibían su atrofiada condición de títeres de las grandes ligas que controlaban y manipulaban sus conciencias con el afán de persuadirlos a su conveniencia. (2002: 97)

En la vida real dicha comunidad es la que Foucault, denomina panóptica, la misma que se caracteriza por plasmar la estructura y el modelo socioeconómico comparado con la de una cárcel, la cual tiene por meta maximizar la vigencia de sus legados y minimizar la economía del sistema carcelario con la finalidad de domesticar las almas convictas.

“El panóptico debe ser comprendido como un modelo generalizable de comportamiento; una manera de definir las relaciones de poder en la vida cotidiana de los hombres”, (Foucault, 2002: 98).

De esta forma la trascendencia de panotismo, “es capaz de reformar la moral de los individuos, preservar la salud, con el fin de revigorizar a la industria, difundir la instrucción, aliviar las cargas públicas, establecer la economía”, (Foucault, 2002: 104)

Los países de América Latina se ven identificados por la propuesta panotista en el sistema capitalista, pues exigen el mayor rendimiento al costo más bajo.

En este sentido el autor considera que:

Nuestra sociedad no es la del espectáculo, sino la de la vigilancia; bajo la superficie de imágenes, se llega a los cuerpos en profundidad, se persigue el adiestramiento minucioso y concreto de las fuerzas útiles, estamos en la máquina panóptica, dominados por sus efectos de poder, que busca prolongar en nosotros mismos, ya que somos uno de sus engranajes. (Foucault, 2002: 105).

La mirada panotopica, la de vigilancia, se ha reproducido en muchos casos gracias a las herramientas digitales y medios de comunicación (videos de vigilancia y cámaras de control), como puente que asegura la facilidad de influencia de los sistemas capitalistas hacia el proletariado como engranaje para la eficacia de sus cometidos.

Como propuesta a este conflicto, los sujetos pueden decidir no utilizar este tipo de tecnologías, evitando así que se le disuelva su libertad personal, que a propósito hace tiempo se encuentra restringida.

El autor Ariza, cita a Paulo Virilio en su libro Comunicación y Libertad. “La cara oculta de la riqueza, traducida en poder, es la aceleración. Ayer la aceleración de los transportes, hoy la aceleración de la información” (2005: 33).

Este contexto hace referencia al accidente tecnológico que la humanidad ha presenciado, según el autor este conflicto se origina en la uniformidad en la que la información se ha reducido, dando paso al progreso. Un claro ejemplo de lo dicho es que casi todas las comunidades se han acoplado al mundo de Internet, esta novedosa herramienta abarca una información infinita de la cual jóvenes y adultos hacen uso en su rutina diaria, sin tomar en cuenta la fuente veraz de mencionada información.

De este modo el progreso, nuestro culto a la velocidad, tiene un reverso oscuro, catastrófico como lo es el arsenal nuclear, la bomba informática, la desaparición de lo político en manos de

los mercados, la posibilidad de un agujero negro en el acelerador de partículas del CERN o la globalización de los afectos. (Virilio, 2009: 69)

El autor se refiere al avance tecnológico como un fenómeno racional, ocultado tras una transcendental publicidad del progreso, donde cualquier comunidad puede especular de sucesos históricos o actuales como el cambio climático (calentamiento global), dada por una obsesión por la comunicación y transmisión de la información instantánea. Sin embargo, el autor asegura no estar en contra del progreso tecnológico sino de las catástrofes que traen consigo a manera de divergir.

En este punto Serres, en su libro titulado Atlas, se enfoca a los espacios virtuales con respecto a las comunidades, por lo que señala “disolviendo las antiguas fronteras, el mundo virtual de la comunicación conquista nuevas tierras: se suma a los desplazamientos y a menudo los sustituye” (1995: 12).

Esto solo indica que nos hemos adaptado fácilmente a las transformaciones tecnológicas, empezando desde el hogar de las personas hasta sus relaciones sociales, esta tendencia se propaga cada vez más lejos, por citar un ejemplo las aplicaciones que en muchos casos se utilizan para hablar en tiempo real con personas en otros lugares del planeta las “video llamadas”, estas herramientas así como logran hechos transcendentales, implican que las nuevas generaciones no puedan discernir lo correcto de lo desatinado, pues no están previstas de un conocimiento ético en absoluto.

“Ahora vivimos en una inmensa mensajería, en la que la mayoría trabajamos de mensajeros; pero transportamos mensajes que a veces gobiernan a los motores” (Serres, 1995: 118).

A modo de comparación, somos como obreros, tejemos redes en la comunidad y actuamos como microprocesadores de los mensajes, soportamos menos masas, no generamos contenidos, pero sí llevamos la información a quien sea el portavoz del pueblo. Cuando el autor hace referencia a quienes gobiernan a los motores, quiere decir que la teoría de la información es como la termodinámica, y está a toda la mecánica completamente desarrollada como los mitos, relatos y religiones.

Según Serres, en cuanto a mentir o decir la verdad, expresa que “la información y la publicidad difunde y prolongan la corta gloria de gallos de corral o de producciones locales, cantándola cara al universo” (1995: 17).

El mundo prefiere la propaganda a decir de la verdad, ya que tiene una corta duración en la curiosidad de la gente y le advierte de la noticia que puede generar algún tipo de desagrado o controversia. Hay que valorar la publicidad, no por lo que dice, aunque se sabe que siempre es una mentira, o algo similar, sino porque demuestra la calidad del lugar que proviene simplemente analizando su empaque, pues el mensaje mentiroso no tiene ningún alcance, ya que todo es aparente.

“El desarrollo ve como decrecen todos sus medios. Vivimos en la encrucijada en al que se encuentran las necesidades que suben y los bienes que bajan” (Serres, 1995: 165).

Todos los países del mundo, incluidos los escasos de recursos económicos, viven en contacto con las comunicaciones, sin embargo, esto no implica que dedique su mayor esfuerzo beneficiarse de estas herramientas para educarse. Incluso se denota como la enseñanza a distancia es menos costosa de la clásica o presencial, no consume recurso y está presente en todas partes, es decir, la solución a los problemas de enseñanza está en las manos de todas y todos los ciudadanos, que solo pocos pueden apreciar y poner en práctica.

“El tiempo se convierte en una de las materias primas del trabajo y de la enseñanza, como lo fueron antes el espacio y cualquier otra materia, y no es su condición o exigencia necesaria” (Serres, 1995: 178).

Tomando en cuenta que la tecnología implica espacio-tiempo, se puede tener los recursos digitales a disposición, el maestro de ciencias, puede llegar a casa y revisar todas las grabaciones de voz, que sus alumnos le han dejado durante el día, es decir, los avances en esta materia, han beneficiado de una manera muy destacable, ya que permiten ganar mucho tiempo y sabiduría, en los sectores que se requiera.

Finalmente, con respecto a los medios tecnológicos, el autor argumenta:

Las ciencias cognitivas muestran que el uso de la red, la lectura o escritura al pulgar de los mensajes, la consulta de Wikipedia o de Facebook, no excitan las mismas neuronas o las mismas zonas corticales que el uso del libro, del ábaco o del cuaderno (Serres, 1995: 179)

Las nuevas tecnologías han sido comprendidas con sumas facilidades por los “nativos digitales”, niños y jóvenes que han nacido en la era digital al alcance de todos. Estos son capaces de manejar de forma extraordinaria todas las aplicaciones que se crean a cada

instante, además de encontrar cualquier tipo de información en cuestión de minutos, y como no destacar, el uso de las redes sociales, que ha transformado el vínculo de las relaciones sociales etc. Sin embargo, el autor explica que el hecho de que ya no se usen los libros como fuente de información, trastoca la capacidad de analizar, sintetizar, manipular contenidos del mismo modo como lo hacen sus ascendientes.

Para Serres “las comunidades occidentales han venido experimentado dos revoluciones: el proceso de lo oral a lo escrito, y el camino de escribir en un con tiza al pizarrón a escribir en libros” (1995: 174).

Actualmente se presencia la llegada de la tercera revolución: la innovación a las nuevas tecnologías. La comunidad frente a la llegada de dicha revolución, se ha acoplado perfectamente en el mundo digital, ya sea por su facilidad de manejo o por la cantidad de información que se puede encontrar, trata de innovarse con cada novedad tecnológica que se presenta, aprender de cada nuevo programa que le resolverá los conflictos en la universidad o en el trabajo.

“No hay progreso o desastre, ya sea bueno o malo, ésta es la realidad y tenemos que lidiar con eso. La generación Pulgarcita tendrá que reinventar una forma de vivir juntos, instituciones y formas de ser y conocer” (Serres, 1995: 175).

Entonces, se tendrían que generar nuevos métodos y estrategias de comunicación, enseñanza, competencias, que les permitan al nuevo ser humano tal como lo describe el autor, desarrollar toda su capacidad cognitiva, es decir, entender lo contenidos y contextos por su cuenta, mas no a través de un monitor. Las sociedades además deben enfocarse a preparar las nuevas generaciones para el futuro, implementar una educación basada en la ética, ya que cada día habrá un nuevo avance tecnológico con el cual debemos lidiar.

Para Beltrán Salmón, en su apartado denominado, La Radio Popular y Educativa de América Latina expresa:

La Radio Comunitaria como tal, ha venido forjando con tesón y talento una radiodifusión del pueblo, por el pueblo y para el pueblo. Frente a la obsesión mercantil y a la inopia gubernamental, la radio popular y educativa latinoamericana es una apuesta creativa y valerosa por el ideal democrático que representa. (2005: 18)

Este tipo de medio digitalizado ha contrarrestado la exigencia del capitalismo, alejando a las

comunidades de la mundialización, ofreciendo fuentes de trabajo, que llevan adelante además nuevas formas de comunicación colectiva siendo capaz de incidir social y culturalmente.

La radio comunitaria es el instrumento utilizado para plasmar la opinión pública con el afán de buscar el diálogo y trabajo en equipo.

Con su estrategia de “micrófono abierto”, ponían a los trabajadores y a sus familias a hablar libremente de todos los temas de su interés, a hacer reclamos a las autoridades e inclusive a criticar la conducción sindical. Visitaban escuelas, iglesias, mercados, pulperías y campos deportivos y hasta entraban a los socavones mineros para dar a la gente la oportunidad de decir su palabra (Beltran, 1996: 23).

Bajo el marco teórico de los medios alternativos, las estrategias utilizadas por radios comunitarias privilegian la libertad de expresión de los oprimidos constituyendo un fundamento en la democracia de una nación, con la garantía de que la información que se destaque en este medio, no pueda ser confiscada por ningún poder planetario. Cabe recabar que siendo así, la utilización de medios alternativos representa una profunda responsabilidad social.

Sin embargo, mientras subsistan en grados importantes problemas como la mala calidad de varios programas o la contracción de las fuentes de apoyo financiero, etc., la radio popular corre el riesgo de ser sofocada por el abrumador poderío de la radio comercial. Y, si esto llegara a ocurrir, la comunicación alternativa para la democratización no podría cumplir su deber de acompañar al pueblo latinoamericano a enfrentar los desafíos del nuevo siglo, (Beltran, 1996: 26).

En este sentido, si se llegara a perder la radio alternativa como tal, se debería plasmar una nueva propuesta radiofónica digital, que logre ser competitiva con las radios comerciales, idear alternativas para vencer la carga financiera, valerse de los medios tecnológicos para extender la audiencia de las comunidades latinoamericana y lograr el apoyo de talento humano que trabaje en equipo en pro de la democracia.

Por otro lado, el rápido desarrollo y despliegue que están protagonizando las llamadas nuevas tecnologías de la información y el conocimiento (TIC), en particular en las últimas dos décadas, es parte de un proceso de globalización económica y cultural del sistema capitalista mundial.

Según Peppino, señala:

La era digital de los medios de comunicación alternativos constituye el principal sustento material, relacionado con la base ideológica-política para la hegemonía de un sistema de grandes corporaciones transnacionales, guiados por la lógica de la acumulación, la utilidad, eficiencia y productividad. (2009: 87)

Pero a la vez implica la resistencia de culturas locales que, a través de una dinámica de reinención de sus identidades y formas de vida, se adaptan y sobreviven ante la expansión de un orden dominante. Este proceso global y local conlleva el debilitamiento de las soberanías nacionales de los países pobres en favor de la concentración de riqueza y conocimientos en las elites de los países industrializados.

Como es entendido que la comunicación alternativa es resultado de un proceso social alternativo, que difiere en forma, función y contenido al proceso social propuesto por el sistema dominante y los medios de comunicación tradicionales. Es por ello que hoy en día los periódicos están modificando aceleradamente sus salas de redacción para que dejen de estar orientadas únicamente hacia la prensa impresa y se conviertan en salas de redacción multimedia.

En este contexto, la progresiva consolidación de los medios digitales impactará (como ya lo estamos experimentando en forma incipiente) en las formas en que se desplegará la difusión de los contenidos musicales, los textos y el video; y con ello en la manera de dar información, las noticias, la publicidad y las transacciones comerciales.

Por otra parte, según Saez Baeza, determina:

El desarrollo de las nuevas tecnologías se basa en los cambios digitales tales como: la televisión digital que introducirá nuevas mejoras en la calidad de imagen y sonido, más canales simultáneos y en particular, permitirá la interactividad y el mejor desempeño de los medios alternativos para la educación y culturalización de los usuarios. Asimismo, la proliferación creciente del uso del chat, los blogs, las wikis, las plataformas de búsqueda, entre otras, constituyen nuevas formas de uso de la red que van delineando las tendencias de una nueva cultura comunicacional. (2008: 41)

Para que este proceso se consolide definitivamente será necesario el despliegue y la implementación de las nuevas tecnologías en la infraestructura de las redes de comunicaciones, los dispositivos terminales y las técnicas de compactación y digitalización.

Así de acuerdo a Martínez Costa, considera:

Las nuevas tecnologías como Wi Fi, WiMAX, 3G, son técnicas de compactación, streaming, la televisión digital, la televisión por Internet, jugarán un papel determinante en la transformación de los medios y en las comunicaciones en general en el futuro mediano. (2007: 64)

Es en este marco, Internet también se está convirtiendo en un espacio y un medio utilizado como herramienta por los sectores excluidos, sus movimientos políticos y sociales, con el cual pueden articular diversas formas de resistencia, comunicación y organización de su accionar.

La digitalización debe ser vista como una oportunidad para corregir los errores en la construcción de este sistema. Necesitamos más competencia y mayor producción de contenidos locales y nacionales, con su impacto en la creación de más puestos de trabajo y el desarrollo de diversos sectores de nuestra industria cultural.

2.2. Medios alternativos en el Siglo XXI

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

Esta comunicación se da en particular en sistemas dominantes, en los que los individuos no cuentan con una expresión abierta dentro de los medios y canales establecidos, ya que estos son invadidos, saturados y controlados por el discurso del poder. Sin embargo, la comunicación alternativa también se puede generar en sistemas igualitarios, es decir, en aquellos sistemas del pasado en los que el control de los canales de comunicación no se daba en extremo, pero que, sin embargo, tampoco planteaba todos los puntos de vista surgidos en la sociedad.

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

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

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

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

A decir de Meneses, considera

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

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

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

2.3. Lo alternativo en el espacio virtual

Gestionar la comunicación desde el punto de vista periodístico requiere de mucha estrategia y control, pues la normativa actual tiene varias observancias al trabajo noticioso. Por ejemplo, el artículo 18 hace referencia a la prohibición de censura previa, sobre el cual los medios de comunicación manifiestan que alienta la autocensura y que los periodistas decidirán informar a media tinta a fin de evitar inconvenientes con el Gobierno.

La noción de red no es nueva, concebida como la organización de vínculos cooperativos, de intercambio recíproco del saber, las habilidades y la colaboración entre las personas. Pero lo nuevo es que este tipo de vínculo social en su manifestación actual a través de las redes sociales con base tecnológica como la que ofrece Internet, han permitido amplificar su extensión hacia espacios de interconexión entre distintos puntos del planeta.

Así de acuerdo a Barranquero & Sáez, considera:

El Internet ha impuesto muchos cambios imprevistos respecto de los paradigmas en que se sustentan los medios tradicionales. Surgen nuevos paradigmas como la interactividad (el funcionamiento propio de la red se sustenta en una arquitectura cliente-servidor que representa una modalidad inversa a la de los medios tradicionales concebidos como unidireccionales); la personalización, la multimedialidad (la integración de todos los formatos de información: texto, audio, video, gráficos, animaciones). (2010: 87)

Por otra parte Maherzi Lofti, explica

El Internet permite el aprovechamiento de sus herramientas tecnológicas para el despliegue de nuevas acciones colectivas de comunicación concebidas desde su uso alternativo, que van desde el simple correo electrónico, los manifiestos on line, los foros, las campañas virtuales, la

coordinación de acciones conjuntas, los boletines informativos, las comunidades virtuales, la mensajería instantánea (chat), las video conferencias, etc. Son todas herramientas comunicacionales que se pueden utilizar para dar mayor visibilidad a las actividades y a el debate entre los movimientos. (2003: 54)

No obstante, la brecha digital existente y provocada por el proceso acelerado de despliegue y expansión de las TIC, la tecnología de Internet puede ser reapropiada, recreada e incorporada por grupos y culturas pertenecientes a las clases y sectores subalternos y que la utilizan como una herramienta (más) de reconstrucción de su identidad.

Continuamente se manifiesta la tensión entre la cultura de la racionalización, la eficiencia y productividad capitalista (con el único objetivo de maximizar la tasa de ganancia) y los conflictos que esta cultura genera, no sólo con las cada vez mayores masas de excluidos y perjudicados por la acción del poder hegemónico, sino también por la creciente necesidad de reafirmar la identidad de los nuevos (y viejos) movimientos socioculturales dispersos en la región.

Es decir que, en el ciberespacio, las comunidades virtuales y sus redes, se conforman en espacios de reproducción de la desigualdad social y cultural; pero también constituyen un espacio potencialmente importante para la implementación de las estrategias de los movimientos sociales y políticos representativos de los sectores subalternos.

Como parte del medio virtual tenemos las redes sociales importantes en donde existe una masiva interconexión de usuarios virtuales, entre las más importantes tenemos:

- Twitter, tiene la original modalidad de comunicarse con solamente 140 caracteres, a la vez que es muy atractivo por lo que los famosos y hasta el Vaticano tiene su propia cuenta en Twitter. Esta red permite a sus usuarios enviar mensajes de texto llamados tweets, donde se responde a la pregunta ¿qué estás haciendo? Los mensajes se muestran en la página de perfil del usuario, y son también enviados de forma inmediata a otros usuarios, es aquí donde logran relacionarse con otros perfiles.
- Facebook, considerada la red del momento, que en poco tiempo pueda superar a la misma Google, en cuanto a tráfico se refiere. En febrero de 2004, un estudiante de Harvard lanzó un sitio web llamado “thefacebook” (libro de caras) como un servicio para ayudar a la red de estudiantes de Harvard a conectarse entre sí, pero poco a

poco esta red comenzó a tomar fuerza hasta llegar al público en general. (Martínez Costa, 2007: 27-28)

Las redes sociales bien aprovechadas pueden servir para crear comunidades donde sus miembros compartan información de común interés. El entorno y las condiciones de trabajo condicionan totalmente el rendimiento en el mismo.

Las redes sociales tienen un enorme atractivo en el aspecto personal y de relación por parte del que las usa. Por este motivo, cuanto mayor sea el número de los participantes más atracción genera en los alumnos el poder estar en contacto directo con sus profesores, sus amigos y compañeros de otros cursos a los que quizás conozcan de vista pero con los que no han hablado nunca. Esto permite crear un ambiente de trabajo favorable que es uno de los motivos directos del éxito de las redes sociales. (Pérez, 2012: 24)

La tecnología de información y comunicación ejercen un impacto y repercusión en la sociedad, además de su influencia en los cambios culturales, por ello es necesario tomar conciencia de la relevancia que está adquiriendo Internet como un espacio para la difusión, organización y coordinación de los diferentes proyectos de movilización política de resistencia al poder hegemónico. Para ello será necesario crear los elementos de articulación entre los espacios políticos más diversos y es fundamental la vinculación de las diferentes redes que cada uno de ellos constituye en forma fragmentada.

En cuanto al alcance del espacio virtual los resultados son espectaculares, porque hoy día es posible capturar, almacenar, procesar y transmitir información con muy pocas limitaciones en cuanto a volumen, tipo, velocidad, distancia y coste. Compárese, por ejemplo, el intervalo de un mes necesario hace cien años para enviar un mensaje de Europa a América, con los pocos segundos que bastan hoy empleando correo electrónico o fax se llega en segundos, lo que se ve una amplia gama de oportunidades para el desarrollo de la comunicación comunitaria.

Es necesario tomar conciencia de la relevancia que está adquiriendo Internet como un espacio para la difusión, organización y coordinación de los diferentes proyectos de movilización política de resistencia al poder hegemónico. Para ello será necesario crear los elementos de articulación entre los espacios políticos más diversos y es fundamental la vinculación de las diferentes redes que cada uno de ellos constituye en forma fragmentada.

2.4. Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa

Las recientes reformas latinoamericanas en el ámbito de la comunicación reconfiguran el rol y los desafíos de los medios populares, alternativos y comunitarios. El análisis de los resultados evidencia que la participación directa en la fundación, gestión y sostenibilidad de estos medios por parte de la comunidad repercute en la generación de contenidos orgánicos a sus intereses y necesidades –normalmente desatendidos por los medios públicos y comerciales– y también en una mayor pluralidad y diversidad de la oferta mediática.

Además, los resultados permiten avizorar que los medios populares, alternativos y comunitarios son espacios fundamentales para la democratización de la comunicación y para la construcción de una ciudadanía comunicativa. Un desafío que se desprende de las investigaciones es la necesidad de consolidar redes transnacionales para una acción concertada en el plano del orden global de la comunicación mediática, pudiendo medir su potencial incidencia en la agenda pública.

**CAPÍTULO III: LOS MEDIOS ALTERNATIVOS DESDE LA LEY ORGÁNICA DE
COMUNICACIÓN**

3.1. Los nuevos roles que presentan los medios de comunicación.

En los tiempos contemporáneos los pueblos y comunidades se desempeñaban en función de la radio y televisión que son los medios tradicionales, hoy en día, gracias a la globalización los medios antes mencionados quedaron en segundo plano. Los nativos y migrantes digitales se encuentran tan inmersos en la nueva cultura digital por excelencia, que basta un solo clic para transmitir cualquier tipo de mensaje o contenido en cuestión de minutos, lo que sin duda, ha desmejorado la producción radiofónica.

De acuerdo a Iglesias, (2009: 293): “El boom de la información hace pensar que la instauración de sistemas democráticos y sociedades más abiertas en el mundo debería volverse una realidad en el más corto plazo”. En este sentido, los sistemas democráticos y sociedades más abiertas constituyen la realidad de hoy en día, este cambio en materia comunicacional nos ubica muy lejos de la libertad de imprenta que se basa irónicamente en la ideología liberal.

“Una gran parte de los medios actuales forman o pertenecen a grandes corporaciones nacionales e internacionales, con cifras de facturación gigantescas, vínculos empresariales estrechos con otras grandes empresas y grupos financieros y afinidades con partidos políticos o grupos de presión” Herman y McChesney, (1999) citado por (Aznar, 2005: 20). Es decir, una gran parte de los medios de comunicación se encuentran influenciados por las grandes industrias, de tal manera que modifican la información para dar cierto tipo de mensaje y así adueñarse del criterio del receptor.

3.2. ¿Legitiman lo que transmiten los medios de comunicación?

De acuerdo a López Vigil, (1997: 23) expresa: “legitimar significa garantizar la autenticidad de algo o de alguien, su conformidad con la ley. Quien legitima a otro, le agrega valor, le concede importancia”.

Así también Pozo Barraqueta destaca:

Art. 3. De la ley orgánica de comunicación del Ecuador expresa: contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social. (2013: 3).

En este punto, la información clara y precisa que se trasmite en medios de comunicación se podría catalogar como regularizada y manipulada por grandes líderes públicos, sin duda, el público cree en lo que oye y ve a través de ellos, es decir, cada programa, publicidad o afirmación que se trasmite en medios masivos son considerados de suma confianza, lo que es ignorado no existe, es ahí donde se prevé un control, cada información debe ser real y verídica.

López Vigil, (1997: 25) “Lo que los medios sacan a la luz pública, al sonido público, queda valorado. Lo que sale, vale. Y ahora, se va la segunda: Sólo lo que sale, existe”. La verdad es que vivimos en una realidad mediatizada, donde la noticia agota los hechos. Ya no se informa de la misma manera, antes los sucesos tenían relación y la gente podía opinar. Frente a esta perspectiva de “información ilegítima”, lo recomendable es indagar, buscar otras fuentes de información hasta lograr establecer una verdad coherente.

Hoy los medios de comunicación son perseguidos por políticos para lograr una entrevista, son los sponsor de propagandas donde actúan con la finalidad de adquirir un lugar en la fama y llegar a la gente comprándonos un voto de confianza a su liderazgo. Por otro lado, aquí se reúne el gobierno con la oposición, se presentan las más variadas tendencias políticas, y en contraste se desencadenan escándalos que se hacen visibles al pueblo y es justamente ahí donde el político recuerda su promesa de campaña. Los medios reúnen más masas que el mismo santo templo, constituye el principal punto de encuentro de civilizaciones enteras.

Pozo Barraqueta infiere:

El Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador expresa.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano,. (2013: 5)

Es momento de cambiar esa actitud por parte de la población, como ciudadanos de una nación debemos preferir el pluralismo de opiniones dentro del medio y de la sociedad, es la única forma de lograr una verdadera democracia basada en inteligencia meramente humana.

3.3. La libertad de expresión y la regulación de la radio difusión alternativa.

La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador en el Art. 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión señala.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

En Ecuador los abusos en la administración de concesiones de medios alternativos, tiene como consecuencia el silencio de la pluralidad de voces, esto afecta directamente al pueblo al impedir la ejecución de sus derechos legítimos de libertad de expresión.

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

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

Sin embargo, de acuerdo a Eliades, y otros (2009: 13), señala: centenares de emisoras comunitarias han sido testigos de abusos y exclusión mediante tratos discriminatorios y prácticas arbitrarias que benefician a unos pocos empresarios y grupos económicos.

Las frecuentes violaciones a la libertad de expresión e información se basan en el abuso del Estado hacia el pueblo, al ejercer la potestad de administrar el espectro radioeléctrico y frecuencias de radios a través del otorgamiento de concesiones, de esta manera, monitorean y controlan su buen uso.

Se valen de la vía legal para suprimir directa o indirectamente los decretos y resoluciones gubernamentales restringiendo su ejercicio cuando se accede a una frecuencia, de aquí que la Ley Orgánica de Comunicación no es aplicada con severidad.

En este sentido, Eliades, y otros (2009: 13), proponen dos razones que establecen el carácter y los límites de la potestad de ejercer los derechos impuestos en la constitución ecuatoriana tal cual como lo dictan.

1. Los estados son sólo administradores del espectro radiofónico, no son sus dueños, ya que la frecuencia es considerada como un recurso natural patrimonio de la humanidad.
2. La difusión es un soporte para ejercer un derecho fundamental como es la libertad de expresión.

Estas son las razones por las cuales el autor explica que el Estado no puede administrar el uso de las frecuencias de manera arbitrara.

Así, según Pozo Barrazueta (2013: 2) indica que el artículo 384 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana,.

El artículo antes mencionado, expresa los derechos tal cual deben cumplirse, aunque esto no se lleva a cabo del todo, los ciudadanos deben saber que una opinión pública informada posee un valor crítico para el gobierno democrático y constituye una base sólida de defensa de los derechos de libre comunicación.

3.4. Estudio de caso Ecuador

En el año 2013 en Ecuador se ha tomado un debate tan necesario como ausente para la democracia de las sociedades como lo es la regulación de los medios de comunicación.

Si bien el Estado ecuatoriano como tal debe garantizar el derecho a la información y un equilibrio entre las condiciones democráticas y las posibilidades de emprendimiento o negocio de los medios comunicacionales, tiene como finalidad la búsqueda del desarrollo económico mediante el uso del espectro, basto soporte de la radiodifusión.

De acuerdo con Iglesias, (2009: 294): “en el proceso de democratizar la información, los medios de comunicación social como los principales vehículos de la libertad de expresión, tienen un papel insustituible, toda vez que funcionen en un entorno favorable y cumplan determinadas condiciones”.

Con respecto a los medios alternativos, esto se interpreta que, el Estado al no garantizar velar y hacer cumplir los derechos contenidos en la Ley Orgánica de Comunicación, debe o más bien, el pueblo ecuatoriano debería exigir un nuevo marco jurídico, en este caso de manera especial a la radiodifusión comunitaria ya que se ve mayormente afectada, esta aseveración se fundamenta en que el gobierno solamente permite que la frecuencia esté al aire únicamente por 15 años, además la legislación vigente hoy en día quizá es letra muerta.

Esto se encuentra estipulado en Art. 116.- Plazo de concesión.- La concesión para el aprovechamiento de las frecuencias de radio y televisión se realizará por el plazo de quince años y será renovable para el mismo concesionario por una vez mediante concesión directa, debiendo para las posteriores renovaciones ganar el concurso organizado por la autoridad de telecomunicaciones, (Pozo Barrazueta, 2013: 20).

Según, Iglesias indica:

Además, la legislación aplicable al ejercicio de la radiodifusión comunitaria presenta un obstáculo para la democratización de la palabra y las soluciones a este estado de cosas no son fáciles ni están a la vuelta de la esquina. Queda todavía mucho por hacer,. (2009: 303)

Aunque la implementación de un nuevo marco jurídico en el país se perciba como muy difícil la posibilidad de ampliar fortalecer las radios comunitarias, no corresponde desmerecer el valioso trabajo de los radiodifusores comunitarios que luchan por la aplicación de la democracia y la vigencia de los Derechos Humanos en las comunidades, ya que los líderes que nos gobiernan está claro que, no están interesados en hacer la sociedad el eje central de sus preocupaciones, más bien, se encuentran muy ocupados adquiriendo los beneficios del desarrollo global.

Entonces ¿Cómo se debe entender a la democracia desde el punto de vista de la comunicación?,

Murillo Ruíz, (2007: 21) afirma: “la democracia enfocada desde la comunicación es un sistema que se rige sobre la libertad de expresión”. En esta línea, es sencillo, se supone que el estado nos proporciona garantías liberales y tolerantes que se basan en la consolidación de valores sociales como el bien común, la comunicación cumple la función de mantener informada a las personas lo cual les otorga un poder, este se refiere al poder comunitario al

poder de elegir, aceptando el hecho de que la sociedad se encuentra inmersa en un ancho mar de posibilidades facilitados por medios electrónicos en la actualidad.

Pozo Barraqueta refiere:

Art. 34 de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador señala.- Derecho al acceso a frecuencias.- Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley,. (2013: 8)

El ciudadano informado es bueno, porque el ciudadano podrá actuar en un mejor beneficio individual y común. El ciudadano informado tomará las mejores decisiones. Sin embargo el ciudadano informado es producto de la información que circula en los medios, sin desconocer que otras variables culturales, históricas, económicas configuran también nuestras ciudadanías. (Zerega, 2007: 49).

Esta democracia debe estar reflejada en la libertad social de intercambio comunicativo, no de silenciar voces. La gente puede vivir con un determinado número de palabras y con esa cantidad es capaz de desenvolverse a su gusto, vivir y adaptarse perfectamente a su hábitat.

3.5. Antecedentes de la Radio Comunitaria en Ecuador:

La radio difusión en Ecuador constituyó una actividad privada comercial que funcionaba en régimen de turno, la idea de este medio de comunicación nace de una problemática, de una necesidad de las comunidades aisladas, con el objeto de que las mismas sean escuchadas, haciendo válidos valores como la justicia social, bien común y sostenibilidad para el desarrollo, determinados en el marco de los Derechos humanos.

La historia de los medios comunitarios en nuestro país, va ligada a los movimientos y personalidades que han empujado el proceso de liberación social, como Monseñor Leonidas Proaño y organizaciones como la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) además de la Escuela de Radios Populares del Ecuador (ERPE), (Reyes Aguinaga, 2015).

Estas entidades fueron protagonistas en el desarrollo de medios comunitarios especialmente en Chimborazo, Bolívar, Imbabura y Pichincha. Este inicio fue muy interesante ya que se empezó a usar la lengua quichua en la programación como por ejemplo la radio indígena El Prado localizado en Cangahua del cantón Cayambe, constituida como la primera radio comunitaria del país y que cuenta con más de tres décadas en el aire.

En adelante, los medios comunitarios creados posteriormente han alcanzado una inmensa acogida por pueblos aislados como los indígenas y otras comunas, logrando vínculos de convivencia alternativa, facilitando al pueblo debates sociales y comunicación participativa ya que valga la redundancia tienen mucho por decir y aportar.

Sin embargo, la radio comunitaria ecuatoriana en general tuvo algunos problemas que afrontar como la falta de capacitación de comunicadores al frente de frecuencias alternativas, en otros casos por ejemplo aproximadamente veinte medios comunitarios compartieron una sola frecuencia. Hasta que en el año 2007, estas frecuencias perdieron un poco la identidad y ya no se definían como comunitario, sino como una entidad comercial o acogida a la trasmisión de otros tipos de contenidos como la religión. En total apenas representa el 3% del total sumado radios católicas y evangélicas que como bien se conoce en muchos casos no cumple con fines solidarios ni comunitarios, se podría atribuir incluso a que son manejadas por jerarquías conservadoras religiosas muy poderosas.

En 2013 se aprobó la Ley de Comunicación en Ecuador lo cual benefició a los medios comunitarios ya que fueron definidos expresamente. Dicha ley se fundamenta en el desempeño de la comunicación de cómo se produce y cómo se genera en el país.

“En 2014, la institución de desarrollo de la comunicación elaboró un reglamento que viabiliza que los medios comunitarios existentes bajo la figura de medios públicos o privados puedan convertirse legalmente en comunitarios”, (Reyes Aguinaga, 2015).

Hoy en día el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación junto con diversas instituciones del Estado, se encuentran trabajando en adoptar medidas que faciliten la implementación y buen desempeño de medios comunitarios con desarrollo sustentable y con la capacitación técnica y profesional que no se contaba años atrás.

Se espera que cada medio de comunicación destine el 60% a producción nacional con contenidos interculturales y educativos. La CORDICOM busca además, crear lazos con los

medios comunitarios ya que los mismos se encuentran empapados de temas de realidad nacional y plurinacional, tienen experiencia y pueden realizar propuestas creativas para lograr una mayor interacción con la gente.

3.6. Ley Orgánica de Comunicación de la República del Ecuador.

La Ley Orgánica de Comunicación, de manera particular en el caso de las radios comunitarias ha sido diseñada con el afán de reivindicar su compromiso con el ejercicio de los derechos humanos y la participación ciudadana.

A continuación se detalla los artículos afines al beneficio de radiodifusoras alternativas en nuestro país, tomado del Registro oficial del Tercer Suplemento de la Función Legislativa de la Asamblea Nacional que trata de la Ley Orgánica de Comunicación Ecuatoriana, (Pozo Barrazueta, 2013: 8-24):

- **Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.-** Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

- **Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.-** Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

En este sentido, los medios comunicacionales aplicados también a radios comunitarias, tienen el deber de propagar información y contenidos potenciando los medios digitales, además los mismos deben englobar la cosmovisión, costumbres, tradiciones y cultura de las comunidades y nacionalidades indígenas, montubias y afroecuatorianas. Para lo cual se destina un espacio del 5% de la programación diaria. Si el medio de comunicación no cumple con lo estipulado será sancionada por la Superintendencia de la Información y la Comunicación, una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al SRI.

De los medios de comunicación alternativos:

- **Art. 85.- Definición.-** Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social.

- **Art. 86.- Acción afirmativa.-** El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios. La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web.

- **Art. 87.- Financiamiento.-** Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen. A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas

podrán generar fondos concursables para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios.

Por otro lado se implementaron artículos que abren una amplia gama de posibilidades a las radios comunitarias como el Art. 116 de la Ley de Comunicación en Ecuador según (Reyes Aguinaga, 2015), expresa:” El 34% del espectro radio eléctrico se otorgará con preferencia a los medios comunitarios, es un punto central en el desarrollo de una comunicación más ciudadana y democrática”.

Este punto beneficia enormemente la comunicación participativa con las comunidades ya que pone en pie el ejercicio de la aplicación de los derechos humanos con fines informativos y educativos.

La comunicación en el país no sólo debe ajustarse al nuevo marco normativo, sino crear condiciones objetivas para beneficiar a los “olvidados de la tierra”. Reconocernos todos como interculturales y diversos y descubrir a la vez lo que tenemos de “común” con los otros y dónde cruzamos nuestros caminos para “igualarnos” como sujetos sociales. No es un tema de cambiar unos medios por otros, o de desechar ciertos contenidos empobrecidos o de renovar las tecnologías, (Reyes Aguinaga, 2015).

En la actualidad la radiodifusión comunitaria forma parte imprescindible dentro del marco comunicacional, además con la implementación de la nueva ley que representa el 34% de transmisión en las comunidades y es considerado el medio de comunicación y de publicidad más económico.

3.7. Los medios alternativos desde la Ley Orgánica de comunicación.

A partir de la digitalización, a continuación, se va analizar el caso concreto de Ecuador con respecto a las leyes referente a la comunicación radial comunitaria.

En octubre de 2008 entró en vigencia en el Ecuador la nueva Constitución de la República, en la cual se hace referencia a la aprobación de un cuerpo legal que actúe como Ley de Comunicación para el país. Para dar cumplimiento a este postulado, en septiembre de 2009, se creó la Comisión Especial Ocasional de Comunicación para que analicen tres propuestas de Ley de Comunicación. Finalmente, en junio del año 2013, después de un largo debate, fue aprobada la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), la misma que abre nuevos

horizontes y plantea posibilidades para el desarrollo favorable de la comunicación ecuatoriana.

Es así que la Ley Orgánica de Comunicación, en su Art. 8 señala:

La prevalencia en la difusión de contenidos. Los medios de comunicación en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013: 13)

La ley estipula en el artículo 106 una distribución equitativa de frecuencias divididas en tres partes, el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos (primer sector); el 33% para la operación de medios privados (segundo sector); y 34% para la operación de medio comunitario (tercer sector).

Por primera vez son tomados en cuenta los medios de comunicación comunitarios, con una definición clara y acciones afirmativas. En la sección III, artículo 85, define “Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades” (Asamblea Nacional, 2013: 15).

Según el proyecto de Ley, que reconoce a la comunicación social como un servicio público que debe ser prestado con responsabilidad y calidad, los medios comunitarios son aquellos “cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos u organizaciones sin fines de lucro”.

De acuerdo al Art. 92 operarán en igualdad de condiciones con los otros sectores, pero se beneficiarán, además, de políticas públicas para su creación y fortalecimiento, como “mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad”.

La ley garantiza la implementación de políticas públicas, a cargo del Estado necesarios para creación y fortalecimiento de dichos medios. Por ello en el art. 87, respecto al financiamiento, estipula que “los fondos de financiamiento provendrán de la venta de publicidad, donaciones, patrocinios, etc., y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. Las utilidades obtenidas deben ser reinvertidas para mejorar el propio medio y en proyectos sociales”. (Asamblea Nacional, 2013: 16)

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

Además, bajo la política de favorecer la economía solidaria, se prevé que las entidades estatales contraten publicidad y servicios en tales medios para la difusión de contenidos educativos y culturales.

En el Ecuador existen alrededor de 52 emisoras de carácter comunitario, de las cuales 18 están registradas en el listado de frecuencias de la Superintendencia de Telecomunicaciones. Los 34 restantes, están registradas en la CORAPE. Estas también fueron creadas por las comunidades, sin embargo la frecuencia está bajo la figura de una concesión privada-comercial o pública. (SUPERTEL, 2008: 34)

Los capítulos V - relativo a la publicidad- y VI -relacionado con la producción nacional- establecen los parámetros bajo los cuales se deben realizar las campañas publicitarias para los distintos medios. Se regula por lo tanto, el porcentaje de participación del componente accionario extranjero dentro de las compañías publicitarias, el personal extranjero que podrá trabajar en las mismas y dispone que la mayor parte de su producción debe ser de origen nacional.

Art. 98.- Producción de publicidad nacional.- La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013: 19)

Esto ha significado que los actores de la industria tengan que cambiar sus formas de trabajo tradicionales y que las agencias desarrollen estrategias de gestión y alianzas, para cumplir con la normativa vigente en el país.

CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO

4.1. Metodología

La presente investigación se desarrolló bajo los siguientes objetivos:

General:

Redefinir al término comunitario en el siglo XXI en Ecuador.

Específicos:

- Determinar el desempeño de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador frente a los medios comunitarios
- Comparar el desempeño de los medios comunitarios antes de la Ley Orgánica de Comunicación y actualmente su rol en el Ecuador.
- Señalar la importancia de la radio comunitaria bajo el marco jurídico vigente en el Ecuador.
- Investigar la situación actual de los medios comunitarios en el país
- Conocer los diferentes criterios de autores reconocidos en aspectos de la defensa de medios comunitarios en relación con el Ecuador
- Conocer el desempeño de los medios comunitarios en la sociedad ecuatoriana

Para alcanzar los objetivos propuestos en la investigación, se aplicó una metodología sustentada en una investigación de campo, que tuvo como propósito recabar información sobre la conceptualización de la radio comunitaria ecuatoriana desde la Ley Orgánica de Comunicación y el impacto de la era digital en el siglo XXI.

4.2. Métodos de investigación

Método Científico. - Es un método de investigación usado principalmente en la producción de conocimiento en las ciencias. Se aplicó para desarrollar la investigación formulada de manera lógica, rescatando conceptos de diferentes autores sobre que es la radio comunitaria en Ecuador y América Latina, y así lograr la adquisición, organización y expresión de conocimientos en la parte teórica práctica, hasta la obtención de conclusiones y recomendaciones.

Método Deductivo. - La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte de datos generales aceptados como verdaderos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. Este método me permitió hacer un estudio a los ámbitos generales de la Radio Comunitaria y su relación con los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación, luego se enfocó sobre las percepciones de diferentes autores latinoamericanos que manejan la radio comunitaria.

Método Analítico y Sintético. - Es aquél que permite observar y penetrar en cada una de las partes de un objeto que se considera como unidad. Con la utilización de este método logré realizar el análisis y posteriormente la síntesis de toda la información recopilada en la investigación de campo y fuentes bibliográficas, permitiéndome realizar el análisis cuantitativo de los datos obtenidos de la CORDICOM, cuántos medios radiofónicos existen en Ecuador, a que comunidades pertenecen, para así ir redefiniendo el concepto de lo es una radio comunitaria. Y cualitativo de entrevistas periodistas latinoamericanos que se han desarrollado en medios alternativos.

4.3. Técnicas

Entrevista: Se realizó entrevistas a autores latinoamericanos, a los principales directores de los medios de comunicación comunitarios o a personas que desde la antropología o sociología estén estudiando lo comunitario hoy en día, en comparación con Ecuador.

4.4. Población y muestra

La presente investigación se llevó a cabo con los datos obtenidos de la CORDICOM y entrevistas realizadas a seis personas que se encuentran inmersas en temáticas de medios alternativos en toda América Latina.

ENTREVISTAS realizadas el 13 de marzo de 2016

NOMBRES	Nacionalidad	Trayectoria	CORREO
LEONEL YÁNEZ URIBE	Chile	Periodista y Licenciado en Comunicación Social de la Universidad ARCIS y Magíster en Comunicación Social de la Universidad de Chile. Ha participado en distintas investigaciones como Investigador responsable y co-investigador, en el campo de la comunicación y la cultura (Conicyt). Ha diseñado Estrategias Comunicacionales orientadas a la satisfacción usuaria (públicos internos y externos), a través de metodologías participativas con herramientas del marketing y endomarketing.	leoyanez@vtr.net leoyanezuribe@gmail.com
JOSÉ IGNACIO LÓPEZ VIGIL - RADIALISTAS	Cuba	Productor, Director y Capacitador de Radio. Escritor de varias obras radiofónicas como Manual Urgente para Radialistas Apasionados y Apasionadas, Ciudadana Radio, Radios Comunitarias, entre otros. Fundador de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) para Latinoamérica. Director de la Red Latinoamericana de Radios para una Cultura de Paz (Radipaz). Director y Fundador de la ONG Radialistas Apasionados y Apasionadas.	ignacio@radialistas.net
ANTONIO PIÑAS	España	- Miembro del IEM España y Profesor de Antropología en las Facultades de Humanidades y Medicina de la Universidad CEU San Pablo en Madrid. - Realizó su Tesis doctoral sobre los estudios acerca de la esperanza en la obra de Laín Entralgo. En la colección Sinergia publicó una biografía de este mismo autor.	

		- Recientemente la Fundación E. Mounier ha publicado su ensayo Los procesos de cambio de la persona. Llegar a ser quien so	
WASHINGTON URANGA –	URUGUAY	Washington Uranga es periodista, docente e investigador de la comunicación. Su campo de especialización son los temas de comunicación vinculados con la ciudadanía, la participación, las políticas públicas y la planificación de procesos comunicacionales. Se desempeña como editorialista del diario Página 12 (Buenos Aires), donde es responsable del suplemento La Ventana, y escribe sobre temas de comunicación en medios académicos y científicos. Asesora a organizaciones sociales, entidades públicas y gobiernos. Dicta cursos en grado y posgrado, fue director de la Maestría en Planificación de Procesos Comunicacionales (UNLP) y de la Maestría en Periodismo (UBA) y actualmente dirige la Maestría en Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de San Luis	wuranga@wuranga.com.ar
TEO VERAS – LA CABINA DE TEO	REPUBLICA DOMINICANA	Empresario radial; consultor; productor, locutor de programas y comerciales; editor de publicaciones. Director del Servicio internacional de ondas cortas de Radio Televisión Dominicana (gubernamenta Director de la cadena de estaciones “RAICES. La Radio de la Fundación Eduardo	matutino@la91fm.com

		León Jimenes” (102.9 MHz FM) www.raicesradio.org.do	
KARINA MILLER	Bolivia	Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad Mayor de San Andrés, UMSA, La Paz) con estudios de postgrado en el Diploma Superior en Comunicación para el Desarrollo y la Maestría en Comunicación y Desarrollo (Universidad Andina Simón Bolívar, La Paz). Directora del Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación (CIBEC).	Khmilller21@gmail.com

CAPITULO V: INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los medios comunitarios tienen un rol comunicativo llamado “alternativo” porque no obedece a las formas tradicionales en donde se ha contemplado una visión unilateral; es decir, que los mensajes parten de la emisora hacia un público receptor (masa) y terminan siendo medios comunicativos con fines comerciales porque deben financiarse. La diferencia de la versión alternativa es que busca la sustentabilidad que si es posible, sin prescindir de espacios publicitarios o auspicios comerciales que aparecen moderadamente, tanto en tiempo como en forma.

Los medios alternativos no se han desarrollado íntegramente en el país porque los medios no se han distribuido en su totalidad. Muchos han presentado proyectos pero el proceso de otorgamiento ha sido complicado.

Sin embargo, en el transcurso del desarrollo de esta investigación, la SUPERCOM (Superintendencia de la Información y Comunicación), se encuentra actualmente ejecutando campañas para defender los derechos de las comunidades, manejando el eslogan de “La comunicación es un derecho... también para mí”. Esta institución asegura que los medios de comunicación son una de las principales herramientas para el progreso local. La SUPERCOM controla la organización de contenidos y prácticas de calidad bajo normativas de la Ley Orgánica de Comunicación aprobada desde el año 2013. Los pueblos olvidados del Ecuador tienen grandes riquezas en su historia y cultura para transmitir al resto del país, en especial a la misma comunidad que debe conocer sus raíces y su identidad. A continuación se presenta un trabajo de investigación que apunta al análisis de la situación actual de los medios comunitarios en el Ecuador. Se ha tomado como directriz los datos que exhibe la CORDICOM, y las entrevistas realizadas a los diferentes autores latinoamericanos defensores de los medios alternativos, de ahí que se hará una comparación entre Latinoamérica y Ecuador, explicando de paso en retrospectiva los medios antes y después de la Ley Orgánica del Ecuador.

RESULTADOS OBTENIDOS DE LA CORDICOM

NÚMERO DE RADIOS COMUNITARIAS EN EL ECUADOR

Tabla 1. Radios comunitarias en el Ecuador.

Nro	Provincia	Nombre	Ciudad - Cantón	Propiedad	Frecuencia	Cobertura
BOLÍVAR						
1		El Salinerito	Salinas de Bolívar	Jesuitas	Fm 101.12	(Cantonal) El Calvario y Samilagua
2		Runacunapak Yachana	Bolivar / parroquia Simiatug	Fundación Runacunapac Yachana	Am 1510	Bolivar: Guaranda, Las Naves. Cotopaxi: Pangua, Pujilí, Tungurahua: Ambato (Pilagui, Pasa)
3		La Paz	Guaranda	Fundador Pastor Evangélico.	Am 1.300	Bolivar: Guaranda, San José de Chimbo, san Miguel, Echeandia, Chillanes.
IMBABURA						
4		Radio Ampara Su pichincha	Imbabura	Nacionaidad Awa	Fm 90.7	provincia de Imbabura, al sector norte de Pichincha y sur del Carchi
5		Intag	Cotacachi	Católica	Fm 96.7	Cotacachi, provincia de Imbabura en Ecuador.
6		Iluman	Otavalo		Fm 96.7	kichwas sierra norte del Ecuador.
ESMERALDAS						
7		Radio Alfaro	Esmeraldas	Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí	Fm 96.1	(Cantonal y parroquial) Jipijapa
8		Radio Antena Libre	Esmeraldas		Am 1170 – Fm 105.9	Esmeraldas,
9		Stereo Siapidaarade	Esmeraldas		Fm 90.7	Zona norte de la provincia de Esmeraldas

Nro	Provincia	Nombre	Ciudad - Cantón	Propiedad	Frecuencia	Cobertura
10		Radio Chachi	Esmeraldas	Federación de la comunidad Chachi	Fm 89.5	Comunidad Chachi, Esmeraldas
PICHINCHA						
11		Casa de la Cultura	Quito		Am 940	(Regional) Pichinca, parte de: Imbabura Santo Domingo, Cotopaxi, Tunguragua
12		Irfeyal	Quito	Jesuitas en el Ecuador- Movimiento Fe y Alegría en el Ecuador	Am 1.090	Provincia de Pichincha; Norte, Sur, Oriente.
13		María Radio	Quito	Arzobispo Emérito de Guayaquil	Fm 100.1	Guayaquil, Santo Domingo de los Tsachilas, Pichincha, Cañar, Azuay
14		Radio Mensaje	Quito		Am 1590	Cayambe, Pichincha
15		Radio Católica Nacional	Quito	Episcopal Ecuatoriana	Am 880	Quito
AZUAY						
16		Católica de Cuenca	Cuenca	Católica	Fm 98.1	(Regional) Azuay y Cañar
17		Radio Familia	Cuenca		Fm 96.9	Cuenca, Cañar
18		Sonoonda	Cuenca		Am 960	Regional: Provincia del Azuay, Cañar, Provincia de Loja (Saraguro), Morona Santiago (Limón Indaza), Chimborazo: Alausí, Chunchi.
19		Chaguarurco	Pucara		Am 1550	(Regional) Provincias regional del sur, provincias de Loja y Oro.
20		Radio Centro Gualaceo	Gualaceo		Am 1410	Gualaceo, Azuay
LOJA						
21		El Buen Pastor	Saraguro	Católica	Fm 92.9	Cantón de Saraguro y Cantones de

Nro	Provincia	Nombre	Ciudad - Cantón	Propiedad	Frecuencia	Cobertura
						Azuay
22		Integración	Alamor	Católica	Fm 103.3	Región sur del Ecuador
23		Luz y Vida	Loja	Comunidad de las madres Religiosas.	Fm 88.1	Loja, Catamayo, Gonzanama, Calvas, Quilanga, Maraca, Sozoranga , Celica, Espíndola.
CHIMBORAZO						
24		ERPE	Riobamba	Mons. Leonidas Proaño.	Am 710 – Fm 97.1	Chimborazo
25		Radio Católica	Riobamba	Católica	Fm 105.7	Riobamba
26		La voz de Guamote	Guamote	Jesuitas	Am 1520	Provincia de Chimborazo
27		La Voz de AIIECH	Colta	Católica	Am 950	Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo
NAPO						
28		Estéreo Ideal	Tena		Fm 98.9	Provincia del Napo y la parte nororiental del Ecuador
CARCHI						
29		Frontera	Tulcán		Fm 93.3	Carchi, Esmeraldas, Imbabura, Sucumbíos, y parte del Sur de Colombia.
PASTAZA						
30		Interoceánica	Puyo		Fm 96.5	Regional : Pastaza, Napo, Sucumbios, Tungurahua
31		Puyo	Puyo	Vicariato Apostólico de Puy	Fm 89.1	Provincia Pastaza, Morona Santiago, Napo.
32		Radio Jatari Kichwa	Atajuno - Pastaza		Fm 92.3	Selva Amazónica, Arajuno- Pastaza
33		Sapara	Mera- Pastaza		Fm 92.7	Provincia de Pastaza en la región Amazónica ecuatoriana.
34		ANDWA la Voz de la Frontera	Pastaza		Fm 95.9	Provincia de Pastaza
35		Wao Apeninka	Pastaza		Fm 91.1	Provincia de Pastaza

Nro	Provincia	Nombre	Ciudad - Cantón	Propiedad	Frecuencia	Cobertura
36		Radio Tarimiat	Pastaza		Fm 93.5	Provincia de Pastaza
COTOPAXI						
37		Latacunga	Latacunga		Am 1080 – Fm 102.1	Cotopaxi, Esmeraldas, Manabí, Tungurahua.
CAÑAR						
38		La voz de Ingapirca	Cañar	Misión Luterana Sudamericana de Noruega	Am 820 – Fm 94.5	Regional: Provincias de Cañar, Chimborazo, Morona Santiago, Pastaza, Bolivar, Guayas
TUNGURAHUA						
39		La voz del Santuario	Baños		Am 960 – Fm 98.7	Tungurahua: Baños, Pelileo, Pastaza, Morona Santiago
MORONA SANTIAGO						
40		La voz del Upano	Macas	Salesianos del Ecuador	Fm 90.5	Morona Santiago, Pastaza, Zamora Chinchiipe: El Pangui, Perú: San Pedro de Perú.
41		La Voz de la NAE	Morona Santiago	De la Nae	Fm 89.7	Macas, Morono Santiago
42		Voz de las Cascadas Vivas	Twintza		Fm 92.1	Morona Santiago, Tiwin
SUCUMBÍOS						
43		Sucumbios	Nueva Loja	Vicariato Apostólico de Sucumbios	Fm 105.3	Sucumbios, Orellana, Napo, Sur Colombia.
44		Radio Tsanda Jenfa	Lago Agrio	Nacionalidad A'i Kofán	Fm 90.9	Nueva Loja. Lago Agrio. Sucumbios
ZAMORA CHINCHIPE						
45		La voz de Zamora	Zamora	Vicariato Apostólico de Zamora	Fm 102.9	Provincia Zamora Chinchiipe, Morona Santiago: Gualaquiza.
GALÁPAGOS						
46		Santa Cruz	Santa Cruz	Católica	Fm 88.7	Provincia de Galápagos: Santa Cruz, San Cristóbal (El progreso), Isla Isabel (Puerto Villamin),

Nro	Provincia	Nombre	Ciudad - Cantón	Propiedad	Frecuencia	Cobertura
						Floreana (Santa María)
GUAYAS						
47		HCJB-2 Eslabón del Guayas	Guayaquil	Católica	Fm 102.5	Guayaquil,
ORELLANA						
48		Radio Ñukanchi Muskuy	Loreto- Orellana		Fm 92.3	Selva Amazónica
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS						
49		Sonba Pamin FM	Santo Domingo	Asociación de Jóvenes Chachis Residentes en Santo Domingo de los Tsáchilas	Fm 102.5	Santo Domingo de los Tsáchilas

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

Tabla 2. Número de radios comunitarias en Ecuador.

Provincias	N° de Radios	Porcentaje
Bolívar	3	6
Imbabura	3	6
Esmeraldas	4	8
Pichincha	5	10
Azuay	5	10
Loja	3	6
Chimborazo	4	8
Napo	1	2
Carchi	1	2
Pastaza	7	14
Cotopaxi	1	2
Cañar	1	2
Tungurahua	1	2
Morona Santiago	3	6
Sucumbíos	2	4
Zamora Chinchipe	1	2
Galápagos	1	2
Guayas	1	2
Orellana	1	2
Santo Domingo de los Tsáchilas	1	6
TOTAL	49	100

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

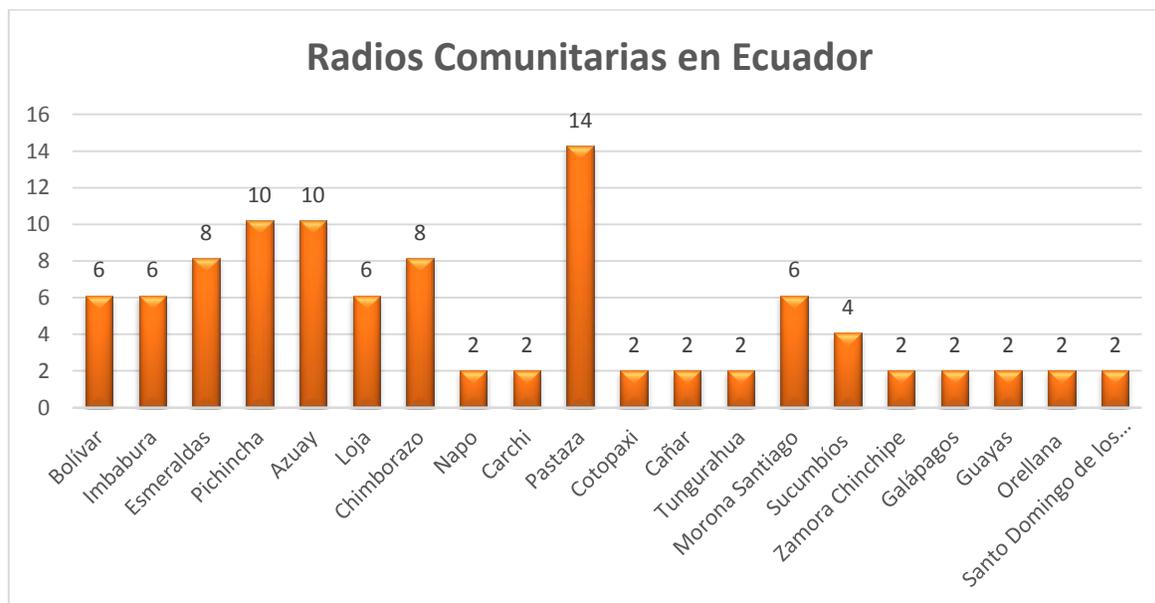


Figura 1. Radios comunitarias en el Ecuador

Elaboración: Ocampo, Mónica

Actualmente existen 49 radios comunitarias en Ecuador, siendo la provincia de Pastaza la que posee más emisoras comunitarias y por ende su cobertura sobrepasa a las otras siendo las más representativas: Radio Andwa 95.9 FM, de la nacionalidad Andwa; Radio Sápara 92.7 FM, de la nacionalidad Sápara; Radio Tarimiat 93.5, de la nacionalidad Shiwiar; Radio Wao Apeninka 91.1 FM, de la nacionalidad Waorani del Ecuador, pertenecientes a la provincia de Pastaza. De acuerdo con Ruas (2004):

La radio comunitaria es poco costosa, fácil de manejar y tiene la ventaja de alcanzar a todos los miembros de la comunidad en su propia lengua. Como medio de comunicación de masas incrementa considerablemente el potencial de desarrollo implícito en el intercambio de información, de conocimiento y de experiencia. La radio comunitaria no solo informa, educa y entretiene, sino que dota a la comunidad de más poder al otorgar la palabra a todos los 'sin-voz', con lo que favorece la transparencia en los asuntos públicos.

Vigil manifiesta: “en muchos casos, se ha perdido los medios comunitarios. Hay 650 radios comunitarias en Colombia. Y un gobierno socialista como el ecuatoriano no ha concedido ni una frecuencia. ¿Quién es amigo y quién enemigo? ¿Cuál es el rumbo?” (Comunicación personal, marzo 13, 2016). En este sentido, se evidencia de forma muy marcada la falta de recursos económico que aquejan estas comunidades, lo cual implica falta de atención por parte del gobierno local y gobiernos de turno. Estos actores deberían satisfacer las necesidades de la población priorizando su condición de pobreza. Es por este motivo que la provincia de Pastaza lidera el número de radios comunitarias, pues existen más voces desatendidas y falta de educación en niños y jóvenes.

FRECUENCIAS

Tabla 3. Número frecuencias de radios comunitarias en el Ecuador.

Frecuencias	N°	Porcentaje
AM	33	67
FM	16	33
TOTAL	49	100

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

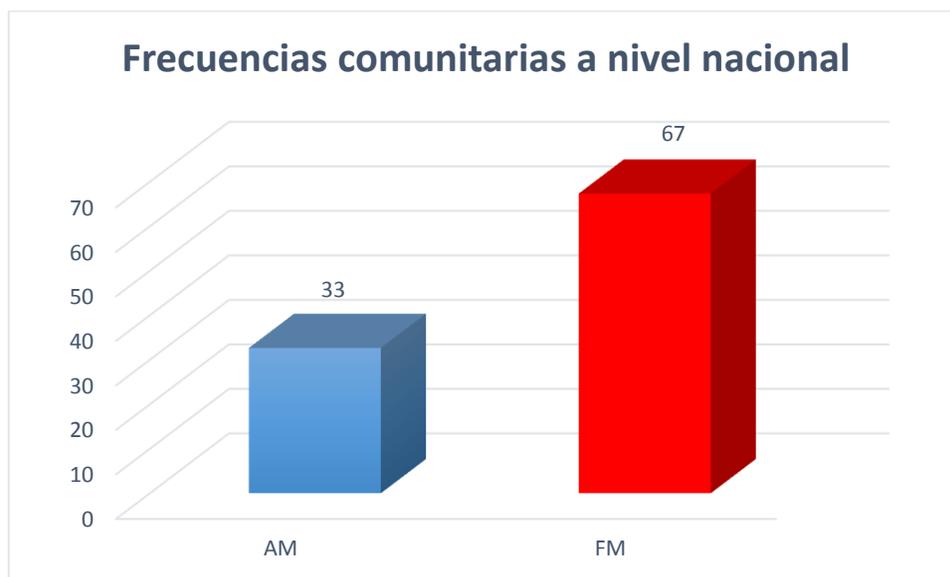


Figura 2. Frecuencias comunitarias en el Ecuador

Elaboración: Ocampo, Mónica

De acuerdo al gráfico estadístico se puede determinar que de las 49 radios comunitarias en Ecuador, el 67% maneja frecuencia fm y el 33% am. De acuerdo a (López Vigil, Periodismo Popular Alternativo, 2008) señala:

Ecuador es más patético aún. A pesar de contar con una ley que reserva el 34% de las frecuencias para medios comunitarios, hasta la fecha no se ha concedido una sola frecuencia. Los medios comunitarios en Ecuador son aquellos reunidos en CORAPE que, en su mayoría, todavía operan con licencias de carácter comercial.

De acuerdo a Vásquez, (2014), corrobora el ideal de López Vigil, pues manifiesta: “el crecimiento de las radios comunitarias ha sido muy pobre a pesar de la nueva Ley de

Comunicación vigente en Ecuador. Actualmente en América Latina existen mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas”.

Así según Veras, manifiesta: “mientras estas se desarrollan en otras partes de América Latina, en mi país, las frecuencias otorgadas han sido acaparadas por funcionarios públicos y políticos, desvirtuando su intención original., quedándose luego con una operación comercial” (Comunicación personal, marzo 13, 2016). Veras sostiene que la implementación de una emisora comunitaria en un principio puede ser un fracaso.

Pese a la existencia de leyes y acuerdos que amparan las emisoras comunitarias y medios alternativos, no se aplican a cabalidad las normas en cada región, esto se ve reflejado en sectores olvidados del país, según Yáñez, “se destina el uso de 1w para la transmisión de radios comunitarios, cuando en realidad suponen un gasto de 25w en frecuencia modulada”. Algunos gobiernos locales en diversos sectores del país, se apropian de este tipo de proyectos sociales, para su conveniencia, desde donde tienden a influir en los pueblos con fines comerciales, al mismo tiempo se evidencia represión en contra de la opinión popular. Una vez más corroborada la situación de las radios comunitarias ecuatorianas, viendo desde el detalle de las frecuencias, donde a comparativa existen todavía frecuencias en am por la falta de sostenibilidad y auto sustento económico de las comunidades.

COBERTURA

Tabla 4. Cobertura regional o cantonal de radios comunitarias en Ecuador.

Cobertura	N°	Porcentaje
Regional	8	6
Cantonal	41	6
TOTAL	49	100

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

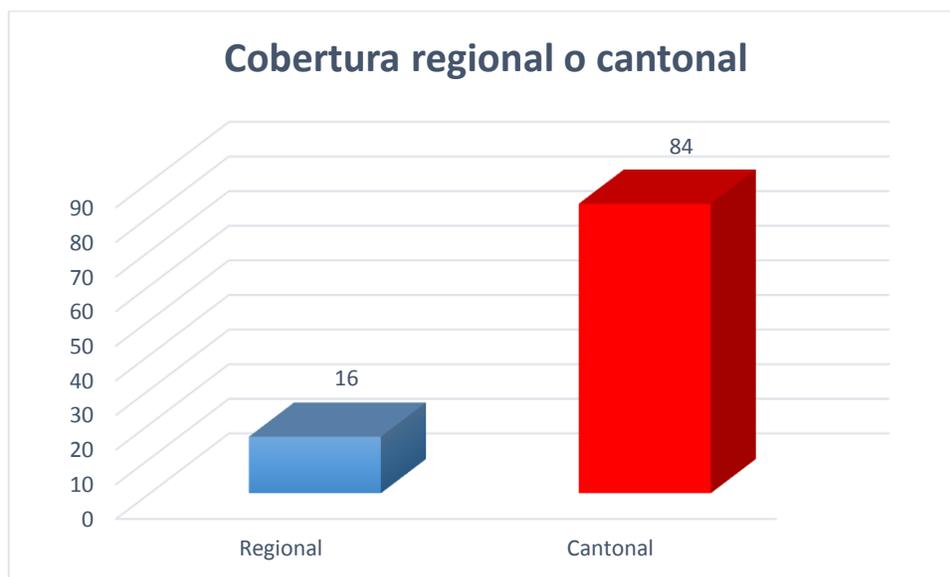


Figura 3. Coberturas radiales regional o cantonal en Ecuador

Elaboración: Ocampo, Mónica

De las 49 radios comunitarias, se puede observar que el 84% tienen cobertura cantonal mientras que el 16% restante manejan cobertura regional. Según (López Vigil, Periodismo Popular Alternativo, 2008) señala:

“La frecuencia de radio y televisión no son una concesión del CONATEL, ni de CORDICOM, ni del gobierno, ni de nadie: son derechos ciudadanos. El proceso se lleva de forma inversa ya que no se trata de que CONATEL abra un concurso para ver quien quiere la frecuencia y la CORDICOM da el visto bueno; lo que se debe procurar es que la ciudadanía, las organizaciones sociales, populares o de la sociedad civil a través de los artículos 16 y 17 de la Constitución ecuatoriana obtengan el derecho a acceder a las frecuencias...”

Así también (Ojeda, 2014) indicó:

En el último informe la Contraloría realizó 60 recomendaciones que según el artículo 92 de la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado, deben ser aplicadas de manera inmediata y con el carácter de obligatorio. Varias frecuencias observadas no han sido revertidas. Por lo que hay ciudades donde simplemente no hay espacio dentro del espectro radioeléctrico para frecuencias comunitarias. Y es que claro, si no se hace una verdadera redistribución de las frecuencias los medios comunitarios seguiremos quedando fuera.

Como lo señala Uranga:

Entiendo que se registra un avance importante en los medios comunitarios en la región por tres motivos: a) el reconocimiento oficial en el marco de políticas públicas de comunicación b) el aprendizaje de los propios operadores c) el contexto político que favorece el trabajo de los actores comunitarios. (Comunicación personal, marzo 13, 2016)

Por otro lado, la transmisión de la emisión comunitaria ha dado grandes pasos con respecto a radios comerciales, pues dejó de ser un ente marginal y se puso a la altura de grandes medios de comunicación en base de su misión humanitaria. Es así que de acuerdo al gráfico y, en análisis a lo que manifiestan los autores, puedo detallar que las radios comunitarias ecuatorianas están viviendo una situación muy difícil, con un sistema engorroso para obtener la frecuencia definitiva, con vías al cierre de algunas de ellas puesto que el gobierno trata de dirigir el medio para fines netamente de presidencia, muy aparte de que el gobierno no está apoyando económicamente lo que obliga al personal a trabajar en forma voluntaria. Por otra parte, veo positivo que existen porcentajes donde las radios comunitarias tengan alcance regional, puesto que quiere decir que muy a pesar de las dificultades, estamos avanzando.

MEDIOS IMPRESOS COMUNITARIOS

Tabla 5. Medios impresos comunitarios en Ecuador.

Nro.	Provincia	Nombre	Ciudad	Género
PICHINCHA				
1		Latinoamérica Emprende	Quito	Revista
2		América Latina en movimiento	Quito	Revista
3		Corazonando	Quito	Revista
IMBABURA				
4		Periódico Intercultural Wiñay Kawsay	Imbabura	Periódico
MANABÍ				
5		El vocal	Manabí	Periódico
LOS RÍOS				
6		La Noticia	Los Ríos	Periódico
GUAYAS				
7		El Progreso	Guayas	Periódico

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

Tabla 6. Número de impresos comunitarios en Ecuador.

Provincias	N° Medios impresos	Porcentaje
Pichincha	3	43
Imbabura	1	14
Manabí	1	14
Los Ríos	1	14
Guayas	1	14
TOTAL	7	100

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

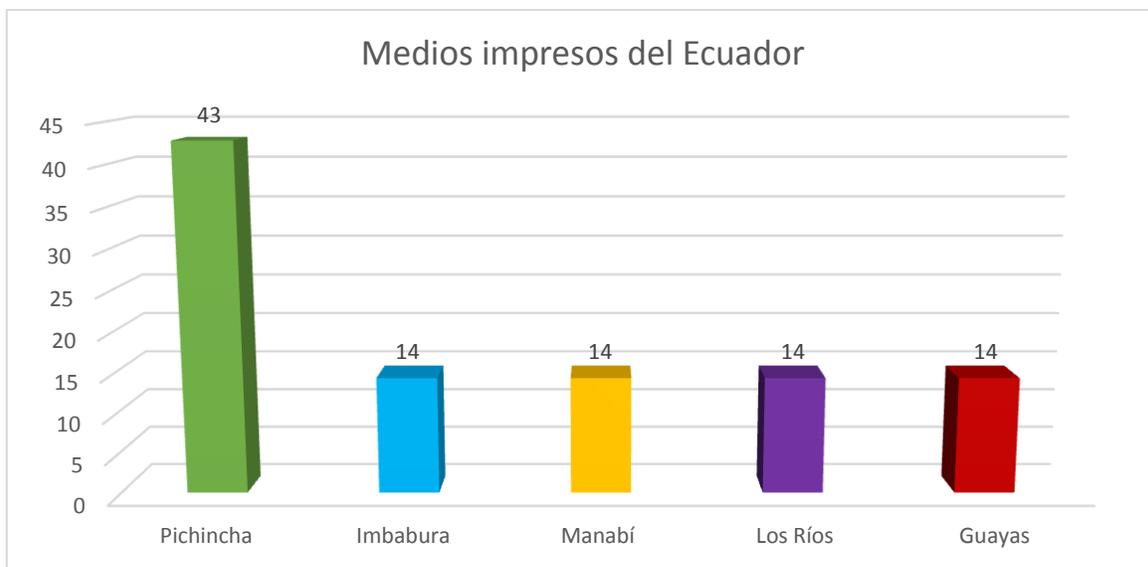


Figura 4. Medios impresos del Ecuador

Elaboración: Ocampo, Mónica

Del universo de 7 medios impresos a nivel nacional, se puede determinar que el 43%, que corresponden 3 medios, se encuentran en la provincia de Pichincha, seguido de 1 medio por cada provincia que, con el 14% están: Imbabura, Manabí, Los Ríos, Guayas. De acuerdo a CONATEL:

Es el espacio de los que nunca han tenido voz, que facilita la construcción de nuevas relaciones sociales y comunicacionales, promovido por la organización comunal, fundamentada en la participación protagónica del pueblo e impulsada por un Estado que basa su actuación en principios socialistas. (2010: 5)

Así también Miller, destaca:

Hay que entender que los medios comunitarios no son un concepto ni una materia de homogéneos. Hay de todo. Desde medios más bien "alternativos", hasta medios incuestionablemente "subversivos". Por tanto, tratar de englobar el futuro en unas líneas resulta un tanto peligroso. (Comunicación personal, marzo 13, 2016)

Bajo las expresiones de los autores, consideramos de mucha importancia la difusión mediante medios impresos con características comunitarias que refleja la libertad de expresión de las provincias ecuatorianas. Herrera Miller indicó que, "los medios

comunitarios latinoamericanos se encuentran desamparados de los gobiernos locales, a pesar de su lucha, la velocidad de progreso es relativamente lenta”. Bajo este argumento podemos señalar que la ley que ampara la comunicación en medios comunitarios en nuestro país, es letra muerta, pues hasta ahora no se ha fijado un espacio que corresponda a esta categoría, lo cual demuestra el desinterés por parte de quienes tienen la batuta y mucho de corrupción, ya que no toleran la opinión del pueblo en cuando al cumplimiento de sus deberes soberanos.

TIPO DE MEDIOS IMPRESOS

Tabla 7. Número de impresos comunitarios en Ecuador.

Tipo	N° Medios impresos	Porcentaje
Periódicos	4	43
Revista	3	14
TOTAL	7	100

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

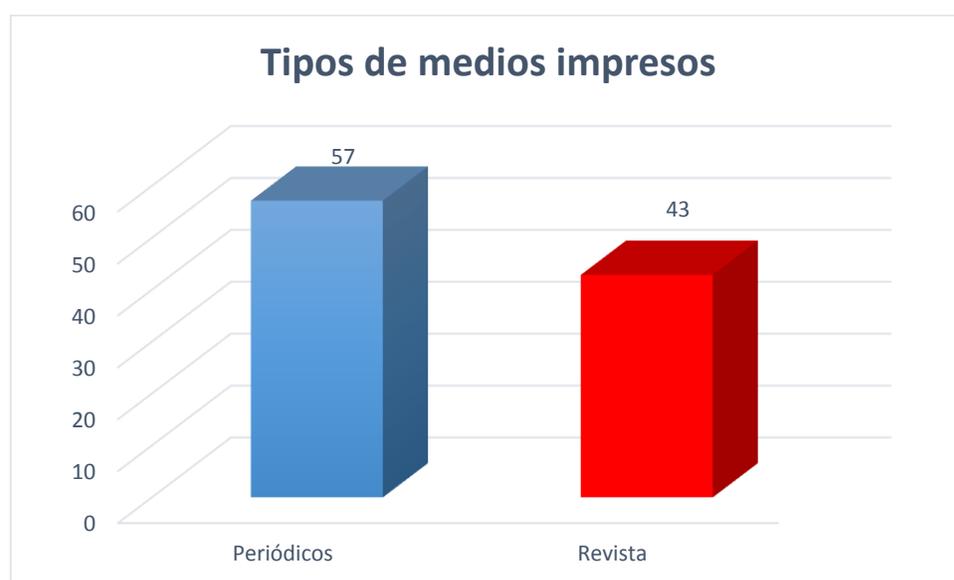


Figura 5. Tipos de Medios impresos del Ecuador

Elaboración: Ocampo, Mónica

Del análisis del gráfico estadístico el 57% lo que corresponde a 4, son periódicos, seguido del 43% equivalente a 3 revistas. De acuerdo a (FUNDAMEDIOS, 2016)

El dato es un poco más alto para medios comunitarios, llega a 4%, lo que no dicen es que en este registro están también registrados medios impresos, medios digitales, en sí todo aquel medio que quiera registrarse para obtener publicidad estatal, así que ese dato engañoso de por sí, ha ayudado a inflar un poquito el porcentaje, pero ni inflándolo significa un avance en la democratización. Lo que sí evidencian los datos es un crecimiento de los

medios públicos, en más del 100%

Yáñez, considera:

La estrategia comunicacional de la transición no tiene interés en fortalecer y consolidar medios alternativos. Estos periódicos, diarios y semanarios, teniendo una estructura convencionalmente periodística (estructura de empresa periodística) lo sobreviven al no contar con publicidad y por la retirada paulatina de la cooperación internacional. (Comunicación personal, marzo 13, 2016)

Los medios impresos claramente son pocos, la distinción entre revista y periódico crea muy poca demanda a nivel nacional, pues las personas de un rango mayor a 40 años de edad prefieren la radio tradicional, los medios impresos clásicos, ya que no cuentan con la educación ni los recursos para empaparse del mundo cibernético, sin embargo se avala su importancia de crecimiento puesto que a toda costa buscan estos medios sus garantía de autonomía editorial y, sobre el objeto de los medios, los privados sólo establecen que es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social. También se debe destacar que los comunicadores actuales hoy en día manejan los medios digitales dejando los viejos métodos anticuados comprometiéndose así para implementar estrategias educativas eficaces y comprometidas hacia las necesidades de la comunidad, sin embargo López Vigil, hace mención de la precaria preparación por parte de los comunicadores.

TELEVISIÓN COMUNITARIA

Tabla 8. Televisión Comunitaria.

Nro.	Provincia	Nombre	Ciudad
COTOPAXI			
1		TV MICC18 Canal 47	Latacunga
PICHINCHA			
2		Asomavisión	Quito

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

Tabla 9. Número de televisión comunitaria en Ecuador.

Provincias	N° Televisión	Porcentaje
Cotopaxi	1	50
Pichincha	1	50
TOTAL	2	100

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

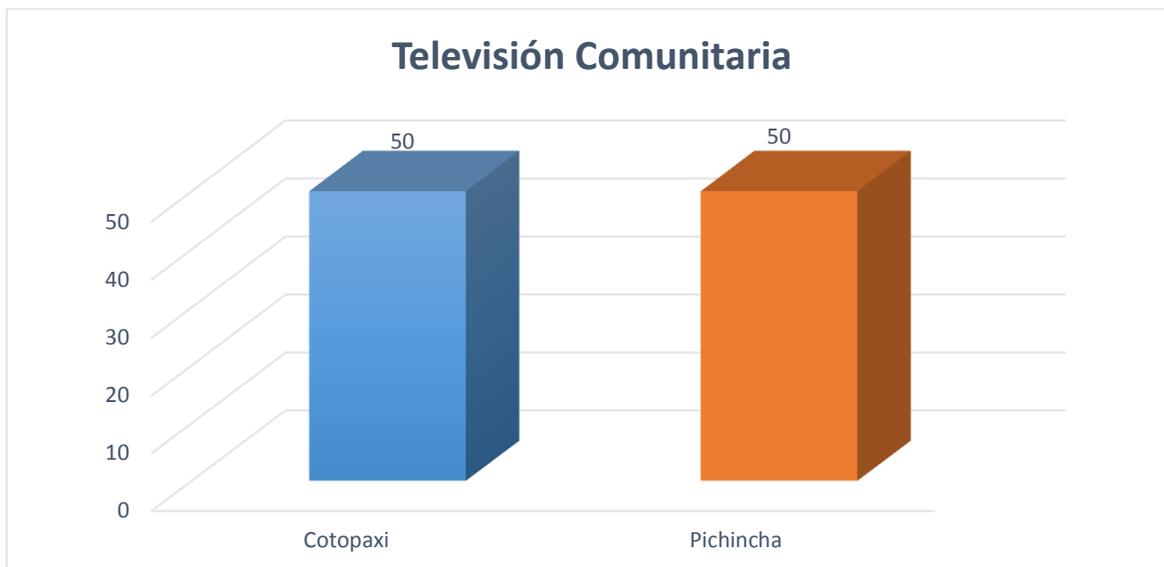


Figura 6. Televisión Comunitaria en Ecuador

Elaboración: Ocampo, Mónica

De acuerdo al gráfico estadístico se puede determinar que el 100% de televisión comunitaria se encuentra en el norte del país, siendo que, el 50% está en Cotopaxi y el 50% restante en Pichincha. Según (Vásquez, 2014) argumenta: “la radio comunitaria se ha convertido en un espacio educativo, como de opinión pública, que permite la movilización consciente de las masas para el cumplimiento de las tareas de desarrollo socioeconómico del país”. Así Yáñez, manifiesta bajo el ángulo de la tecnología que:

Necesariamente, deben comenzar a transmitir globalmente. Es decir, deben de trabajar su transmisión por la web, ojalá experimentando con streaming. Luego, la digitalización va a cubrir todos los espectros, el 2019 en Chile, debería ocurrir la mutación a la tv digital por ejemplo. Ese es un elemento fundamental, las formas de vinculación con las audiencias. La idea de que el desfase entre los dos polos de la comunicación tenga una brecha menor. La comunicación debe ser en ese sentido, más interactiva, que es un elemento que hace a la participación. (Comunicación personal, marzo 13, 2016)

Según Uranga, considera: “el desarrollo de las tecnologías y, en particular de las redes, posibilita la aparición de nuevos actores y genera otras posibilidades. "Lo comunitario" salió del lugar de lo marginal y alternativo, para entrar a competir con chances en el mundo de la comunicación” (Comunicación personal, marzo 13, 2016).

También Lamas, sostiene: “si la tecnología es una pieza clave para comprender a la sociedad y a sus sistemas de comunicación entonces es fundamental elaborar miradas reflexivas y críticas sobre el paradigma tecnológico dominante, (2011: 12).

En nuestros días existen 2 medios televisivos comunitarios en Ecuador que se encuentran en la provincia de Cotopaxi y Pichincha, teniendo cada uno un canal en su provincia; cuyos nombres son TV MICC18 Canal 47 en Latacunga y Asomavisión en Quito.

MEDIOS COMUNITARIOS EN EL ECUADOR

Tabla 10. Número de radios, medios impresos y televisión comunitaria en Ecuador

Ecuador	Medios Comunitarios	Porcentaje
Radio	49	84
Medios impresos	7	12
TV	2	3
TOTAL	58	100

Fuente: CORDICOM Lista de Medios de Comunicación a Nivel Nacional.

Elaboración: Ocampo, Mónica

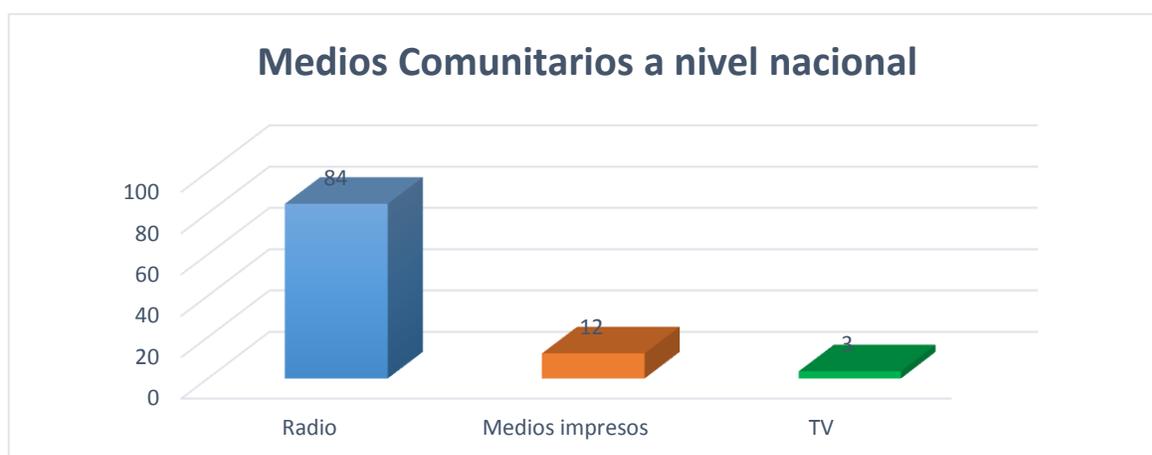


Figura 7. Medios Comunitarios del Ecuador

Elaboración: Ocampo, Mónica

Podemos observar del estudio estadístico que, el 84% de medios alternativos comunitarios que existen en Ecuador pertenecen a la categoría radiofónica, seguido del 12% de los medios impresos y finalmente con el 7% funciona la televisión comunitaria. Como se puede apreciar en la figura 4, podemos ver que en Ecuador existe mayor número de radios comunitarias, el 84% con un total de 49, seguido por los medios impresos con el 12% lo que corresponde a 7 y finalmente la televisión con el 7% con 2 medios televisivos a nivel nacional. Según Vigil, señala:

Un futuro promisorio. Pero hay que pelearlo. Una sociedad sin medios comunitarios se vuelve mercantilista, clientelar, domesticable. Los medios comunitarios están llamados a ser espacios de conciencia crítica de la ciudadanía. Y lo serán. Muchos compañeros y compañeras luchamos por eso. (Comunicación personal, marzo 13, 2016)

Así de acuerdo a (Prospero, 2005)

La posibilidad de utilizar los medios de comunicación como espacio de encuentro para la generación de nuevas relaciones sociales a partir de las características de cada comunidad, requiere estimular la participación de los ciudadanos y ciudadanas para que se conviertan en los actores principales de la activación de mecanismos de definición y ejecución, tanto en los aspectos operativos como los que atañe a la conceptualización y práctica del medio comunitario.

Los medios comunitarios en Latinoamérica hoy en día, no han logrado un avance significativo, en cuanto al apoyo que deberían recibir, tal es el caso de Ecuador, pues, se ha establecido una nueva Ley de Comunicación que ampara los derechos propicios para la creación de frecuencias de radios comunitarias en sectores del país que se encuentran desatendidos. Sin embargo, esta propuesta, es ignorada por parte de los gobiernos de turno, quienes deberían ser los actores principales que sostengan la priorización del derecho de opinión de quienes no pueden acceder a diversos medios. A veces también sucede lo contrario: emisoras que comienzan siendo democráticas y acaban sufriendo la centralización “presidencialista” en la gestión de la programación. En esos casos estas personas tienden a ser vistas como dueñas de la radio. Pero la radio comunitaria no debe tener dueño. Por ello nos podemos dar cuenta que en los medios de comunicación se les proporciona mayor auge y apertura a las radios comunitarias.

CONCLUSIONES

1. En comparación retrospectiva de los medios alternativos antes de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, va ligada a los movimientos y personalidades que han empujado el proceso de liberación social, como Monseñor Leonidas Proaño y organizaciones como la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) además de la Escuela de Radios Populares del Ecuador (ERPE), hoy en día los medios alternativos, a pesar de existir dicha ley, no se cumple a cabalidad puesto que el Estado no garantiza velar y hacer cumplir los derechos contenidos en la Ley Orgánica de Comunicación, el pueblo ecuatoriano en esta postura debe exigir un nuevo marco jurídico, en especial la radiodifusión comunitaria ya que se ve mayormente afectada, esta aseveración se fundamenta en que el gobierno solamente permite la frecuencia al aire únicamente por 15 años, además la legislación vigente hoy en día quizá es letra muerta.
2. La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador establecida en el año 2013, hace muy poca referencia a la comunicación de nuevas tecnologías, así como lo establece el Art. 92, que reconoce a la comunicación social como un servicio público que debe ser prestado con responsabilidad y calidad, pero no detalla en conjunto con las herramientas de la era digital, como se pudo evidenciar durante la investigación en donde el gobierno no le da la suficiente importancia al tema.
3. Así mismo, no se ha conseguido un reconocimiento de radios comunitarias y medios alternativos dentro del marco jurídico vigente en el Ecuador. Además, no existe un escenario de participación pública apropiado, pues se destina pequeños espacios en la frecuencia modulada, esto, debido al mal manejo de recursos por parte de los gobiernos locales, los cuales no priorizan el cumplimiento de normas que amparan la comunicación popular como tal.
4. En el Ecuador existen 49 emisoras comunitarias, de las cuales la provincia de Pastaza, posee 7 radios comunitarias, esto debido a que en este tramo se evidencia gran porcentaje de pobreza y ausencia de apoyo por el gobierno de turno, por otro lado, el papel de dichas radios comunitarias, es muy relevante en cuanto a educación e información transmitida a pueblos y comunidades del sector.

5. En vista de que, en Ecuador, los medios alternativos dependen del apoyo del gobierno, de las comunidades y de otras empresas privadas, cuenta con un 84% de emisoras comunitarias, 12% de medios impresos, 3% de medios televisivos, lo cual evidencia el predominio de radios comunitarias y el deficiente apoyo de autoridades de turno.

6. Las radios comunitarias cumplen un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad en Ecuador en lo que respecta al nivel educativo, canales comunicacionales, participación ciudadana, etc. No obstante, este recurso social, no es reconocido ni por la población, ni por los gobiernos de turno, pese a la importancia que representa y las leyes que lo amparan.

RECOMENDACIONES

- 1- A la Asamblea Nacional, se incluyan apartados específicos de donde se logre conceptualizar lo comunitario en el siglo XXI, puesto que en la actualidad no se expresa la definición de comunicación del futuro
- 2- A la Asamblea Nacional implementar una reforma que regule el sector de radiodifusión, el cual imponga los medios alternativos como radio, medio impreso y televisión, como actores claves en cuestión.
- 3- Al Gobierno Ecuatoriano, se considere básica la implementación de nuevos espacios interactivos y de opinión pública aprovechando la amplia disponibilidad de tecnología existente hoy en día.
- 4- A los gobiernos locales priorizar el incremento de medios alternativos transparentes dedicados exclusivamente a informar y educar a los pueblos, más no de medios comerciales.
- 5- A las radiodifusoras comunitarias del país implementar metodologías del uso de Internet que incentive el trabajo colaborativo y participación ciudadana.
- 6- A los comunicadores como actores clave del medio, prepararse académica y tecnológicamente constantemente en la innovación de estrategias que permita a dichas comunidades la superación diaria.
- 7- Potenciar el desempeño de radios comunitarias a través del uso propicio de recursos tecnológicos especializados en información y comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, R. M. (1993). *La comunicación como relación para el desarrollo*. Lima, Perú.
- Ariza, C. (2005). *La libertad de expresión, en el paradigma de las nuevas tecnologías y la sociedad de la información*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 022.
- Barbero, J. M. (1978). *Comunicación Masiva Discurso y Poder*. EPOCA.
- Barbero, M. J. (1984). *Retos a la investigación de Comunicación en América Latina*. Cali: Humanitas.
- Barranquero, A., & Sáez, C. (2010). *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación*. España: Universidad de Málaga.
- Bauman, Z. (2006). *Vida Líquida*. Barcelona: Paidós.
- Beltrán Salmón, L. R. (12-16 de Julio de 2005). *La comunicación para el desarrollo de medio siglo*. Buenos Aires, Argentina.
- Beltrán, L. R. (1996). *La radio popular y educativa de América Latina. La radio popular y educativa en América Latina. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*.
- Bolivia crece. (5 de enero de 2011). *La radio comunitaria: un homenaje a sus precursores. Sociedad y cultura*, pág. 4.
- Díaz Bordenave, J. (2008). *Altillo*. Obtenido de <http://www.althillo.com/exámenes/uces/rrhh/comuinteinst/comuinteinst2008resubordeneve.asp>
- Foucault, M. (2002). *Castigar y Vigilar*. Argentina: Siglo XXI Editores Argentina,.
- Freire, P. (1969). *Pedagogía del Oprimido*. Santiago.
- Gacia , N. (1999). *El consumo cultura una propuesta teórica*. En G. Sunkel, *El Consumismo Cultural en América Latina* (pág. 26). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Geerts, A., & Van Oeyen, V. (2001). *ALER*. Quito.
- Kaplun, M. (1984). *Comunicación entre grupos. Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo CIID*. Colombia.
- Kaplún, M. (1999). *Producción de Programa de Radio*. Quito: Quipus.
- Lewis, P. (1995). *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*. Francia: UNESCO.

- Lopez Vigil, J. I. (2003). *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*. Quito-Ecuador: Inti Barrientos.
- Lopez Vigil, J. I. (2008). Periodismo Popular Alternativo. (B. Gil, Entrevistador)
- Maffesoli, M. (1991). *El tiempo de las tribus*.
- Maherzi Lofti, C. (2003). *Informe mundial sobre la comunicación: los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*. UNESCO.
- Martínez Costa, M. (2007). *La radio en la era digital*. España: Santillana.
- Mata, M. C. (1999). Radio. En G. Sunkel, *El consumo cultura en América Latina* (pág. 295). Bogotá : Convenio Andres Bello.
- Meneses, Z. (2002). *Análisis de medios de comunicación en el Ecuador*. Quito: Quipus.
- Orozco, G. (1999). Televidencia y mediaciones. La construcción de estrategia por la audiencia. En G. Sunkel, *El consumo cultura en América Latina* (pág. 68). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Pascuali, A. (1990). *Comprender la Comunicación*. Caracas: Monte Ávila Latinoamericana.
- Peppino, A. M. (2009). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina: origen, evolución y perspectiva*. Mexico: Plaza y Valdés.
- Peppino, A., Plaza, C., & Valdes, T. (2006). *Radio educativa*. México: Mc Graw Hill.
- Perez, J. (5 de abril de 2012). *De la escritura a la hipermedia*. Recuperado el 12 de enero de 2015, de Revista Signos:
http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_10/a_106/106.html
- Saez Baeza, C. (2008). *Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa*. Bellaterra: España.
- Sanchez, C. (2007). Biografía de Kaplun. *El Hidalgo - revista cultural*, 25.
- Scarafia, S., & Mata, M. C. (1993). *Lo que dicen las radios*. Quito: ALER.
- Serres, M. (1995). *ATLAS*. Madrid: Cátedra.
- Suing Ruiz, A. R. (26 de Septiembre de 2011). *SENECSYT*. Obtenido de <http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/979/1/T-SENESCYT-0383.pdf>
- Virilio, P. (2009). *Pensar la Velocidad* [Grabado por A. P. Filosofía].

ANEXOS

FORMATO DE ENTREVISTA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ÁREA SOCIOHUMANÍSTICA
NIVEL DE POSTGRADO
TESIS EN COMUNICACIÓN SOCIAL.**

ENTREVISTA A LOS DIFERENTES RADIALISTAS DE AMÉRICA LATINA PARA REDEFINIR EL TÉRMINO COMUNITARIO EN EL SIGLO XXI.

La estudiante en proceso de obtener la Licenciatura en Comunicación Social, le pide dar contestación a la presente Entrevista, la misma que será de interés exclusivo para la investigadora.

Objetivo: Recabar información sobre como actualmente se encuentran los medios comunitarios en América Latina y frente a las nuevas tecnologías.

DATOS GENERALES

Nombres y Apellidos: _____

País: _____

Títulos obtenidos: _____

1. ¿Cómo ud. ve la situación actual de los medios comunitarios en América Latina en su país?
2. ¿Con la inserción de las nuevas tecnologías como se lo entiende a lo comunitario, a lo alternativo hoy en día?
3. ¿Cuál es el futuro de los medios alternativos o comunitarios?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENTREVISTAS

JOSÉ IGNACIO LÓPEZ VIGIL

1. ¿Cómo ve la situación actual de los medios comunitarios en América Latina?

Depende mucho de cada país. En algunos, han crecido en número y en calidad de los programas. Por ejemplo, en Bolivia y en Colombia. También un poco en México. Brasil es un caso patético. Durante los gobiernos progresistas de Lula y Dilma no se promovió ningún medio comunitario. Al contrario, se les acosó.

Ecuador es más patético aún. A pesar de contar con una ley que reserva el 34% de las frecuencias para medios comunitarios, hasta la fecha no se ha concedido una sola frecuencia. Los medios comunitarios en Ecuador son aquellos reunidos en Corape que, en su mayoría, todavía operan con licencias de carácter comercial.

A nivel general, los dos mayores problemas para los medios comunitarios son la poca capacitación (que les impide tener programas más competitivos) y la mala sostenibilidad, tanto económica como social.

2. ¿Con la introducción de las nuevas tecnologías cree que lo comunitario ha cambiado de rumbo?

Las tecnologías son la gran oportunidad para los medios comunitarios. Un "matrimonio tecnológico" entre las radios y las redes sociales potenciaría enormemente a los medios comunitarios.

El rumbo no se ha cambiado. En muchos casos, se ha perdido. Y la pérdida tiene que ver con el extraño mundo en que vivimos. Un gobierno de derecha como el colombiano apoya a los medios comunitarios. Hay 650 radios comunitarias en Colombia. Y un gobierno socialista como el ecuatoriano no ha concedido ni una frecuencia. ¿Quién es amigo y quién enemigo? ¿Cuál es el rumbo?

3. ¿Cuál es el futuro que usted le da a los medios comunitarios?

Un futuro promisorio. Pero hay que pelearlo. Una sociedad sin medios comunitarios se vuelve mercantilista, clientelar, domesticable. Los medios comunitarios están llamados a ser espacios de conciencia crítica de la ciudadanía. Y lo serán. Muchos compañeros y compañeras luchamos por eso.

Análisis:

Las radios comunitarias en Latino América hoy en día, no han logrado un avance significativo, en cuanto al apoyo que debería recibir, tal es el caso de Ecuador, pues, se ha establecido una nueva ley de comunicación que ampara los derechos propicios para la creación de frecuencias de radios comunitarias en sectores del país que se encuentran desatendido. Sin embargo, esta propuesta, es ignorada por parte de gobiernos de turno, quienes deberían ser los actores principales que sostengan la priorización del derecho de opinión de quienes no pueden acceder a diversos medios.

De acuerdo a Vásquez, (2014), corrobora el ideal de Lopez Vigil, pues manifiesta: “el crecimiento de las radios comunitarias ha sido muy pobre, a pesar de que la nueva ley de comunicación vigente en Ecuador. Actualmente en América Latina existen mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas”.

Por otro lado, López Vigil, hace mención de la precaria preparación por parte de los comunicadores. Sin embargo, las radios educativas en América Latina, sus comunicadores o personas afines a las radios comunitarias que ofrecen este beneficio, han dejado atrás viejos métodos anticuados de enseñanza radial, para implementar estrategias educativas eficaces y comprometidas con niños y jóvenes de hoy en día, atendiendo sus necesidades.

Las radios autodenominadas “educativas”, son dirigidas por comunicadores que no se dedican a la educación formal y han abandonado métodos clásicos de las radios escuelas para incorporar eficazmente las inmensas posibilidades educativas que surgen con la capacitación popular, (Girard, 2008, pág. 7)

En esta línea, Lopez Vigil no considera que las tecnologías hayan cambiado el rumbo de las radios comunitarias, su creencia se basa en que el rumbo que se tenía en un principio

se ha abandonado, gracias al ambiente en el que el mundo global se desenvuelve en la actualidad.

Los gobernantes han abandonado esta pelea junto con el pueblo y los insurgentes han buscado otras formas de desarrollarse en el medio. En esto, se traduce la vivencia en Latinoamérica.

No obstante, dicho abandono del rumbo de las radios comunitarias en un principio, puede concebir algunas ventajas, como menciona la organización ONU MUJERES (2012):

Las radios comunitarias suelen estar dirigidas por voluntarios que usan tecnología de bajo costo, suele ser fácil obtener tiempo de emisión gratuito o de bajo costo. Brindan la oportunidad de aportar contribuciones a personas cuyas voces no son escuchadas con frecuencia en la radio nacional. La radio comunitaria llega a un gran sector de la localidad en que funciona, ya que los oyentes suelen estar interesados en las cuestiones locales. También constituye una excelente forma de comunicarse con las comunidades cuyo principal idioma no es el idioma nacional oficial.

En tal sentido, el futuro de las radios comunitarias será prometedor, ya que facilitan la realización de la transmisión a sectores muy apartados de las zonas urbanas en el país, ya que se requiere menos recursos que las arcaicas transmisiones analógicas.

KARINA HERRERA MILLER

1. ¿Cómo ve la situación actual de los medios comunitarios en América Latina?

En la última década, hubo un especial entusiasmo en la región después de la discusión abierta en ámbitos de leyes y normas para alentar no sólo reconocimiento sino también fortalecimiento de los medios comunitarios, en particular de las radios.

Tras la aprobación de los marcos de política en Argentina, Uruguay, Ecuador, Bolivia, por ejemplo, la expectativa ha sido mayor. No obstante, la fase de aplicación de estas normas ha sido lenta, no menos problemática que su propia definición y a veces retrógrada.

El escenario político abierto tras la derrota del kirchnerismo en Argentina y los retrocesos normativos que se creían una conquista consolidada, demuestran la fragilidad de los sistemas de comunicación democráticos, en los que los medios comunitarios representan un aval de la ampliación y el acceso a la participación pública, a través de los espacios mediáticos, de importantes sectores sociales.

Si bien es cierto que muchas se han potenciado, en el marco de estos nuevos contextos normativos, la mayor parte sigue sumida en la exclusión tecnológica, económica, con limitaciones de una incidencia política mayor.

Esto no ha devenido en que la lucha por el reconocimiento y el potenciamiento sea relegada, al contrario, varias redes y asociaciones en América Latina y al interior de cada país, siguen en la ruta de la confrontación con los gobiernos que pretenden su aislamiento o desaparición.

2. ¿Con la introducción de las nuevas tecnologías cree que lo comunitario ha cambiado de rumbo?

La tecnología sigue respondiendo a las lógicas del mercado que a las lógicas comunitarias. No obstante, hay interesantes experiencias que demuestran niveles y casos de usos y apropiaciones de ellas en sectores marginados, excluidos y subalternizados,

plataformas que permiten siga la lucha por la visibilización de demandas, la conquista de espacios de reconocimiento y el avance hegemónico de sus discursos.

3. ¿Cuál es el futuro que usted le da a los medios comunitarios?

Hay que entender que los medios comunitarios no son un concepto ni una materia homogéneos. Hay de todo. Desde medios más bien "alternativos", hasta medios incuestionablemente "subversivos". Por tanto, tratar de englobar el futuro en unas líneas resulta un tanto peligroso.

Como el sistema-economía mundo sigue operando sobre exclusiones, no resulta difícil pensar que estas experiencias, nacidas desde la marginalidad social, estarán vivas y presentes, acompañando o siendo parte de las prácticas de resistencia política, social y simbólica.

Análisis:

Herrera Miller, indico que las radios comunitarias latinoamericanas se encuentran desamparadas de los gobiernos locales, a pesar de su lucha, la velocidad de progreso es relativamente lenta.

Según Vásquez (2014), expresa:

La necesidad de una libre información de opinión pública hizo que poco a poco se fueran desarrollando Radios Comunitarias en Latinoamérica, gracias a que las grandes empresas de comunicación tienen restricciones que detienen a la sociedad para que acceda a ellos, destacando la importancia de la radio como el medio más accesible que permite a la sociedad ser parte del medio de comunicación, es decir, una forma más democrática y con mayor aporte a la ciudadanía.

En este contexto, esta descompensación se debe al incremento de demanda por parte de la población que no puede expresar su opinión pública y a que no se cumple los reglamentos normativos que se deberían aplicar con severidad por tratarse de un asunto de suma importancia.

“En el Ecuador existe la Ley de Comunicación que fue aprobada en el 2008 lo que dio importancia a las radios comunitarias ya que en diversos artículos, ponen en claro el manejo y desarrollo de ésta”, (Vasquez, 2014).

La ley que ampara la comunicación en radios comunitarias en nuestro país, es letra muerta, pues hasta ahora no se ha fijado una frecuencia que corresponda a esta categoría, lo cual demuestra el desinterés por parte quienes tienen la batuta y mucho de corrupción, ya que no toleran la opinión del pueblo en cuando al cumplimiento de sus deberes soberanos.

Por otro lado, Herrera Miller, comenta que los recursos tecnológicos hoy en día, tienen un aspecto positivo ya que se tiene conocimiento de que los sectores excluidos gozan de los beneficios cibernéticos.

No obstante, en el caso de las radios comunitarias como tal, la utilidad de este beneficio tecnológico a futuro puede ser contraproducente por una parte ofrece más alternativas como redes sociales y otras formas de comunicación con mayor vialidad. La otra parte es que las radios comunitarias pueden convertirse en comerciales y dejar de lado su misión en un principio, que es ser la voz de quienes no pueden expresarse libremente.

Según Lamas (2011), expresa: “si la comunicación es considerada como una mercancía, los «avances» tecnológicos no necesariamente serán un avance hacia una comunicación transformadora y democrática”, (pág. 13).

ANTONIO PIÑAS MESA

Ciertamente es un tema interesante y una hipótesis que necesariamente nos tenemos que plantear: si el internet y las redes sociales están modificando muchas de nuestras costumbres y modos de hacer (trabajo, estudio, relaciones sociales, etc.) de la misma forma estará influyendo en la idea de comunidad.

No sé cómo tendrán de avanzada la investigación, pero uno de los primeros enfoques sería estudiar la dimensión política del término comunidad, sobre todo en base al dilema del siglo XX liberalismo-comunitarismo.

Desde la dimensión filosófica habría que aportar los fundamentos del personalismo comunitario del XX, sobre todo E. Mounier (sobre esto puedo aportarles bibliografía)

En mi humilde opinión, el hecho de internet lo que ha aportado, sobre todo, es una nueva herramienta que puede generar mayor cohesión social, más agilidad comunicativa, inmediatez de las noticias, nos ha introducido en una "aldea global", etc. Pero, como expertos en comunicación, tendría que estudiar la capacidad de asimilación de esa información, si, de verdad, está produciendo mayor cohesión social, etc.

Tener herramientas no significa que se utilicen bien ni que se saque todo el partido que se le puede sacar.

Análisis:

Piñas Mesa, indica que la sociedad se ha adaptado a los cambios tecnológicos, especialmente al impuesto por internet, como redes sociales y multimedia. En este sentido, los mismos recursos tecnológicos son de gran utilidad para la implementación de radios comerciales y de manera particular radios comunitarias.

Es más, muchas radios comunitarias de Latinoamérica actualmente, se enmarcan en procesos tecnológicos, debido al mínimo coste económico que implica ser partícipe de foros y emitir opiniones en distintas ramas, gracias a los canales comunicaciones

disponibles, blogs, mensajes de texto, llamada vía internet, Wifi, llamadas con tarifa, hacen posible la interacción comunicador-radioescucha.

De acuerdo a Lamas (2011), considera: “las emisoras comunitarias utilizan Internet para la producción de programas de radio en América Latina y emiten en sus programaciones audios producidos por otras organizaciones que descargan de distintas páginas web”, (pág. 9).

“Los mensajes de texto pueden ser utilizados para comunicarse con las audiencias de las radios comunitarias de una manera instantánea y relativamente económica”, (Lamas, 2011, pág. 19)

En este punto, implementar la tecnología a un canal comunicacional como lo es la radio comunitaria, puede contribuir a dispersar información y consolidar relaciones confusas en las que no se genere la difusión de versiones reales de datos y detalles que se desea transmitir a las comunidades.

Piñas Mesa considera acertado el ideal de Mounier (2002), ya que sostiene que: “es la persona la que se hace libre luego de haber elegido ser libre”

En otras palabras, el comunicador o el encargado de transmitir la información a los pueblos deben gozar de un intachable profesionalismo, basado en valores como el respeto, honestidad y responsabilidad, de forma que dignifique el medio de comunicación y la vinculación con la sociedad. Además, es muy relevante considerar que puede resultar muy positivo el hecho de implementar recursos tecnológicos al proceso comunicacional, ya que brinda mayores posibilidades para el intercambio de ideas e información, aunque es lógico que se generaría mayor concentración de la información y se mercantilizaría las relaciones de comunicación.

Un ejemplo claro de esto es que las principales redes sociales que se utilizan nacieron como proyectos de jóvenes que buscaban resolver una necesidad de intercambio entre pares, para luego convertirse en uno de los actores comunicacionales y económicos centrales de nuestra sociedad.

Mientras el desarrollo de las nuevas tecnologías es central para el funcionamiento del capitalismo, estas mismas tecnologías brindan, a quienes pueden acceder a ellas, innumerables posibilidades de convertirse en un sujeto productor de comunicación, o en un/a presumido/a, es decir, un/a consumidor/a que es al mismo tiempo productor/a, (Lamas, 2011, pág. 16)

TEO VERAS

1. ¿Cómo ve la situación actual de los medios comunitarios en América Latina?

Como les mencione anteriormente, esta no es mi especialidad y aquí en nuestro país desafortunadamente han equivocado las direcciones.

El ejemplo de las radios comunitarias en República Dominicana es muy particular. Se intentó conceder frecuencias, dentro de un segmento específico de la banda de frecuencia modulada, para establecer radios comunitarias. Esto, a nuestro juicio ha sido un fracaso.

Mientras estas se desarrollan en otras partes de América Latina, en mi país, las frecuencias otorgadas han sido acaparadas por funcionarios públicos y políticos, desvirtuando su intención original., quedándose luego con una operación comercial.

2. ¿Con la introducción de las nuevas tecnologías cree que lo comunitario ha cambiado de rumbo?

Basándonos en la premisa de que, a medida que se incrementa el número de estaciones a través de la web, es evidente que la audiencia se atomizará más cada día.

El desarrollo es imparable, y tarde o temprano el planeta estará sobrepoblado con millares de estaciones (básicamente en las redes), que se “sintonizarán” con determinados públicos ávidos de contenidos interesantes.

El joven de hoy no quiere enfrentarse a textos voluminosos, quiere aprender con pocas palabras. Maneja un lenguaje audiovisual. En un cada vez más significativo número, más que aprender, quiere interactuar con los demás a través de múltiples plataformas. Por lo que debemos prepararnos para futuras generaciones de excelentes relacionistas con una formación deficiente.

De lo que se desprende, que el aprendizaje para las nuevas generaciones tiene que venir empaquetado como un inteligente contenido, RESUMIDO en la menor cantidad de palabras.

3. ¿Cuál es el futuro que usted le da a los medios comunitarios?

Cuando los Gobiernos ejerzan el control de situaciones de Estado, en donde la educación sea el principal punto de agenda de un país, y en donde exista una red garantizada de estaciones comunitarias, ese contenido inteligente y compacto podrá ser transmitido a través de éstas con un prometedor resultado. El cambio y el desarrollo no será mágico en muchos países latinoamericanos, tardará. Y mientras eso ocurre, es el tiempo de educar a través de las radios comunitarias.

Análisis:

Veras sostiene que la implementación de una emisora comunitaria en un principio puede ser un fracaso. Algunos gobiernos locales en diversos sectores del país, se apropian de este tipo de proyectos sociales, para su conveniencia, desde donde tienden a influir en los pueblos con fines comerciales, al mismo tiempo se evidencia represión en contra de la opinión popular.

Bajo este argumento Carrión (2007), corrobora:

La radio comunitaria sufre, en todas partes, en grado diverso, dependiendo de la región, ya sea de situaciones de represión, amenazas militares o de censura y entra, en grados diversos en la construcción de coaliciones de libertad de expresión con otros medios y/o con activistas de derechos humanos, (pág. 30).

Por otro lado, la introducción de tecnologías si ha influido en el rumbo de las emisoras comunitarias, ya que la audiencia de radioescuchas, en su mayoría están empapados de conocimientos modernos que impone el internet, este hecho, no supone un reto a la juventud actual, están acostumbrándose al vivir diario junto a procesos tecnológicos, redes sociales, manejo y manipulación de la información.

La comunicación en la actualidad se ha transformado en una economía rentable, pues la información se ha vuelto beneficiosa para los grandes medios de comunicación que

la manejan según la conveniencia propia, (Lamas, 2011, pág. 16).

Lo cual infiere en el inicio de una práctica autónoma de la producción de sentido capaz de generar encuentros en red y diálogos expandidos.

En tal sentido, Lamas (2011), comenta:

En la medida en la que se incrementa la conectividad de las audiencias y la cantidad de horas que las personas dedican a la navegación la presencia de las radios comunitarias en la red viene creciendo incesantemente. Construir un proyecto digital puede ayudar a darle visibilidad e incidencia a los objetivos políticos, culturales, sociales y comunicacionales de las emisoras. (pág. 20).

En el futuro, si no se prioriza las principales necesidades del pueblo en aspectos como la comunicación y educación, no se progresará ni habrá un desarrollo oportuno del país, mientras se realice esta reflexión, las radios comunitarias tiene ardua tarea, defender y educar los sectores excluidos del país.

WASHINGTON URANGA

1. ¿Cómo ve la situación actual de los medios comunitarios en América Latina?

Entiendo que se registra un avance importante en los medios comunitarios en la región por tres motivos: a) el reconocimiento oficial en el marco de políticas públicas de comunicación b) el aprendizaje de los propios operadores c) el contexto político que favorece el trabajo de los actores comunitarios

2. ¿Con la introducción de las nuevas tecnologías cree que lo comunitario ha cambiado de rumbo?

Efectivamente. El desarrollo de las tecnologías y, en particular de las redes, posibilita la aparición de nuevos actores y genera otras posibilidades. "Lo comunitario" salió del lugar de lo marginal y alternativo, para entrar a competir con chances en el mundo de la comunicación.

3. ¿Cuál es el futuro que usted le da a los medios comunitarios?

No tengo una respuesta contundente sobre este punto. Sin embargo, creo que tienden a jugar un papel muy importante en el continente, en lo comunicacional y en lo político.

Análisis:

Uranga, considera que para que las radios comunitarias asuman una incidencia social deben estar amparadas por políticas públicas y de comunicación, los comunicadores deben ser personas capacitadas y conocedoras de los problemas que aquejan las comunidades, además estos actores comunicacionales igualmente deben estar bajo la tutela de un marco jurídico que les escude.

Por otro lado, la transmisión de la emisión comunitaria ha dado grandes pasos con respecto radios comerciales, pues dejó de ser un ente marginal y se puso a la altura de grandes medios de comunicación en base de su misión humanitaria.

Así mismo Vásquez (2014), argumenta:

La radio comunitaria ha pasado por muchos cambios, tantos tecnológicos como de manejo, lo único que se quiere lograr con la democratización de la información es que esta sea manejada de una manera justa donde los ciudadanos sean partícipes activos de la misma, (Vasquez, 2014, pág. 16).

Por otro lado, Uranga considera que es relevante transmitir aspectos políticos y educativos de manera precisa y específica. De igual manera, los recursos comunicacionales de la red, lograron atraer otro tipo de público, uno más fresco y joven, con nuevas ideas.

Lamas (2011), corrobora el ideal de Uranga pues comenta:

Muchas de las nuevas prácticas comunicacionales que se generaron a partir de nuevas tecnologías, como por ejemplo el uso de redes sociales o blogs, prácticas productoras de nuevos sujetos emisores y de construcción de redes, fueron rápidamente absorbidas o aprovechadas por el mercado y el capital, (pág. 14).

LEONEL YÁÑEZ

1. ¿Cómo ve la situación actual de los medios comunitarios en América Latina?

Particularmente en Chile -que es por lo que puedo hablar- a partir de su emergencia en los años 80 y principalmente a partir de la transición democrática, en el caso de la radio comunitaria y/o popular, esta va ocupando ilegalmente espacios en el contexto de un proceso de construcción democrática, aún en ciernes. El contexto de transición negociada entre la centro izquierda, centro y derecha con el dictador, hizo que a poco andar se declararan inconstitucional este medio. Se logra un acuerdo de legislar, el que cristaliza en una ley (la ley de frecuencia de mínima cobertura) hacia mediados de 1994. Ley que en lo grueso discrimina fuertemente al accionar de las radios, prohibiéndose la posibilidad de utilizar la publicidad como medio de financiamiento, llevar a cabo cada tres años licitación de la frecuencia y, disponer de solo 1 wat para la emisión. Con todo, la situación permitió estructurar proyecto en casi todo el país. Se pueden contabilizar más de 100 radios, unas 15 en la región metropolitana (Santiago). Al mismo tiempo, el video popular sigue desarrollando video foros y produciendo trabajos para pequeños círculos de difusión (principales ferias y festivales alternativos) y, quizá lo más serio, es cierre por problemas de financiamiento de las revistas opositoras al régimen de Pinochet Análisis, Cause, Apsi y el cierre del diario La Época.

La estrategia comunicacional de la transición no tiene interés en fortalecer y consolidar medios alternativos. Estos periódicos, diarios y semanarios, teniendo una estructura convencionalmente periodística (estructura de empresa periodística) lo sobreviven al no contar con publicidad y por la retirada paulatina de la cooperación internacional.

La radio comunitaria (así toma finalmente el nombre de este medio) logra ir conformándose en una organización nacional, que en un principio se denomina ANARAP (Asociación Nacional de Radio Popular) para luego dar paso a la ANARCICH (Asociación Nacional de Radios Comunitarias de Chile - <http://radioscomunitariaschile.blogspot.cl/>)

Junto al capítulo de AMARC - Chile y con el apoyo de la ONG ECO (Educación y Comunicaciones) se comienza un proceso por "mejorar" la ley de frecuencia de mínima cobertura. A principios de los 2000, junto a la discusión por el acceso a las nuevas

tecnologías, se logra un cierto consenso por propiciar cambios más fundamentales en la ley de telecomunicaciones. A Fines de la primera década se logran acuerdos y se redacta unos nuevos artículos, los que aún no han sido validados y la situación de las radios se encuentra en cierto impase: se espera que éstas puedan transmitir hasta con 25 wat, con una concesión que se da en servicio por 15 años pero sin derecho a emitir publicidad (por lo que la idea de igualar derechos respecto de la ley de radiodifusión nacional - radios comerciales - aún está lejos, en mi opinión).

<http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/radios-comunitarias>

Respecto del video popular, solamente quedan escasas experiencias, particularmente la televisión señal 3 de la Población La Victoria.

2. ¿Con la introducción de las nuevas tecnologías cree que lo comunitario ha cambiado de rumbo?

No creo. Para el caso chileno, las radios han ido asumiendo la modalidad online, pero las audiencias de éstas, son más bien poblacionales, territorios con familias que no tienen del todo acceso a Internet, y según un estudio que hicimos el 2011, estas audiencias siguen siendo radiofónicas, en el sentido tradicional, y en su mayoría, son personas de 40 años hacia arriba, sobre todo tercera edad. Particularmente, la mañana, es un horario en que se privilegia la escucha de radios comunitarias.

3. ¿Cuál es el futuro que usted le da a los medios comunitarios?

Necesariamente, deben comenzar a transmitir globalmente. Es decir, deben de trabajar su transmisión por la web, ojalá experimentando con streaming. Luego, la digitalización va a cubrir todos los espectros, el 2019 en Chile, debería ocurrir la mutación a la tv digital, por ejemplo. Ese es un elemento fundamental, las formas de vinculación con las audiencias. La idea de que el desfase entre los dos polos de la comunicación tenga una brecha menor. La comunicación debe ser en ese sentido, más interactiva, que es un elemento que hace a la participación.

Y por otro lado, es importante que los proyectos sean efectivamente participativos, es decir, otros modos de producción radiofónica, mas inclusivos. Allí se requiere un esfuerzo importante en capacitar los comunicadores en comunicación y particularmente en lenguaje de medios, como el caso de la radio como lenguaje.

Y por último, se debe seguir luchando por obtener mejores leyes, democratizar los espectros radioeléctricos, buscar formas en que se desprivatice el espacio mediático. El caso chileno es dramático. Puedes buscar a Becerran(Argentino, él ha escrito sobre la situación chilena. También Gustavo Gómez (Uruguayo).

Análisis:

Pese a la existencia de leyes y acuerdos que amparan las emisoras comunitarias y medios alternativos, no se aplican a cabalidad las normas en cada región, esto se ve reflejado en sectores olvidados del país, según Yáñez, se destina el uso de 1w para la transmisión de radios comunitarios, cuando en realidad suponen un gasto de 25w en frecuencia modulada.

La misión de la Radio Comunitaria como tal, es contribuir en el proceso comunicativo de un lugar marginado en cuestión y satisfacer sus necesidades con la participación de la comunidad. Cabe destacar que esta emisión, no tiene fines de lucro y es de acceso público.

Radio comunitario no solo ayuda en el proceso comunicativo de un sector sino que busca adaptarse a las necesidades de ellos buscando un escenario de participación comunitario. El uso de este tipo de radio se cimienta en la democratización de la información, (Vasquez, 2014, pág. 15).

Por otro lado, lado la tecnología si bien contribuyen enormemente en el desenvolvimiento de radios comunicativas en la red por llegar a más sectores y con difusión que trascienden fronteras, puede no ser muy satisfactorio en lugares que no cuentan con el servicio de internet, pues las personas de un rango mayor a 40 años de edad prefieren la radio tradicional, los medios impresos clásicos, ya que no cuentan con la educación ni los recursos para empaparse del mundo cibernético.

Así mismo Lamas (2011), sostiene: “si la tecnología es una pieza clave para comprender a la sociedad y a sus sistemas de comunicación entonces es fundamental elaborar miradas reflexivas y críticas sobre el paradigma tecnológico dominante, (pág. 12).

Las radios comunitarias en conjunto con otros actores sociales deben lanzar la propuesta de medios alternativos a nivel mundial con un concepto interactivo, inclusivo y participativo. Esto contribuiría a ganar una batalla por la democratización del espectro radio.