



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“LA PRODUCCIÓN INTERCULTURAL DE RADIO PRIMICIAS DE LA
CULTURA 104.1 F.M. Y EL IMPACTO EN LA COMUNIDAD
UNIVERSITARIA”

Trabajo de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social

Autora:

Erika Cristina Yauli Santos

Tutor:

Dr. Luis Gamboa

Ambato-Ecuador

2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICA:

Que la señorita **ERIKA CRISTINA YAULI SANTOS**, portadora de la CC. 1804916714, habilitada para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACION; sobre el Tema: **“LA PROGRAMACIÓN INTERCULTURAL DE RADIO PRIMICIAS DE LA CULTURA 104.1 FM Y SU IMPACTO EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA”** previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social; por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 02 de julio del 2019

LO CERTIFICO:



.....
Dr. Luis Alberto Gamboa Orozco Mg.

Tutor del Trabajo de Titulación

C.I. 1801924802

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: La producción intercultural de radio primicias de la cultura 104.1 F.M. y el impacto en la comunidad universitaria, como también los contenidos, análisis y conclusiones son de responsabilidad del autor.

Ambato, 02 de julio del 2019

LA AUTORA



Erika Cristina Yauli Santos

CC.- 1804916714

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “LA PRODUCCIÓN INTERCULTURAL DE RADIO PRIMICIAS DE LA CULTURA 104.1 F.M. Y EL IMPACTO EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA”, presentado por la señorita Erika Cristina Yauli Santos, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,2019

Para constancia firma:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres

Dedico el presente trabajo de investigación a Dios por brindarme salud y una familia que me impulsó día a día a pesar de las dificultades.

Agradezco a mis padres Norma Santos y David Yauli por el sacrificio que realizaron para apoyarme en mis estudios. Por enseñarme que en la vida hay que luchar por nuestros sueños y nunca darse por vencidos.

Por sus excelentes consejos para formarme como una persona de bien y por su comprensión en mis largas horas de estudio.

Siempre agradeceré su entrega para conseguir la titulación de Licenciada en Comunicación Social.

Erika Yauli

AGRADECIMIENTO

Gratifico el presente trabajo a mi familia por su apoyo moral y económico para alcanzar este sueño.

A mis maestros por las enseñanzas impartidas.

A mis hermanos Alexandra, Diego y Rorys que me animaron en los momentos difíciles de la vida.

A mis amigos por brindarme su confianza y compartir gratos momentos dentro y fuera de lo académico.

Erika Yauli

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	1
COMUNICACIÓN.....	2
EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.....	4
COMUNICACIÓN DE MASAS.....	7
ESCUELAS ANTE EL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN.....	11
COMUNICACIÓN HUMANA.....	13
CULTURA.....	14
INTERCULTURALIDAD.....	17
MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	17
LA RADIO.....	18
HISTORIA DE LA RADIO EN ECUADOR.....	18
PRODUCCIÓN DE RADIO.....	22
RADIO INTERCULTURAL.....	24
RADIOS INTERCULTURALES EN LATINOAMÉRICA.....	27
RADIO INTERCULTURAL EN ECUADOR.....	28
RADIO INTERCULTURAL EN TUNGURAHUA.....	31
FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	35
FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA.....	35
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	35
1.2 OBJETIVOS.....	40

Objetivo General	40
Objetivos Específicos.....	40
CAPITULO II.....	41
METODOLOGIA	41
2.1 Materiales.....	41
2.2 Métodos.....	42
NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	42
POBLACION Y MUESTRA.....	42
CAPÍTULO III.....	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	45
INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	45
ENCUESTA A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DE AMBATO.....	45
Análisis e interpretación de entrevistas.....	60
Verificación de hipótesis.....	81
CAPÍTULO IV.....	86
CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	86
REFERENCIAS.....	88
ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensiones del análisis de la producción radial	24
Tabla 2. Radio Universitarias afiliadas a redes por países	28
Tabla 3: Estadística total de personas que forman parte de la Universidad Técnica de Ambato.....	43
Tabla N°4: Datos generales. - Edad	45
Tabla N°5: Datos generales. - Género	47
Tabla N°6: Pregunta 1.....	48
Tabla N°7: Pregunta 2.....	49
Tabla N°8: Pregunta 3.....	51
Tabla N°9: Pregunta 4.....	52
Tabla N°10: Pregunta 5.....	54
Tabla N°11: Pregunta 6.....	55
Tabla N°12: Pregunta 7.....	58
Tabla N°13: Entrevista 1.....	60
Tabla N°14: Entrevista 2.....	62
Tabla N°15: Entrevista 3.....	64
Tabla N°16: Entrevista 4.....	65
Tabla N° 17: Entrevista 5.....	66
Tabla N°18: Relación variables 3 y 6.1	81
Tabla N°19: Cálculo Chi ² variable 3 y 6.1.....	82
Tabla N°20: Relación variables 3 y 6.2	82
Tabla N°21: Cálculo Chi ² variable 3 y 6.2.....	82
Tabla N°22: Relación variables 3 y 6.3	83
Tabla N°23: Cálculo Chi ² variable 3 y 6.3.....	83
Tabla N°24: Relación variables 3 y 6.4	84
Tabla N°25: Cálculo Chi ² variable 3 y 6.4.....	84
Tabla N°26: Relación variables 3 y 6.5	84
Tabla N°27: Cálculo Chi ² variable 3 y 6.5.....	85

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Aproximación cotidiana al concepto de comunicación	2
Gráfico 2 Modelo de la Teoría Matemática de la Comunicación de Shannon y Weaver	5
Gráfico 3: Cambios en la sociedad.....	8
Gráfico 4: Cambios en los medios	9
Gráfico 5: Aspectos que obstaculizan la presencia de representantes de pueblos y nacionalidades en los medios de Ecuador	29
Gráfico N°6: Datos generales. – Edad	46
Gráfico N°7: Datos generales. – Género.....	47
Gráfico N°8: Pregunta 1	48
Gráfico N°9: Pregunta 2.....	50
Gráfico N°10: Pregunta 3.....	51
Gráfico N°11: Pregunta 4.....	53
Gráfico N°12: Pregunta 5.....	54
Gráfico N°13: Pregunta 6.....	56
Gráfico N°14: Pregunta 7.....	58

RESUMEN EJECUTIVO

La producción intercultural dentro de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) se convirtió en uno de los aspectos importantes al momento de difundir contenidos, esto debido a la disposición de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) promulgada desde el 2013 junto al punto 1.8 del primer objetivo del Plan Nacional para el Buen Vivir en Ecuador, que buscan rescatar y fortalecer los conocimientos de la culturas ecuatorianas, sus costumbres, tradiciones, vestimenta, música, todo aquello que los caracteriza, para mejorar la convivencia y defender su derecho a la comunicación y el acceso a los medios. El presente trabajo de investigación se desarrolla en el análisis de la programación intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M, y su impacto en la comunidad universitaria (estudiantes, docentes, autoridades, personal administrativo), un medio público de la Universidad Técnica de Ambato, que cuenta con programación ininterrumpida y variedad de contenidos. Para esto, se indagó sobre trabajos de investigación acerca de programación intercultural en radio, de manera general, y en radios universitarias. Para complementar los conocimientos se entrevistó a personas vinculadas a los medios y a la cultura para conocer su punto de vista, pues son ellos quienes viven, perciben esta realidad. Además, recomendaron acerca de lo que se debería hacer. Para la recolección de datos se aplicaron 164 encuestas a la comunidad universitaria del campus Huachi e Ingahurco. Los resultados demostraron el reducido nivel de sintonía que tiene la radio, pese a ser de su universidad y en lo referente a la comunicación intercultural se evidenció un total apoyo para su difusión, y sugirieron que los contenidos se presenten de manera diferente a los que mayor parte de los medios transmiten con el fin de cumplir lo establecido en la LOC, es decir que se haga por decisión propia y no por obligación. Asimismo, se evidenció un limitado personal dentro del medio y la preocupación porque los estudiantes de Comunicación Social de la universidad no participan en el medio.

PALABRAS CLAVE: programación intercultural, comunidad universitaria, radio, cultura, estudiantes, Ley Orgánica de Comunicación.

ABSTRACT

Intercultural production within the media (press, radio, television) became one of the important aspects when disseminating content, by the provision of the Organic Law of Communication (OLC) promulgated since 2013 next to point 1.8 of the first chapter of the National Plan for Good Living in Ecuador, that seek to rescue and strengthen the knowledge of Ecuadorian cultures, their customs, traditions, clothing, music, everything that characterizes, to improve coexistence and defend their right to communication and access to media. This research work is developed in the analysis of the intercultural radio program Primicias de la Cultura 104.1 F.M, and its impact on the university community (students, teachers, authorities, administrative staff), a public medium of the Technical University of Ambato, which has uninterrupted programming and a variety of contents. For this, researched about intercultural programming on radio, in general, and on university radios. To complement the knowledge interviewed people linked to the media and culture to know their point of view, because they live, they perceive this reality. Besides, they even recommended what should be done. For data collection, 164 surveys were applied to the university community of Huachi and Ingahurco campus. The results showed the reduced level of tuning that the radio has, despite being from their university and as regards intercultural communication, full support was shown for its dissemination, and they suggested that the contents be presented in a different way to those that most of the media transmit in order to comply with the provisions of the LOC, that is to say that it is done by own decision and not by obligation. Also, there was a limited number of staff within the environment and the concern that the students of Social Communication of the university do not participate in the medium.

KEY WORDS: intercultural programming, university community, radio, culture, participation, students, Organic Law of Communication(OLC).

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La presente investigación tomo como fuente de consulta diversas indagaciones relacionadas al tema en desarrollo. Entre estas destacan; el trabajo previo a la obtención de título en Licenciado en comunicación social de Alexis Maruri (2017) acerca de la “DIFUSIÓN DE PROGRAMAS CULTURALES Y LA PARTICIPACIÓN DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA RADIO ON LINE PRIMICIAS DE LA CULTURA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”, en el cual se evidenció que existen productos comunicacionales culturales elaborados por estudiantes de Comunicación Social, pero no son difundidos por el medio. También se consideró la investigación de Fredy Vinuesa (2017) acerca del “MANEJO DE CONTENIDOS RADIALES HACIA LA INTERCULTURALIDAD EN EL CANTÓN PELILEO”, donde se concluyó que, mediante la etnomusicología (surge cuando los sonidos creados son parte de una región o comunidad, y determina que la música forma parte de cada cultura existente en el país y el mundo) el medio estudiado fomenta la cultura a través de la difusión de la música popular propia del cantón Pelileo. Y el trabajo de titulación de Johana Duche (2018), denominado “LA RADIO COMUNITARIA Y LA GESTIÓN DE ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN DE LA NACIONALIDAD ACHUAR DE PASTAZA”, el cual demostró que, el criterio de la población es la base para generar productos comunicacionales y por ende responden al derecho a la participación y comunicación.

También se recurrió a estudios nacionales e internacionales publicados por diversos autores acerca de temas vinculados a la radio, la programación intercultural, la comunicación, los medios comunitarios y a la programación radiofónica.

Además de las investigaciones previas, para el desarrollo del presente trabajo, resulta indispensable partir por el conocimiento de conceptos básicos como comunicación, cultura, interculturalidad y radio.

COMUNICACIÓN

CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

Para comprender el significado de comunicación es necesario analizarlo desde dos perspectivas:

- Aproximación cotidiana

Resulta difícil encerrar un solo concepto de comunicación porque es una palabra compleja que encierra distintos significados debido a la polisemia, ambigüedad y multidimensionalidad que presenta en su uso. Sin embargo, un sinónimo de ella sería la “acción” (Aguado, 2004). Para comprender el fenómeno de este término se analizan sus características antes mencionadas:

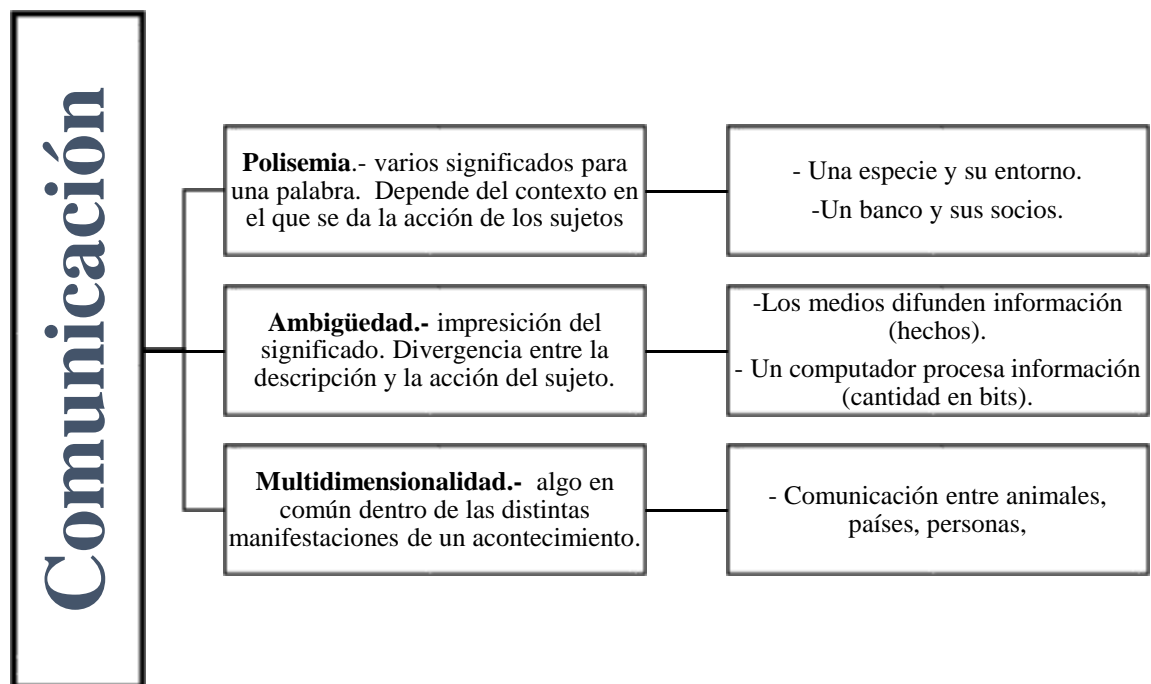


Gráfico 1 Aproximación cotidiana al concepto de comunicación

Fuente: Aguado (2004)

Elaborado por: Yauli (2019)

Ante esta complejidad, Aguado (2004) sugiere trabajar en un concepto general de comunicación que abarque y determine cuando se puede hablar de comunicación. Ante ello, sugiere dos principios epistemológicos:

Principio de relación. – se da desde lo más básico que enmarca la comunicación: la relación o encuentro entre partes. De este se obtiene un cambio: físico (contacto), lógico (añade, disminuye) y sicosocial (conducta de una persona dentro de la sociedad).

Principio de diferencia/ semejanza. – requiere de la capacidad para percibir, sentir la diferencia entre los elementos presentes en una relación por parte de un observador. En este encuentro se reconocen aspectos como:

El/los sujetos: quién realiza la comunicación.

Los objetos: qué se comunica (significados, sentidos).

Relaciones de la comunicación: de qué manera se comunica.

Bajo este principio se reconoce a los interlocutores y el contexto del acto comunicativo. Ellos eligen los objetos y el tipo de relación que se dará. Bajo estos criterios, se concibe a la comunicación como todo proceso que implica conocimiento y organización (estructura/función) entre partes, cuyo resultado es la transformación.

- **Aproximación científica**

Según Aguado (2004) esto se basa en nociones características sobre comunicación e información que aportaron a transformaciones sociales y culturales:

La complejidad. – la comunicación implica un conjunto de elementos, sus relaciones y expresiones.

Transdisciplinariedad. - lo transdisciplinario abarca aquellos conceptos, términos comunes, compartidos por distintas doctrinas. En este sentido, la comunicación es el “lenguaje” base con el que se coordinan las disciplinas presentes en un estudio.

Comunicación como fuente y objeto de interdisciplinariedad. – la interdisciplinariedad surge cuando diferentes doctrinas analizan un objeto en común, buscan un mismo objetivo y para esto aportan con diferentes metodologías.

Como fuente de interdisciplinariedad, la comunicación permitió el desarrollo de variadas investigaciones. Como objeto de interdisciplinariedad la comunicación tuvo contribuciones teóricas desde ámbitos como la matemática, la sociología, lingüística, entre otros.

- **Paradigmas: informacional y comunicacional**

Según Niklas Luhmann (como se citó en Rodríguez, 2005) el paradigma encierra las distintas maneras de percibir al mundo, es decir que un paradigma ofrece una visión particular de algún fenómeno que suscita en la realidad. Con base a este concepto Aguado (2004) denota dos paradigmas dentro de la información y la comunicación:

Paradigma informacional. – se vincula a lo técnico. Mide el alcance que tiene la transmisión de información (economía, telecomunicación, sondeos...)

Paradigma comunicacional. – se vincula a la coordinación. Mide el nivel de organización que tienen los elementos para alcanzar una transformación (comunicación estratégica, organización de fenómenos compuestos - movimientos sociales...).

EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

- **Teoría matemática de la información**

Los orígenes de las teorías de la comunicación se remontan a la Segunda guerra mundial, donde Shannon y Weaver, en 1949, desarrollaron su trabajo denominado “la teoría matemática de la comunicación”. Esto surgió ante la urgencia de un mejoramiento en los canales de transmisión y difusión de mensajes mediante el uso del teléfono y la radio. Su modelo frente al proceso comunicativo fue lineal y poco complejo, lo cual atrajo críticas de otros investigadores (Fiske, 1985).

En su propuesta determinaron los siguientes elementos dentro del proceso de transmisión de mensajes:

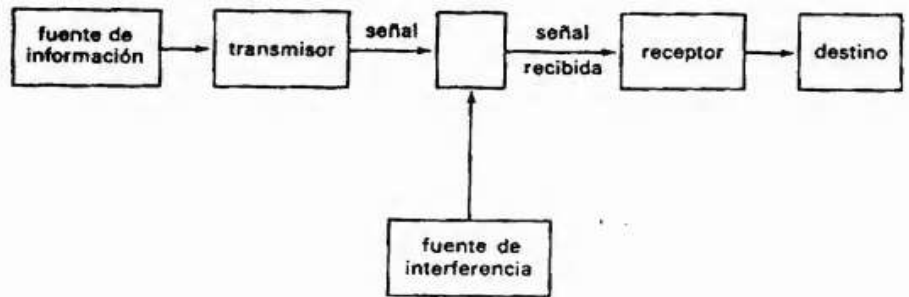


Gráfico 2 Modelo de la Teoría Matemática de la Comunicación de Shannon y Weaver

Fuente: Fiske (1985)

Fuente de información: donde se genera la señal a transmitir, todo bajo un propósito.

Transmisor: es quien envía la señal a través de un medio (forma física o técnica de transmitir el mensaje: escritura, radio).

Señal: es el conjunto de códigos (bits) enviados mediante un canal (recurso físico para transmitir un mensaje: ondas de luz, ondas sonoras, cables...).

Fuente de interferencia: aquello que interrumpe la captación normal de un mensaje (idioma, cultura, condiciones climáticas, problemas técnicos). Esto surge sin la intención del transmisor.

Señal recibida: constituye la información que llega al destinatario después de superar la interferencia.

Receptor: es el objeto que recibe la información emitida por un canal.

Destino: es el fin del proceso, es el lugar que atrapa la señal enviada y ejecuta el propósito para el cual fue emitida.

Además, Fiske (1985) recalca que Shannon y Weaver, descubrieron que, dentro de este proceso de transmisión de señales, se presentan problemas que alteran su efectividad:

Técnicos: se vinculan al canal por el cual se emite la información o mensaje.

Semánticos: comprensión de las señales, los códigos.

De efectividad: si se cumple o no el propósito de la señal emitida.

Como resultado de este estudio, en lo que se refiere a comunicación, se obtiene un modelo lineal donde se establecen elementos claves de todo acto comunicativo como: emisor, mensaje y receptor.

- **Modelo de Jakobson**

Jakobson adoptó el modelo lineal de Shannon y Weaver para crear el modelo de la comunicación, donde identificó elementos como: emisor, mensaje, receptor, código, canal y contexto. Incluso añadió distintas funciones del lenguaje para cada uno de sus elementos, pues para él todo mensaje satisface distintas funciones (Moyano & Ojeda, 2000).

Elementos

Emisor. -aquél que codifica el mensaje a transmitir.

Receptor. -quien recibe y decodifica el mensaje.

Mensaje. -la información emitida.

Canal. -medio físico por el que se comparte el mensaje.

Código. -conjunto de signos compartidos entre emisor y receptor (idioma).

Contexto. -conjunto de circunstancias que rodean al acto comunicativo.

Funciones

En cuanto a las funciones de lenguaje propuestas en el modelo jakobsiano, Moyano y Ojeda (2000) indican las siguientes:

Metalingüística (código): se vincula al significado preciso del código, al lenguaje común empleado en la comunicación.

Referencial (contexto): es una de las funciones más cuestionadas, pues para Jakobson, esta función engloba un sinnúmero de formas como: metáforas, afirmaciones generales...ante esto, Peirce, la vincula al mensaje; añade información precisa sobre el objeto denotado.

Poética(mensaje): surge al añadir ritmo y sonido al contenido del mensaje. Se convierte en algo célebre.

Fática (contacto/canal): se asegura que la comunicación llegue a su receptor. Esto ante la presencia de problemas con el canal (físico). Busca la atención del destinatario.

Emotiva (emisor): se vincula a las emociones que presenta el emisor, emociones que pueden ser reales o, según Jakobson, empleadas para mentir.

Conativa (receptor): es imperativa. Nace mediante oraciones que informan al otro sujeto, presente en la comunicación, sobre el deseo de cumplimiento de alguna acción o su posible amenaza al no ejecutar lo pedido.

Como se aprecia, para Jakobson, el proceso de comunicación tiene una carga de emociones que aportarían o interrumpirían el desarrollo normal de todo acto comunicacional.

COMUNICACIÓN DE MASAS

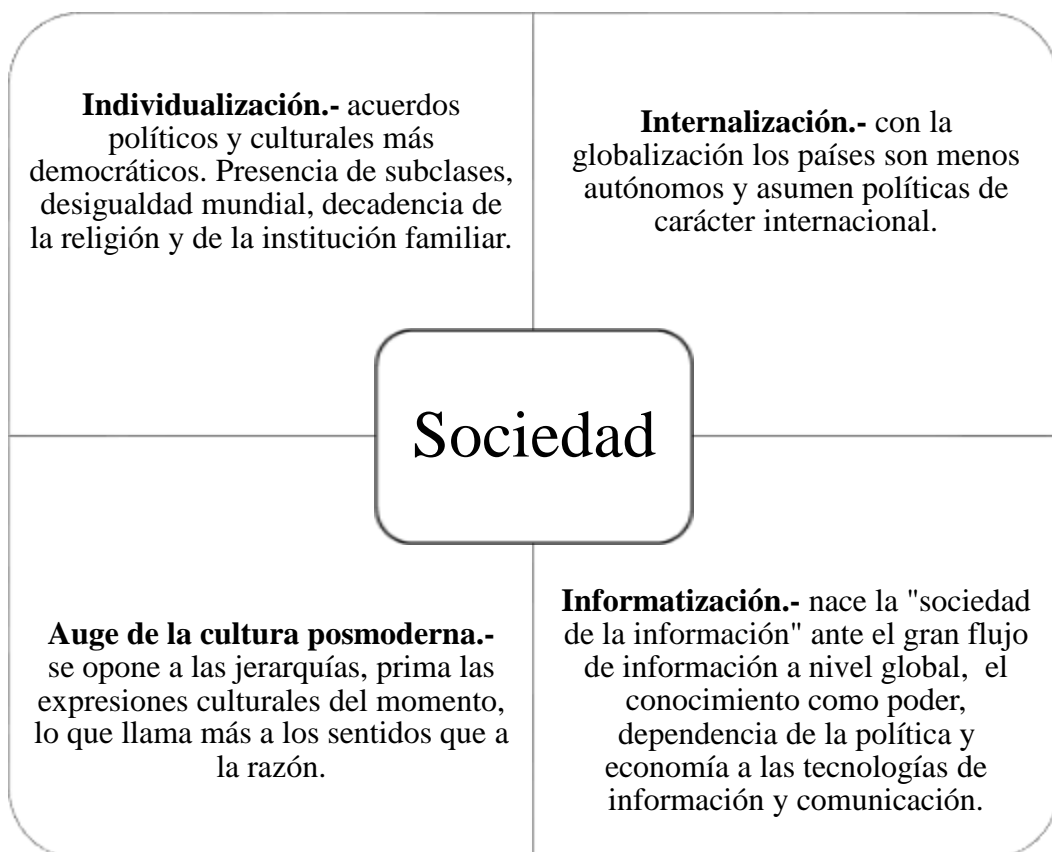
Para el desarrollo del estudio de comunicación de masas es importante conocer que en esta etapa de la comunicación se concibió a los individuos receptores de la información difundida por los medios como una “masa”. Bajo este término se comprendió que el comportamiento del individuo se homogeniza en un todo, al formar parte de este conglomerado pierde su identidad individual y su capacidad de actuar (McQuail, 1991).

Bajo este criterio se podría decir que, la comunicación de masas engloba las relaciones que se dan entre los medios de comunicación masiva y las masas de determinada sociedad (McQuail, 2012). Ante esto, los medios asumieron funciones y características particulares:

- Producir y difundir contenidos simbólicos.
- Actuar en el ámbito público bajo determinadas regulaciones.
- Su participación como emisor o receptor es voluntaria.
- Su organización es profesional y burocrática.
- Carecen de poder a la vez que disfrutan de libertad.

Asimismo, se evidenciaron cambios tanto en la sociedad como en los medios:

Gráfico 3: Cambios en la sociedad



Fuente: McQuail (2012)
Elaborado por: Yauli (2019)

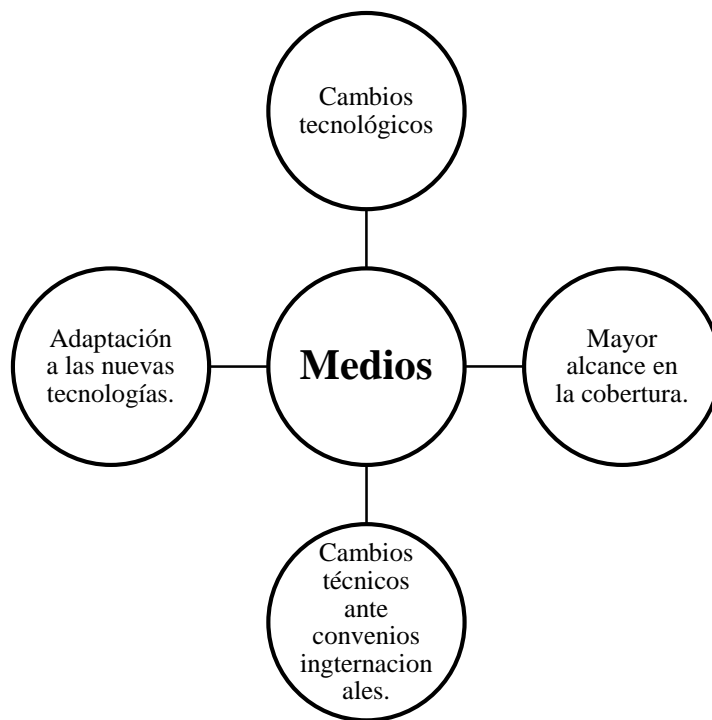


Gráfico 4: *Cambios en los medios*

Fuente: *McQuail (2012)*

Elaborado por: *Yauli (2019)*

Para comprender acerca de estos fenómenos generados por los medios de comunicación social, aparecieron estudios como:

- **Efectos de los medios en las audiencias**

Uno de los representantes de los estudios sobre los efectos de los medios en las audiencias es Harold Laswell, quien mediante investigaciones denotó que los medios generan cambios en la audiencia, entendiéndose como medios a la radio, televisión y prensa. Su motivación a realizar investigaciones de esta naturaleza fueron las ideas sobre psicoanálisis de Sigmund Freud. Así en su libro “Propaganda, comunicación y opinión pública” (1946), junto a otro estudioso, Casey, demostró que todo acto comunicacional se da bajo 4 etapas: ¿quién comunica? ¿qué comunica? ¿en qué canal? ¿quién y cómo es afectado? Además, Laswell se constituyó como un ente influyente en torno a debates sobre los contenidos y efectos de los medios de comunicación (Otero, 2004).

- **Cultura de masas:**

La cultura de masas hace referencia a aquella cultura que se origina al percibir los contenidos difundidos por los medios comunicación. Aquí, los medios son vistos como industrias que fabrican mensajes para las audiencias, mientras que, la audiencia es vista como un grupo homogéneo, un grupo consumidor.

Ante esta situación, se generaron dos tipos de masas; una que comprendía a quienes tenían poder para utilizar los medios en beneficio propio y otra que agrupaba a la audiencia, es decir a los sujetos pasivos que recibían o consumían lo emitido por los medios de comunicación (Viteri, 2014).

Esto sucedió ante los intereses económicos que primaban en la época, pues lo económico era el pilar clave para el desarrollo de los medios y de la sociedad en general.

Frente a esta realidad, surgieron críticas en contra y a favor de los efectos producidos en la cultura de masas, personas que, bajo el criterio de Eco (como se citó en Aguado, 2004), fueron clasificadas en:

Apocalípticos

Consideran que la cultura de masas es algo negativo porque culminaría con la concepción clásica de cultura desde la perspectiva humanista. Entre las consecuencias que ellos percibían constan: manipulación y control, audiencias pasivas, estandarización.

Integrados

Autores o corrientes de pensamiento que miraban en la cultura de masas un nuevo espacio de expresión. Entre los beneficios reflejados por la cultura de masas están: audiencia participativa, globalización e intercambio cultural, aparición de nuevas formas de expresión cultural.

- **La industria cultural**

Con base a estudios de Adorno, Horkheimer, Marcuse y Benjamín (estudiosos de la Escuela de Frankfurt) la industria cultural es el proceso que el Estado practica, junto

a los medios de comunicación, dentro de la sociedad, con el fin de fomentar ciertas ideologías (pensamientos) que conviertan a los individuos en seres acríticos, manipulables, controlables. Un proceso donde se fabrican, reproduce y venden estos pensamientos, cuyos consumidores son los sujetos de las clases subordinadas. Este fenómeno derivó en pseudocultura, donde el individuo forma parte de una homogenización de contenidos, los cuales se repiten de manera constante hasta arraigarse en su conciencia y el individuo crea que son parte de su naturaleza (Aguado, 2004).

ESCUELAS ANTE EL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN

- Escuela de Chicago

De acuerdo a un estudio realizado por Rizo (2011), los principales exponentes de esta Escuela son: R. Park, E. Burgess y R. McKenzie. Esta corriente miró a la ciudad como un laboratorio social, en el cual se analizaron fenómenos como: desorganización, aculturación, entre otros. Park, acuñó el término de ecología humana bajo la idea de que la ecología es una ciencia que estudia las relaciones suscitadas entre individuo y entorno. Bajo este criterio, el territorio fue uno de los elementos de la ecología humana, y Park indicó que, los medios están presentes en dicho elemento. Los investigadores desarrollaron estudios acerca de la sociabilidad en la vida urbana y observaron que los individuos desarrollaban competencias al interactuar con su comunidad humana, su grupo cultural, incluso percibieron diferencias sociales y culturales dentro de un mismo grupo, lo cual hacía único a cada individuo. Por otra parte, a los medios de comunicación se los concibió como emancipadores, generadores de la desintegración, de la superficialidad, más no de comunicación porque para esta Escuela, el acto comunicativo sólo se daba entre las relaciones de los individuos y sus diferencias individuales.

- Escuela de Frankfurt

Esta escuela nace en Europa después de la Guerra Mundial, con representantes como Adorno, Horkheimer, Marcuse (judíos), entre otros estudiosos que reflejaron su perspectiva crítica (reflexión) sobre el sistema capitalista autoritario y sus repercusiones ante la estructura social establecida, donde se determinaron dos clases:

la élite, conformada por quienes tienen el dominio social y otra conformada por quienes carecen de fortunas, trabajan y son explotados por quienes conforman la élite (Gandler, 2009). Asimismo, debatieron acerca de la función manipuladora que presentaban los medios ante la sociedad, sostuvieron que los medios eran industrias generadoras de contenidos que alteraban el actuar de los individuos, bajo la conveniencia de ciertos grupos sociales con poder (Muñoz, 2011).

Como fruto de sus estudios reflexivos nace la “Teoría Crítica”, la cual se constituye como aporte principal y engloba todas las críticas realizadas a la realidad que percibían, teoría que, según Aguado (2004), partió bajo los siguientes criterios:

- Abandono de la noción de clase y concentración en el individuo porque en su conciencia se concibe el poder las ideologías.
- Construyen el concepto de cultura de masas y de industria cultural, los cuales determina la importancia de las superestructuras (sistema de ideas) como constructoras de la vida.
- Plantean el autoritarismo como ideología (forma de percibir la vida y de las sociedades).

- **Escuela de Palo Alto**

También llamada Colegio Invisible, aborda el problema de la interpretación subjetiva presente en la comunicación humana. Según esta Escuela, todo acto comunicativo se compone de interpretaciones subjetivas entre los participantes de dicho acto, en el cual desaparece el emisor y receptor, pues estos se convierten en perceptores. Se los denomina perceptores debido a su capacidad de analizar lo observado en el encuentro comunicativo y así contextualizar o comprender de mejor manera las condiciones en que suscita la comunicación. Entre los elementos percibidos está tanto lo verbal como lo no verbal (vestimenta, actitud, proximidad, tono de voz, entre otros aspectos). Para complementar lo estudiado por Palo Alto, Pierre y Ouellet, presentan 19 mitos que suscitaron ante la situación. Estos mitos son planteados en frases y se explican de manera práctica con el fin general de dar a conocer que no existe comunicación objetiva, libre de percepciones personales realizadas por los participantes del hecho comunicativo (Viteri, 2014).

COMUNICACIÓN HUMANA

- El lenguaje

Según Breton y Proulx (2002), la historia del lenguaje viene de la transcripción oral de la escritura. La escritura nació en Mesopotamia, bajo el ingenio de los sumerios, quienes emplearon una pictografía para comunicarse. Los egipcios también adaptaron este sistema de comunicación, pero sus representaciones gráficas eran más complejas. Ante esto, se da la necesidad de ir más allá y crear una escritura alfabética. Los fenicios fueron los creadores del primer alfabeto, aunque fue limitado debido a su ambigüedad. Después, como producto de cambios sociales que sufría Grecia en los siglos IV y VII, surgió el alfabeto vocálico y a este le siguió el alfabeto latino en Occidente.

Además, la escritura se mostró como una técnica de comunicación y tuvo importancia social y económica, a la cuál le aconteció la retórica; una forma de expresión oral persuasiva que se utilizaba, principalmente, en los juicios o para expresarse ante las desigualdades sociales (Breton & Proulx).

- Semiótica y pragmática

El lenguaje es posible gracias a la existencia de los signos, el signo es la base para la comunicación porque a través de él se generan las relaciones comunicacionales. El signo permite que los sujetos de la comunicación comprendan de lo que se está tratando. En ocasiones, un signo puede variar en su forma, pero mantiene una esencia, una particularidad que permite vincularlo a su significado matriz (Peirce como se citó en Sercovich, 1973).

Además, de acuerdo al estudio de Sercovich(1973), Peirce indicó que el signo se divide en:

Ícono. -es una cualidad que hace referencia a un objeto en particular, no lo representa de manera total, pero la vincula directamente al objeto. Se lo puede representar con o sin la presencia del objeto.

Símbolo. -representa a un objeto debido a causas legales o por convencionalismos. Pueden ser objetos físicos.

Índice. -se vincula a lo físico del objeto. Es una o varias cualidades de un objeto, pero que puede cambiar hasta concluir en el objeto representado. Para llegar a la conclusión del objeto, el sujeto se puede basar en experiencias anteriores.

El estudio y comprensión de las características del signo son importantes dentro de las relaciones comunicacionales porque influyen en la comprensión de los mensajes compartidos entre los participantes del acto comunicacional y reducen el ruido que afecta al sentido o propósito del mismo.

- **Tipologías de la comunicación**

Aguado (2004), en su estudio denominado “Introducción a las teorías de la información y la comunicación”, menciona que, la comunicación humana es un fenómeno que varía de acuerdo a la función que desempeña dentro de un determinado contexto:

Fenómeno de interacción simbólica. -cuando se crean o transforman los sentidos mediante signos o sistemas de signos.

Autoconciencia individual. - facilita la construcción de significados, reconocimiento de los sujetos y el propósito del encuentro comunicativo.

Fenómeno social. -organiza el comportamiento de los sujetos (personas, instituciones) dentro de los grupos sociales.

Fenómeno cultural. -cuando se ejecuta mediante destrezas asimiladas (lenguaje, vestimenta).

CULTURA

Se entiende por cultura al “estilo de vida, lengua, patrones de conducta, valores, conocimientos, creencias, artes, leyes, moral y costumbres, constitutivos del ser humano” (Grimson, 2001, p. 22) quien lo comparte con determinado grupo de personas y lo diferencia de otros dentro de un tiempo y espacio determinados.

Desde el punto de vista de Marx (como se citó en Hall, 1981) la cultura no es algo abstracto, la cultura es algo material que surge de acuerdo a la relación que tiene el ser humano con la naturaleza, es decir, con su capacidad para aprovechar los recursos naturales y la relación de poder que el individuo tiene frente a los demás. En este sentido, la cultura que se trasmite a futuras generaciones puede modificarse en la medida en que los actores cambien su estilo de vida, hábitos, en favor de su desarrollo.

Para que una cultura trascienda en la historia, es necesaria su transmisión entre los individuos, para ello, la comunicación es la herramienta fundamental en este proceso. Con el tiempo, la comunicación se ha adaptado a las distintas tecnologías desarrolladas por el ser humano, en particular a los medios. En consecuencia, la cultura se mediatizó debido al gran alcance de los medios; la cultura se impuso sobre otras. Según Canclini (como se citó en Piedra, Moya & Martínez, 2017), la cultura pasó de ser algo característico de un pueblo a una homogeneización establecida por la industria cultural, es decir, impuesta por los intereses de los medios, acorde a los valores que ellos nos vendan.

Pero, frente a esto Barbero (como se citó en UNLZ Sociales, 2015) menciona que este tipo de relación cultural es de carácter liberador porque da a conocer algo nuevo que influya en la calidad de vida de los individuos de manera positiva. Entonces el individuo cambiaría ciertos rasgos que lo identifican, pero no todos, pues el receptor está en la capacidad de analizar y decidir qué asimilar y qué no.

- **Cultura y bienestar subjetivo**

Toda cultura es propensa a un cambio debido a la interrelación que mantiene con otros grupos. Esto se da gracias a la comunicación, un elemento importante a la hora de intercambiar conocimientos. De este encuentro también surge una relación de dominio entre los grupos, donde unos tienen más poder sobre otro, incluso se da un fenómeno de aculturación, donde los individuos de un grupo social adquieren ciertos comportamientos de otros conglomerados. La aculturación no implica una pérdida total de los rasgos propios de un individuo sino la adquisición de ciertos aspectos a su estilo de vida originario. Ante esta situación, las culturas se ven en la necesidad de emplear un sistema de valores, normas, previamente consensuadas, para regular las

acciones emergidas en esta convivencia cultural y favorecer al bienestar de los grupos implicados (Tuts, 2007).

- **Comunicación intercultural**

Este tipo de comunicación nace en las interrelaciones sociales que sostiene cada cultura con otra. Este acontecimiento se da a través del uso primordial de la comunicación. Un hecho donde se manifiestan los distintos lenguajes, las diferentes cosmovisiones, las variadas formas de organización, con el fin de aprender de ellas y fomentar el nivel de conocimiento e interés por las mismas por parte de los otros individuos.

Incluso, la comunicación intercultural es transformadora porque minimiza las barreras de socialización, abre espacio al reconocimiento del otro y sus singularidades, favorece a la aceptación de los demás como parte de determinada sociedad.

Al momento, se evidencian dos tipos de comunicación intercultural; la que se produce entre los individuos al momento de interactuar y la mediada, aquella que se da por los medios de comunicación (Zúñiga, 2017).

- **Estudios Culturales**

Los estudios culturales o denominados cultural studies, surgen en la Universidad de Birmingham en 1964, en su Centro de estudios culturales contemporáneos (Center for Contemporary Cultural Studies - CCCS). De este centro salían distintas publicaciones con enfoque crítico sobre el sistema de valores, la influencia de los medios, los obstáculos impuestos por el sistema para que los individuos de ciertas clases no puedan progresar y el apoyo a una sensibilidad cultural dentro de lo establecido en la sociedad. Rechazaron la idea de minimizar a las clases obreras. Asimismo, analizaron el nacimiento de subculturas (en género, en trabajo y demás) como consecuencia de la diversidad cultural latente en la sociedad. Entre sus representantes están: Raymond Williams y Edward P. Thompson (Urteaga, 2009).

INTERCULTURALIDAD

En este paso de la comunicación, el ser humano tiende a explorar, salir del grupo y encontrarse con otras culturas, donde se produce un contacto cultural, una relación que conlleva al intercambio de conocimientos, saberes, pero mantiene los propios, de tal manera que se da paso a la interculturalidad.

Asimismo, interculturalidad es aquel hecho social que se produce ante el encuentro y de distintas culturas en una misma sociedad. La interculturalidad no se refiere a la mezcla o hibridación de unos con otros, tampoco a la creación de un ambiente ideal y perfecto para las culturas relacionadas, se refiere a la construcción histórica de una nueva sociedad con base al reconocimiento y aceptación del otro, en la cual se desarrollan e incorporan nuevos conocimientos. Esto se da mediante el consenso, pero bajo las relaciones de poder y de diferenciación de los involucrados, así lo sostiene Walsh (2007) en su estudio denominado Interculturalidad y colonialidad del poder. Un pensamiento y posicionamiento “otro” desde la diferencia colonial, el cual analiza la situación indígena en Ecuador y sus logros en el aspecto intercultural.

Además, según Grimson (2001), “la convivencia intercultural abarca un conjunto inmenso de fenómenos que conllevan a disputas”(p. 15-16), esto como resultado de las particularidades en sentido político, estructural, de valores que mantiene cada uno.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se conoce como medios de comunicación a las empresas, organizaciones, personas apoderadas de frecuencias de radio, televisión o medios impresos que prestan servicio de comunicación masiva y se clasifican en privados, públicos y comunitarios (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación, 2015).

De acuerdo a la historia, los principales registros de la prensa se dieron en el siglo XV, por medio de hojas sueltas(Diario El Nacional, 2009). Las primeras emisiones de televisión las efectuaron la BBC (Inglaterra, 1927), la CBS y NBC (EEUU, 1930). Y finalmente, los antecedentes de la radio se registran a inicios del siglo XIX con el invento de la pila voltaica de Alessandro Volta, que produjo electricidad (Gil, 2011).

Posterior a la invención de los medios, cada uno adquirió características particulares, pero se enfocaron en un objetivo común: informar, entretener y moldear a las sociedades de acuerdo a ciertos intereses.

LA RADIO

Según la historia, el origen de la radio se vincula con la generación de otros inventos como la telegrafía y la telefonía. Parte desde el siglo XIX con la invención de la pila voltaica de Alessandro Volta, un elemento que produce electricidad. En consecuencia, se crearon los telégrafos, aparatos que, gracias a los aportes de Morse (1840), permitieron la transmisión de mensajes escritos.

Años después, en 1876, Graham Bell, posibilitó la propagación de sonidos mediante un cable. En 1887, con el descubrimiento de las ondas hertzianas a cargo de Heinrich Hertz se dio paso a la creación del primer receptor de radio. Asimismo, con la llegada de la telegrafía sin hilos (TSH) de Marconi, las transmisiones alcanzaron mayores distancias, aunque este invento impedía el transporte de palabras y sonidos.

Finalmente, a inicios del siglo XX, los aportes de Fleming y Fessenden posibilitaron la transmisión de la voz humana y dieron paso a la radio que se mantiene hasta la actualidad.

Estados Unidos fue el primer país favorecido con esta invención, de manera que en New York (1916), se inauguró la primera emisora. Además, el invento se extendió a estados de Europa (Francia y Gran Bretaña) durante 1914 y 1918 (Huidrobo, 2011). Asimismo, el espacio radioactivo por el que se transmiten los contenidos se divide en tres grupos: A.M (amplitud modulada) F.M. (frecuencia modulada) y ondas cortas. Pero, en la actualidad, los contenidos también están disponibles en la web, mediante internet, misma que amplía el espectro radiofónico y aumenta la cantidad de radioescuchas.

HISTORIA DE LA RADIO EN ECUADOR

En Ecuador, la radio se desarrolló en las primeras décadas del siglo XX, donde muchas personas intervenían como periodistas, debido a la escasez de escuelas

especializadas en la formación de estos profesionales. Ante esto, la Constitución de 1948 promulgó la libertad de expresión, pero esta ley no fue respetada, así lo registra la historia, pues varias personas vinculadas a los medios, que cumplían el rol de periodistas, eran amenazadas, sufrían atentados o restringidos al acceso de información (Cardoso, 2009).

Según Borja (como se citó en Punin & Rivera, 2014) “el 13 de junio de 1929, en Riobamba un club de radio aficionados ejecutó la primera transmisión radiofónica. Radio El Prado, fue quien suscitó este acontecimiento, pero solo se mantuvo activa hasta 1939 porque sus propietarios decidieron alojarse en Estados Unidos “(p. 121). Además, estas emisiones no eran reguladas debido al reciente surgimiento de la radio en Ecuador (Punin & Rivera, 2014) en relación a lo que se vive en la actualidad, donde los medios cumplen con leyes dispuestas en la Constitución con el fin de controlar el espacio radiofónico y los contenidos que se emiten por las distintas estaciones radiales, los cuales deben encaminarse a la educación, entretenimiento, información y participación de la sociedad.

Quito y Guayaquil fueron las siguientes ciudades en las cuales también nació la radio, La Voz de los Andes en 1932 y radio El Telégrafo en 1935, respectivamente. Por otra parte, Cuenca tuvo su primera radio en 1938. Además, en la capital, en 1940 nació Radio Quito bajo la dirección de los dueños de diario El Comercio. Ante esto, en 1996 se puso en funcionamiento el Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL) con el fin de autorizar y regular el desarrollo de las diversas frecuencias de radio y tv nacionales (Vinueza, 2017).

En cuanto a la distribución por provincias de la radio en Ecuador desde 1929 a 1939 se dio de la siguiente manera: Guayas 53, Pichincha 29, Azuay, Chimborazo e Imbabura 6 cada una. Esto se dio por factores como: condiciones técnicas mínimas, sus creadores eran más electrónicos que comunicadores, presencia de radios internacionales con información externa al país, no se pagaba al artista y la colocación de cables resultaba complicado (Sánchez, 2019).

Asimismo, se conoció que en Tungurahua surgieron radios como Continental (1948), La Voz del Progreso (1949), La Voz del Santuario (1953), Paz y Bien (1952), Sira (1955) (Sánchez, 2019).

- **Historia de la radio en Ambato**

Según el testimonio de Fernando Velastegui, gerente de grupo radial Continental (tercera generación) radio Continental se constituye como pionera en la ciudad de Ambato, la cual se fundó en 1948 por destacados personajes de Guayaquil como Ricardo Proaño y un destacado poeta, compositor y cantante ecuatoriano Carlos Rubira. Velastegui relata que, aquellos personajes llegaron a esta ciudad con el objetivo de fomentar el desarrollo de la actividad radial, considerando la comercialidad que caracterizaba a Ambato.

Asimismo, sostuvo que, en la primera etapa de actividad de estos medios, funcionaban con dos frecuencias o transmisores: onda corta y onda larga. La frecuencia de onda corta daba cobertura a nivel nacional e internacional. La frecuencia de onda larga, cubría la zona central del país y trabajaba con dos transmisores independientes que se unía la señal a través de una consola.

Lamentablemente, en el siguiente año, 1949, se registró el terremoto en Ambato y se desvanecieron las ilusiones de sostener permanentemente la emisora porque se fue el fluido eléctrico que se daba por horas para el mantenimiento de las estaciones radiales y porque se destrozaron parte de sus equipos de transmisión en sus antenas. Esto las dejó fuera del aire.

Dicha tragedia, se transmitió a nivel nacional solo por cadenas de radio aficionados que instalaron sus equipos en el parque Cevallos y difundieron a nivel nacional e internacional lo acontecido, que conmovió a la ciudad de Ambato en la Provincia de Tungurahua, aseguró Velastegui.

Además, indicó que, antes del terremoto funcionaron radios como: Municipal, Luz y Vida, Miraflores, El Progreso, las cuales desaparecieron paulatinamente ante la falta de repuestos. Luego llegó radio Continental, la primera radio comercial de la ciudad.

Después aparecieron otras estaciones radiales como: Paz y Bien, Nacional Eugenio Espejo, Cosmopolita, entre otras, que iban fomentando el trabajo, principalmente en amplitud modulada (AM).

Al igual que en las demás estaciones, en los años cincuenta, la producción de radio Continental se originaba a través de noticias y programas artísticos. Para este segmento informativo se contaba con los diarios nacionales que circulaban, con contactos informativos con emisoras de la república y también con cadenas informativas internacionales. De esa forma, los sucesos nacionales e internacionales impactaron en las emisoras ambateñas. Luego hubo mucha participación de artistas ambateños y ecuatorianos en las estaciones radiales, pues al no contar con cadenas de televisión, en los años cincuenta, sesenta, setenta, parte de la programación importantísima eran los artistas, los poetas, los literatos, aquellos hombres de cultura, que daban charlas importantes. Después aparecieron las radionovelas importadas (desde México y Cuba) donde se leían novelas cortas con fondos musicales, que daban una característica peculiar a la programación, que cautivaba a la audiencia. Asimismo, llegaron programas humorísticos como “Tres Patines”, “Los Chaparrines”, programas artísticos y culturales que se repartían con estaciones filiales de otras ciudades, las cuales estaban vinculadas en cadenas, similares a la conformación de alianzas. Entre ellas estaban: Radio Cadena Nacional, conformada como emisora base radio Gran Colombia (Quito), radio CRE (Guayaquil), radio Continental (Ambato). Otra cadena denominada Amarillo Azul y Rojo, cadenas que servían para la transmisión de noticias y deportes, donde las emisoras de cada provincia alimentaban dicha cadena con lo que pasaba en cada una de las ciudades, indicó Velastegui.

Luego del año cincuenta, cincuenta y uno, cincuenta y dos, se vio la necesidad de conseguir en Quito y Guayaquil (ciudades adelantadas en la implementación de equipos radiales) los accesorios que requerían las empresas radiales de Ambato.

Las instalaciones de Radio Continental se localizaban en la ciudadela Ferroviaria, desde ahí emitían su señal mediante cables hasta las antenas ubicadas en el sector del

actual estadio Bellavista, pero por las interferencias presentadas y ante el crecimiento de la ciudad, dichas antenas fueron trasladadas a Pilishurco.

Velastegui resaltó que, el desarrollo de las estaciones radiales se dio en la primera parte, en emisoras AM y a partir de 1970 en FM, lo cual otorgó un modernismo a las empresas radiales, que poco a poco aportaron para que Ambato se consolide como una de las ciudades que mejor radiodifusión presta al servicio nacional.

PRODUCCIÓN DE RADIO

La producción de radio encierra a todas las actividades previas que se plantean ante la presentación o difusión de contenidos radiales. La producción radial requiere organización, planificación, es un proceso que requiere tiempo para analizar hacia quiénes, por qué, mediante qué contenidos y con quiénes cuenta para el desarrollo de mensajes radiales. Toda producción de radio debe tener objetivos claros (a corto, mediano o largo plazo), no puede ser improvisada e incluso, debe ser analizada luego de su difusión para hacer los ajustes necesarios ante posibles desfases (Araya, 2003).

- El lenguaje radiofónico

Según Kaplún (1999) el lenguaje radiofónico es aquel lenguaje que el comunicadora emplea en la producción y difusión de contenidos con el fin de ser comprendido por su público. Para esto, el comunicador debe estudiar al lenguaje de su audiencia para adaptarse a él y desarrollar mensajes claros. El uso de un lenguaje común entre el comunicador y los oyentes generará la aceptación y correcta asimilación de la información emitida. Incluso, el comunicador debe basarse en la ley del menor esfuerzo, la cual indica que los términos empleados deben ser muy digeribles por parte de los radioescuchas, de lo contrario ellos no entenderían de qué se trata el mensaje porque el proceso de descodificación se verá interrumpido por este ruido. El comunicador debe omitir tecnicismos, pero no debe caer en lo vulgar. Lo fundamental es adaptarse a las expresiones conocidas por su público, tener afinidad.

- Etapas de la producción radial

Pre producción

Según Carlos Araya (2006) en su publicación “Cómo producir un programa de radio” señala que la pre producción es la etapa donde se planifica y prepara el programa. La preproducción incluye al menos las siguientes tareas:

- ✓ Delimitación del tema y preparación del proyecto a producir.
- ✓ Estructura y asignación de tareas
- ✓ Indagación
- ✓ Guiones
- ✓ Recursos
- ✓ Pulida de últimos detalles
- ✓ Ensayos

Producción

Después de obtener los recursos, afinar detalles y realizar ensayos, se abre paso a la producción. “Esta fase consiste en el registro, grabación y combinación de los recursos sonoros. Aquí se determinan locutores, actores y a la persona encargada de la parte técnica de grabación. Además, es importante mantenerse atento a las indicaciones gestuales que dé el director de cabina durante la grabación en el estudio” (Araya, 2006, p. 168-170).

Post producción

Según Araya (2006), esta etapa incluye las siguientes actividades: “montaje y edición, copiado, transmisión, distribución, presentación y evaluación” (p. 170-171).

- Dimensiones del análisis de la producción radial

Ante el desarrollo de la producción radiofónica resulta importante considerar los aspectos claves en los que se debe trabajar para mejorar dichas producciones con el objetivo de elaborar mensajes radiofónicos que identifiquen al público para el cual se diseña. Por eso, toda producción radiofónica debe girar en torno a los siguientes puntos:

Tabla 1. Dimensiones del análisis de la producción radial

DIMENSIÓN	SIGNIFICADO
Investigación	Profundidad en la información emitida (antecedentes, personajes involucrados, contextualización del tema), esto fortalecerá a lo que denota el tema y a la definición de la audiencia final de los contenidos.
Redacción	Clara, sencilla, se pueden incluir comparaciones, cifras y demás elementos claves que aporten a la calidad del mensaje.
Referencialidad	El contenido debe representar al público meta, reflejar empatía, identificarse con él.
Locución	Las voces deben ajustarse a lo narrado.
Musicalización	Emplear música adecuada al mensaje, música que complemente la información.
Sonorización	Creación de ambientes sonoros a través de sonidos representativos o silencios adecuados.

Fuente: Araya, C. (2000)

Elaborado por: Yauli (2019)

Además de lo expuesto, Olmo (1998) menciona que “todo mensaje radial debe ser claro, comprensible y audible. Para esto es necesaria la supervisión técnica antes de la emisión radial, revisión de la redacción de los contenidos y proponer recomendaciones para la locución. Así se evitará un corte en la comunicación y por ende el desapego de los oyentes” (p.42-43).

RADIO INTERCULTURAL

La inclusión de la interculturalidad en los contenidos difundidos a través de los medios masivos de comunicación tomó una fuerte importancia porque aprovecharon una de las cualidades importantes que poseen los medios; el “poder de reproducir las ideas y la cultura dominantes, y también el poder de la representación” para apoyar a la integridad de todos los grupos culturales que conviven en una misma sociedad (Barbero como se citó en Gasparello, 2012).

Dentro de la clasificación de los medios, las radios interculturales se desarrollan, principalmente, en los medios determinados como públicos y comunitarios porque

están al servicio y ayuda al desarrollo de los pueblos. Las emisoras públicas son autofinanciadas por la institución que las crea, se encaminan a promocionar sus servicios y a abogar por el progreso de la audiencia. Asimismo, la radio comunitaria trabaja en el avance de la sociedad, abre espacios de intervención, coopera en la solución de problemas y su publicidad no es comercial (López, 1995).

La interculturalidad toma a la radio debido a su accesibilidad y cercanía con la audiencia. Su bajo costo de producción la convierte en una de las herramientas de difusión preferidas por los grupos sociales, en particular, por aquellos que carecen de altos recursos económicos, pero desean ser escuchados, principalmente, por los grupos de poder. Así, más que un medio la radio se convierte en la voz del pueblo.

Según Prieto, Durante y Ramos (2008) en su estudio denominado Experiencia educativa de la radio en América Latina:

“La radio en sus inicios fue sólo un experimento para la comunicación a larga distancia, pero con el correr del tiempo, en su evolución, ha ido más allá de las formas y posibilidades que nunca antes la humanidad imaginó y así lo ha asimilado la sociedad”(p.64).

Ante esto, la gente generó propuestas y estrategias comunicacionales de radio como programas de entretenimientos, informativos, escuelas de interculturalidad, entre otros, diseñados con un discurso determinado para compartir los saberes culturales.

Para que este discurso intercultural sea práctico, Rosas (2014) menciona que se debe combinar su visión heurística ante el mundo, su capacidad de propagarse y mantener lo suyo, aquello que los diferencia e identifica de las otras culturas.

Los discursos de la radio intercultural deben ajustarse a las necesidades de cada pueblo, basarse en una comunicación que garantice transparencia en las informaciones, denuncie desigualdades y proponga en beneficio comunitario. Los mensajes deben ser claros, abiertos a toda opinión y romper los esquemas implantados por los medios dominantes (Rosas, 2014).

Todo proyecto comunicativo de radio toma fuerza en relación a los mensajes difundidos con sentido de pertenencia y lucha por el desarrollo, el cambio y la defensa de un grupo en particular, porque el fin de la comunicación es sembrar una idea que cambie el comportamiento del receptor (Rosas, 2014).

Los resultados de un proyecto comunicativo radial deberán enfrentarse a ciertos inconvenientes, los cuales se relacionan a intereses políticos encaminados a la regulación y control de lo que se difunde en los medios. Por eso, en Latinoamérica, como en el resto de los continentes, está presente el debate sobre la concentración de medios que amenazan al derecho a la comunicación, pues impiden que se escuche la diversidad de voces que existe, mediante la homogenización de discursos y contenidos (Barragán & Garzón, 2016).

Las radios universitarias, consideradas como medios públicos también se suman a esta lucha y se abren al servicio de la colectividad, porque según Ronda (como se citó en Aguaded & Martín. 2013), “las emisoras universitarias, en general, se han postulado como radios que traspasan la frontera de lo exclusivamente instructivo y/o formativo para trascender a un carácter social y de servicio ciudadano” (p.64). De esta manera, las radios universitarias también forman parte de los medios denominados “alternativos” porque brindan el acceso a una comunicación democrática, contrario a los medios dominantes, que trabajan bajo los intereses de ciertos grupos sociales y dificultan el acceso y la participación de la ciudadanía en los mismos.

Según Méndez (como se citó en Aguaded & Martín-Pena, 2013), las radios universitarias “cumplen tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística y fortalecen los valores culturales del país donde se encuentran” (p. 65). Así coincide Vázquez (2015) en su estudio denominado “La radio universitaria en Latinoamérica”, donde manifiesta que; “la función principal de toda emisora universitaria es la de difundir saberes hacia la colectividad y reflejar en sus mensajes los objetivos que, como entidad educativa, plantea de acuerdo a sus estatutos y reglamentos” (p.152).

RADIOS INTERCULTURALES EN LATINOAMÉRICA

El tema de radios interculturales está presente en Latinoamérica. México, es uno de los países que lucha por el cumplimiento a una comunicación mediática intercultural, participativa; especialmente, por las dificultades que tienen los indígenas para generar y legalizar un medio transparente, que los identifique y no se maneje según los intereses del Gobierno. Los primeros resultados alcanzados se dieron en los años noventa y entre ellos están “Radio Ñomndaa - La Palabra del Agua”, que nace luego de la extinción del Municipio Autónomo de Suljaa en Guerrero, y la radio - escuela “Radio Huaya - La Voz de los Campesinos” (1965) que después se convirtió en radiodifusora “cultural y educativa” (Gasparello, 2012).

Es que la radio se presenta como el espacio del cual nacen los pueblos porque posibilita la comunicación y subsistencia de sus sabidurías históricas, conservadas en el tiempo (Arosena & Agosto, 2008).

Asimismo, este acontecimiento permitió que la gente de dichas comunidades tenga un canal de protesta hacia sus dominantes, los fortaleció como comunidad, alcanzaron el poder, la participación y presencia mediática anhelada, pero, a nivel general, también abrió un debate encaminado al análisis sobre comunicación participativa y periodismo intercultural, dos fenómenos estrechamente relacionados.

De esta manera, se generó un debate entre los sujetos sociales, que exigían su derecho de participación y los profesionales del periodismo, que eran desplazados de su labor en los medios por los ciudadanos. Todos tienen el derecho a la libertad de expresión, a la participación, pero ¿hasta dónde pueden ser ejercidos esos derechos? Muchas personas consideran que para hacer periodismo intercultural no es necesaria una educación previa, piensan que basta con ser parte de un grupo social y desee alcanzar un cambio, alzar su voz o denotar un problema. La realidad es distinta, la comunicación intercultural se basa en el acercamiento del profesional de la comunicación a una comunidad, a su convivencia en el barrio, a su visión libre de las agendas impuestas por los medios dominantes, a hallarse y tomar como suyo lo

cotidiano para convertirse en quien orienta, dialoga y motiva a la reflexión (Rosas, 2014).

Por eso, las universidades de Latinoamérica también notaron una oportunidad para la transmisión de su cultura, formas de pensar y expresarse; y “en 1924 nació la radio de la Universidad Nacional de la Plata, la pionera en este ámbito, seguida de otras emisoras de Chile, Colombia, Venezuela y Ecuador” (Vázquez, 2015, p. 155).

Estos medios están presentes en un registro regional, pero de acuerdo al estudio de Vázquez (2015), se reconoció que las cifras no responden a la realidad, pues existen más de las consignadas en la Red de Radios Universitarias de América Latina y el Caribe (RRULAC).

Tabla 2. Radio Universitarias afiliadas a redes por países

PAÍS	NO. UNIVERSIDADES	NO. FRECUENCIAS
Argentina (ARUNA) ⁵	37	35
Chile (REUCH)	17	17
Colombia (RUC) ⁶	40	58
Ecuador (RRUE) ⁷	11	11
México (SINPRIES)	38	70
TOTAL	143	191

Fuente: Vázquez (2015)

Elaborado por: Yauli (2019)

RADIO INTERCULTURAL EN ECUADOR

Según Barragán & Garzón (2016), “Ecuador es otro de los países donde también suscita el reclamo por espacios en los medios que fomenten la comunicación intercultural, debido a que es poco ejercida, poco promocionada y presenta aspectos poco favorables” (p. 277), de manera particular para quienes son parte de pueblos o nacionalidades, como:

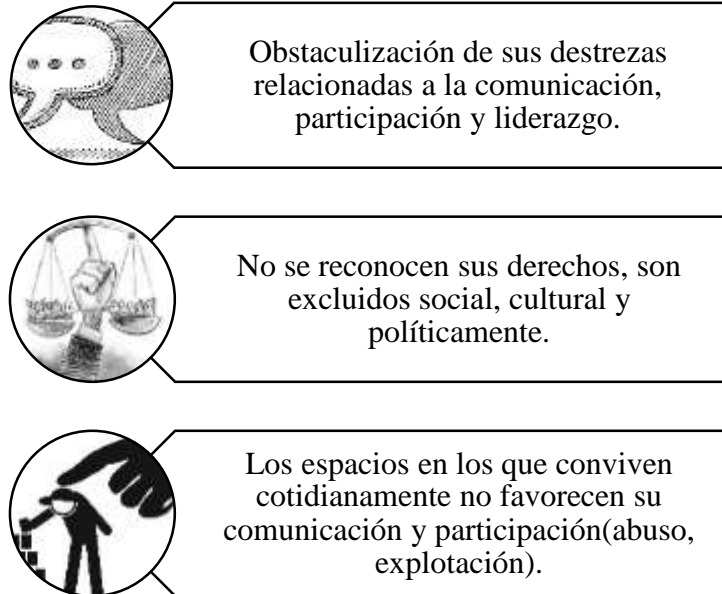


Gráfico 5: Aspectos que obstaculizan la presencia de representantes de pueblos y nacionalidades en los medios de Ecuador

Fuente: Barragán & Garzón (2016)

Elaborado por: Yauli (2019)

Este conflicto tomó fuerza porque los medios fueron vistos como empresas y no como un canal de comunicación que aporte al desarrollo social. Así, se confundió la libertad de expresión con la libertad de empresa. Una realidad donde según Mastrini & Martín (como se citó en Barragán & Garzón, 2016) los medios fueron monopolizados, manipulados para fines particulares y tomó fuerza con la poca intervención que realizó el Estado para regular y evitar dicha concentración.

Además, Barragán y Garzón (2016) indican que:

“En el año 2009, en el mes de mayo, se realizó el informe de la auditoría de frecuencias que revelaba: “existen monopolios mediáticos” [...], “el 85% de las 1637 frecuencias de radio y televisión están en manos del sector privado blanco mestizo, 12% en órdenes religiosas y 3% en manos de organizaciones religiosas y organizaciones sociales”, se reconoce la discriminación de la población indígena en el otorgamiento de frecuencias” (p. 280).

Para minimizar esta problemática, el gobierno de Rafael Correa decretó leyes encaminadas a una comunicación masiva participativa e intercultural, que incluya contenidos enfocados en la difusión de saberes ancestrales. En el 2013 nacen la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) y el Plan Nacional para el Buen Vivir, documentos donde se establecen pautas que deben seguir los medios de comunicación nacional.

A través de la Ley Orgánica de Comunicación trabajó en la regularización de los medios, en el caso de la radio, en la administración del espectro radioeléctrico, donde se dio el reparto equitativo de las frecuencias: 33% medios públicos, 33% medios privados y 34% medios comunitarios. Lo singular de los medios comunitarios, es que nacen para apoyar lo intercultural, el desarrollo de los pueblos (Barragán & Garzón, 2016, p. 280). Asimismo, se normó que los medios incluyan un 5% de programación intercultural dentro de su programación diaria.

Según la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE), existen 32 radios comunitarias (23 en AM, 8 en FM y una vinculada con las Misiones Populares) encaminadas a promover una comunicación integral al servicio de la comunidad. Algunos de estos medios son: Radio Latacunga, Radio Guamote, Radio Sucumbíos, Radio Runacunapak Yachana y Radio Intag.

Para Carrión (como se citó en Duche, 2018), la radio comunitaria como la tradicional comparten el mismo trabajo tecnológico, la diferencia está en que es “un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con intereses comunes que tienen propuestas hacia su entorno inmediato” (p.5).

Con esta transformación en la radio,” la mentalidad de los comunicadores y de la ciudadanía sobre su rol en la comunicación mejoró porque reflejan un verdadero avance en la participación activa” (Duche, 2018, p.4).

A esta labor también se sumaron medios públicos, en particular las radios universitarias. Entre ellas están:

UCSG Radio-Televisión

Se creó en el 2006, en la presidencia de Alfredo Palacios, como propuesta integral de medios de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG). Se convirtió en inspiración para otros proyectos similares (Bonoso, García y Pérez, como se citó en Vázquez, 2015). Tiene una cobertura regional, con una audiencia aproximada de 35.000 personas, lo que la coloca en el puesto 11 de las emisoras de Guayaquil (Reyes, como se citó en Vázquez, 2015). Sus contenidos (música, noticias, cine, salud) se encaminan a informar, entretener y educar a la gente sobre temas o saberes nacionales e internacionales.

Además, cuentan con señal HD, la cual inició sus pruebas en 2012, donde personal de la universidad fue parte de la comisión de la Superintendencia de Comunicación (Supertel), entidad encargada del control de las políticas de telecomunicaciones dispuestas en el país (El telégrafo, 2019).

UTC Radio

Pertenece a la radio de la Universidad Técnica de Cotopaxi. Nace para generar un espacio de aprendizaje y práctica de los estudiantes de Comunicación Social. Cuenta con su emisora online y en frecuencia 102.9 F.M. , aunque aún se realizan emisiones de prueba (LA HORA, 2019). Los contenidos difundidos se basan en informar, entretener y educar a la gente.

EDG Radio Online

Pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Su particularidad radica en que está bajo la dirección de la Escuela de Diseño Gráfico y no de una Escuela de Comunicación Social porque la institución no oferta dicha carrera.

La emisora “contribuye con la difusión de la cultura, del conocimiento científico - tecnológico y se convierte en un espacio de comunicación de las inquietudes universitarias y de la comunidad” (Maruri, 2017, p.8).

Asimismo, EDG no cuenta con una frecuencia modulada (F.M.) pero llega a sus oyentes a través de intranet e internet, cuyas emisiones de prueba online iniciaron en 2010. En cuanto a la parte técnica, se coordina entre la Unidad de Relaciones Públicas y el Departamento de Sistemas y Telemática de la institución (ESPOCH, 2012).

RADIO INTERCULTURAL EN TUNGURAHUA

A nivel local se registra una reducida existencia de radios interculturales. Entre ellas se encuentran “Radio Jaylle” y “Radio Identidad Cultural”. Radio Jaylle, se localiza en la comunidad de Salasaca, y llega a través del dial 87.6 F.M. Su programación consta de músicaailable, romántica, folclórica, nacional, anuncios de mingas, calendario de fútbol femenino o masculino del pueblo de Salasaca. Raymi Chiliquinga, locutor e investigador salasaca indicó que, se transmitirán proyectos educativos elaborados por los niños y adolescentes de la comunidad, sus experiencias

y beneficios, incluso, se contarán con segmentos donde se aborden el rescate de la identidad, cultura y costumbres de los pueblos y nacionalidades del país, con el fin de aportar al desarrollo e identidad con el medio (Maisanche, 2017).

Por su parte, Radio Identidad Cultural es un medio radial de Ambato, perteneciente al Honorable Consejo Provincial de Tungurahua, cuya “programación se especializa en sonidos universales como la música instrumental, clásica. Es una radio dedicada a la cultura, uno de sus principales programas se denomina Identidad Cultural, en el cual se difunde música y contenidos culturales de Ecuador” (W. Jerez, comunicación personal, 11 de junio del 2019).

Sus contenidos comunicacionales se difunden a través del dial 101.3 F.M en Ambato y Cotopaxi, 89.1 F.M en Baños de Agua Santa y 94. 1 F.M en Riobamba.

En este ámbito también destaca la radio universitaria “Primicias de la Cultura” 104. 1 F.M. inaugurada el 19 de diciembre del 2018, y puesta al aire en enero de 2019, es un medio de la Universidad Técnica de Ambato. Difunde contenidos musicales, programas pregrabados de medios internacionales (Frank’s International, Sputnik, Deutsche Welle) y productos comunicacionales elaborados por los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social. Un proyecto encaminado al servicio de la comunidad universitaria y en general. Trabaja en el fortalecimiento de la cultura mediante la participación estudiantil (Maisanche, 2018).

- **Radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M.- Historia y su desempeño en la programación intercultural**

De acuerdo a una entrevista realizada a Santiago Cruz, Director del medio, se conoció que, la idea de tener una radio nació hace unos 20 años, por iniciativa encabezada por estudiantes de la Comunicación Social, quienes, mediante el apoyo de las autoridades, salieron al airea través de internet y se auto gestionaron para la recreación del estudio de la radio online.

Por otra parte, hace 5 años, inició el proyecto de la radio en frecuencia modulada (F.M). hasta que en 2018 consiguieron la autorización de ARCOTEL para salir al aire en F.M. Para esto, se hizo un proceso de adquisición de los equipos y desde julio a septiembre del 2018, la radio se emitió al aire con el fin de ajustar todos los estándares necesarios. Posterior a una evaluación en diciembre del 2018, el día 19 se dio a conocer la posesión oficial de una radio en frecuencia. Así nació la radio

pública Primicias de la Cultura 104.1 F.M. que se financia a través de los recursos de la institución universitaria.

El equipo de trabajo del medio está constituido, principalmente por Santiago Cruz, director, y Walter Castro, operador técnico.

Según Santiago, se trabaja en una radio de horario ininterrumpido, con perspectiva innovadora acorde a los principios, objetivos universitarios y a lo que establece la ley de comunicación para las radios públicas. Ante eso, la radio cumple objetivos educativos, culturales y de entretenimiento.

En este sentido, indicó que, parte de los contenidos difundidos son de radios internacionales como Frank's International (Francia), Sputnik (Rusia) y DW (Deutsche Welle de Alemania), a los cuales se accede sin costo alguno por ser universitaria y pública. Entre los programas compartidos por estos medios son de divulgación científica, noticias internacionales, política, música y variedades.

Asimismo, se genera producción propia como: "Universidad al día" (entrevistas para difundir lo que hace la universidad: seminarios, investigaciones, ferias), "Aula abierta" (difusión sobre vinculación, prácticas pre profesionales, seguimiento a graduados), "Feedback", a cargo de la Dirección de Bienestar Universitario DIBESAU (temas de motivación, entrevistas a artistas universitarios, variedades) "Hoy es" (programa grabado sobre fechas festivas), "La noche del misterio" (emisión radiofónica de terror, horario nocturno) "Noti estreses" (programa de humor).

También segmentos de divulgación como: "Voces y recuerdos" un programa que cumple con lo establecido en la Ley de Comunicación acerca del apoyo a los artistas nacionales (música nacional; pasillos, san juanitos), "Un bolero para el amor" (boleros cada cierto tiempo), "Música de los trovadores de América" (música protesta) y en las noches música juvenil y vinculada al rock.

El objetivo de radio Primicias es posicionarse dentro de Tungurahua y Cotopaxi y llegar a la gente con formatos cortos y significativos, sostuvo el director del medio.

Respecto a lo intercultural, Cruz mencionó que, transmiten un programa de historias; las cuales son tomadas de ecuatorianos que producen estos contenidos. También difunden música popular (banda popular), de grupos que se acercan al medio para que los apoyen en su difusión.

Por otra parte, consideró que en este ámbito se podría trabajar más y fortalecer la difusión de los saberes ancestrales, pero para ello es importante la participación de los estudiantes de Comunicación Social, quienes no se involucran en el medio y si lo hacen es solo por cumplir con las prácticas pre profesionales. Se buscó colaboración y pese a que no sea importante realizar algún trámite para formar parte del equipo de este medio, no hay colaboración estudiantil.

Incluso, Marco Sánchez, docente a cargo de las cátedras de fundamentos y producción de radio, indicó que la participación de los estudiantes de Comunicación es nula porque desean recibir un incentivo económico, a pesar de que se les explica que cooperar con radio Primicias en alguna otra radio es un trampolín increíble para la profesionalización.

Por otra parte, Sánchez aseguró que los estudiantes de los semestres actuales elaboran productos comunicativos de variedad no cien por ciento interculturales porque ya no se regula que los medios transmitan interculturalidad, esto ante la eliminación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), el ente controlador de esta disposición.

El objetivo de estos contenidos es que se difundan por radio Primicias, para esto el docente a cargo del laboratorio, Marco Sánchez, selecciona los contenidos con base a lo académico, los envía los a Santiago Cruz, director de Primicias y él decide cuáles saldrán al aire. Todo esto se dará al finalizar el semestre.

Además, Sánchez recomendó que, para alcanzar audiencia dentro de la comunidad universitaria, Primicias debe investigar sobre las preferencias de los mismos y después buscar personal que conozca netamente de producción radial para elaborar y difundir mensajes.

En cuanto a la sintonía, Santiago Cruz dijo que, Primicias tiene reportes internacionales desde Perú, España, a nivel nacional desde Latacunga y a nivel local desde la Dirección de Educación a Distancia, la Dirección de Talento Humano y desde el Rectorado, donde la escuchan todo el día.

FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para el desarrollo de los trabajos de investigación de la Universidad Técnica de Ambato se emplea el paradigma crítico propositivo, pero para la presente investigación se empleará el paradigma positivista. Con este enfoque se utilizará la metodología cuantitativa porque se aplicarán encuestas a una muestra determinada correspondiente a la comunidad universitaria (alumnos, docentes, personal administrativo y autoridades), con el objetivo de medir el impacto de radio Primicias 104.1 F.M. y se ejecutarán los respectivos cálculos para la comprobación de hipótesis. Además, se considerará el criterio de personas vinculadas a lo cultural y a los medios mediante la realización de entrevistas (periodistas, directores de instituciones públicas y personas conocedoras de cultura) y a través de la interpretación de las mismas.

FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA

La comunicación intercultural tiene como fin preservar los saberes ancestrales mediante el acceso a la comunicación y a los medios masivos de una manera más justa, en beneficio de las comunidades. Para el desarrollo del trabajo de titulación se considerarán valores como el respeto; para reconocer, apreciar y valorar los conocimientos que surgen en el desarrollo del trabajo, la diversidad, la participación y la tolerancia; ante los criterios u opiniones emitidas, la responsabilidad; ante el cumplimiento de los avances del proyecto, y la honestidad; reflejada en los argumentos investigados.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La investigación se basará en lo que se estipula dentro de la Constitución de 2008 en lo referente a los artículos 377 y 379, pertenecientes al Título VII (Régimen del Buen Vivir), capítulo primero (inclusión y equidad), sección quinta (cultura), que menciona:

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.-Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

La investigación también atiende los artículos 14 y 36 del Título II de Los Principios y derechos Capítulo I de la Ley Orgánica Comunicación (LOC) promulgada en 2013, los cuales manifiestan que:

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- 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.

Art.36.-Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroamericanas y montubias tienen derecho a producir y

difundir en su propia lengua, contenidos que y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Además, se considera el punto 1.8 a del primer objetivo del Plan Nacional para el Buen Vivir, denominado “Construir el Estado plurinacional e intercultural para el Buen Vivir”, el cual busca:

- Potenciar los mecanismos y los espacios de articulación y diálogo entre el Estado y las comunidades, los pueblos y las nacionalidades, con un enfoque intercultural.

De la misma manera, se atiende a lo que se manifiesta artículo 106, en el Título VI del espectro radioeléctrico, que sostiene:

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

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

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

Reseña del Plan Nacional del Buen Vivir

De acuerdo al estudio de Pérez & Cardoso (2014) denominado “Construcción del Buen Vivir o Sumak Kawsay en Ecuador: una alternativa al paradigma de desarrollo occidental”, el modelo de “El Buen vivir o Sumak Kawsay o Suma Qamaña” nace desde la perspectiva de los pueblos indígenas andinos (Ecuador, Bolivia) quienes se sentían marginados por el modelo de desarrollo guiado por un enfoque económico que gobernaba su sociedad. Este modelo tiene una visión intercultural y busca una mejor relación entre el Estado, la sociedad y la naturaleza.

En Ecuador, este modelo fue parte de la Constitución de 2008 y para su ejecución se estableció un plan con 5 capítulos:

- 1. Denota los efectos negativos del modelo actual económico
- 2. Define “El Buen Vivir” desde la perspectiva indígena andina
- 3. Reconoce las políticas de Buen Vivir dispuestas en la constitución del Estado Ecuatoriano y los ejes en los que se desarrollará: político, económico, social, cultural
- 4. Denota el aporte desde los pueblos indígenas ante los derechos de la naturaleza
- 5. Analiza sobre asimilar otros conocimientos, la diversidad de saberes, para impulsar un desarrollo positivo, diferente al que se tuvo con el anterior sistema económico.

Asimismo, Pérez & Cardoso (2014), argumentan que, el presente plan respondea la decadencia política que enfrentaba Ecuador, con gobiernos inestables cuyas decisiones sólo perjudicaban a la sociedad y se basaban en el modelo de desarrollo occidental enfocado a la materialización y la preocupación por los intereses económicos sobre los humanos. Se conoce que este modelo occidental surgió con el discurso de posesión emitido por el presidente estadounidense Harry Truman (1949), en el cual señaló que su modelo de desarrollo (económico) será difundido y compartido con otros países, esencialmente con aquellos determinados como en vías de desarrollo para que progresen, esto ante el avancelogrado en Estados Unidos, calificado como país desarrollado.

Aquellas palabras estimularon la aplicación de dicho modelo en los países antes mencionados, uno de ellos Ecuador, los cuales, en busca de aquel progreso

establecieron relaciones con organismos externos como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Estas entidades no sólo aportaron con fondos económicos sino también repercutieron en la estructura política de los países vinculados. Las consecuencias de la adopción de dicho modelo no tardaron en llegar y entre ellas surgieron: la generación de monopolios, la explotación indiscriminada de recursos, una mala repartición de los bienes económicos, entre otros.

Uno de los hechos sobresalientes en este aspecto en Ecuador fue el feriado bancario, en el gobierno de Jamil Mahuad, quien adoptó el dólar americano y abandonó su moneda originaria; el sucre.

Frente a estos conflictos, los pueblos indígenas, representados por organizaciones como la CONAIE (Confederación de Nacionalidades del Ecuador) siempre reflejaban su malestar ante el sistema que oprimía los derechos ciudadanos, particularmente los suyos.

Su lucha constante dio frutos, pues en la Constitución ecuatoriana de 2008, se consideró su visión del mundo, del sistema social ante el desarrollo y se adoptó el Plan Nacional para el Buen Vivir, en el cuál no sólo se establecieron derechos de los pueblos y nacionalidades del país en cuanto a comunicación, educación, entre otros, sino también se incorporaron derechos de la naturaleza. El fin de este plan para el buen vivir es el logro de una mejor relación entre sociedad y naturaleza, sociedad y culturas.

Además, con la consolidación de los derechos de la naturaleza o *Pachamama* (término indígena andino acuñado en la Constitución) se pudo constatar los daños generados por la explotación indiscriminada que acarreó el modelo occidental de desarrollo. Por eso, en Bolivia, en el 2010 se realizó la Conferencia Mundial de los Pueblos sobre el Cambio Climático y los Derechos de la Madre Tierra (CMPCC), donde se reunieron indígenas, científicos, organizaciones y personas preocupadas por los daños denotados en el medio ambiente y sus consecuencias para abordar la situación. De esta manera la CMPCC se convirtió en un espacio importante de diálogo para los pueblos indígenas que luchan por el bienestar de la naturaleza, de la tierra, considerada como un recurso básico para el desarrollo, la cual requiere protección, así lo evidenció el estudio de Pérez & Cardoso (2014).

1.2 OBJETIVOS

Objetivo General

- Estudiar la producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. y su impacto en la comunidad universitaria.

Objetivos Específicos

- Analizar la producción intercultural de Radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M.
- Diagnosticar el impacto de la producción intercultural en la comunidad Universitaria.
- Discernir la calidad de la producción intercultural de Radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M.

CAPITULO II

METODOLOGIA

2.1 Materiales

Para la elección de los materiales metodológicos es importante reconocer que la metodología la investigación se desarrolla con base a un conjunto de procedimientos que guían de forma racional a quien investiga, hacia el descubrimiento de los resultados anhelados. La metodología es la ruta que se elige frente a una indagación científica y ofrece la ventaja de distinguir sobre su objeto de investigación (Carvajal, 2013).

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) la metodología presenta tres enfoques; cuantitativo, cualitativo y mixto, los cuales “constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos” (p. 2).

Para el presente trabajo de investigación se emplearán el enfoque mixto, el cual abarca lo cualitativo y cuantitativo.

Dado que enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 4), esta investigación se enmarca en el enfoque citado, porque se aplicarán encuestas a la comunidad universitaria, con el propósito de obtener datos que identifiquen el impacto que presenta la programación intercultural de radio “Primicias de la cultura”.

Además, como el enfoque cualitativo “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 7). La presente investigación también aterriza en este enfoque porque se estudiará y se recopilará información que defina y fortalezca el desarrollo del trabajo de indagación para comprender y ampliar el conocimiento sobre lo referente a programación intercultural en la radio.

2.2 Métodos

Investigación de campo

La investigación de campo es aquella que “se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causas se produce una situación o acontecimiento particular” (Graterol, 2011, p. 1).

Se vincula con este método porque mediante las preguntas de la encuesta que se aplicará en la comunidad universitaria, se determinará el impacto que tiene la programación intercultural de radio “Primicias de la cultura”.

Investigación bibliográfica y documental

Constituye un proceso de recolección, clasificación y análisis de información empírica, impresa, gráfica, física o virtual que será fuente teórica, conceptual, metodológica para una indagación en particular (Rodríguez, 2013).

Se empleó este enfoque porque se indagó en estudios previos como artículos, proyectos de investigación, libros físicos y virtuales tanto de la universidad, así como también de otros sitios para obtener información referente a la programación intercultural en la radio y datos sobre la radio “Primicias de la cultura”.

NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptivo

Para Hernández, Fernández, & Baptista (2014) el estudio de alcance descriptivo “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (p. 92).

En el presente trabajo se aplica este nivel de investigación porque se estudia sobre la producción intercultural en la radio, sus inicios a nivel macro, meso y micro. Además, sobre radio Primicias de la cultura y emisoras similares.

POBLACION Y MUESTRA

Población

Hernández, Fernández, & Baptista (2014) explican que la población es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones o

características de contenido, lugar y tiempo” de tal manera que “la calidad de un trabajo investigativo estriba en delimitar claramente la población con base en el planteamiento del problema” (p. 174).

La población del presente estudio corresponde a toda la comunidad universitaria conformado por:

Tabla 3: Estadística total de personas que forman parte de la Universidad Técnica de Ambato

Autoridades académicas	111
Servidores Universitarios	1673
Estudiantes	14242
Total	16026

Fuente: Dirección de Talento Humano (DTH) y Dirección de Tecnología de Información y Comunicación (DITIC) de la Universidad Técnica de Ambato (2019)

Elaborado por: Yauli (2019)

Muestra

Para Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p. 173).

Para calcular la muestra correspondiente al universo de la comunidad universitaria, se aplicó la ecuación de estadísticas para proporciones poblacionales:

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

Donde:

n= tamaño de la muestra

z= nivel de confianza

p= proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= nivel de error

N= tamaño de la población

Para la operación de la fórmula se aplica un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 10%:

$$n = \frac{1.96^2(0.05 * 0.95)}{\frac{10^2+(1.96^2(0.05*0.95))}{16026}}$$

$$n = \frac{3.8416(0.0475)}{\frac{100+(3.8416(0.0475))}{16026}}$$

$$n = \frac{0.18247}{\frac{100+0.18247}{16026}}$$

$$n = \frac{0.18247}{0.001138}$$

$$n = \frac{0.18}{0.0011}$$

$$n = 163.6$$

El cálculo indica que se aplicarán 164 encuestas, las cuales denotan la muestra de la comunidad universitaria.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el desarrollo del presente capítulo se aplicó la metodología mixta, previamente seleccionada para la ejecución del estudio. Para lo cuantitativo, se aplicaron encuestas a la muestra de la comunidad universitaria. Luego se procesó la información recolectada, a continuación, se trabajó en Excel para la tabulación y representación gráfica (en pastel) de los datos alcanzados. En lo referente a lo cualitativo, se entrevistó a personas relacionadas a los medios y a entes públicos vinculados a la producción de cultura con el fin de conocer su punto de vista acerca de la realidad entre medios, instituciones e interculturalidad. Esto complementó la información alcanzada en lo cuantitativo y permitió el reconocimiento de la situación que perciben los generadores de cultura, profesionales de la comunicación y cómo lo percibe la audiencia (comunidad universitaria).

INTERPRETACIÓN DE DATOS

La interpretación de datos se hizo de forma descriptiva a partir de los datos obtenidos por las encuestas aplicadas a la comunidad universitaria perteneciente a la Universidad Técnica de Ambato (estudiantes, docentes, personal administrativo, autoridades) para identificar cuál es el impacto de la programación intercultural en la comunidad universitaria.

ENCUESTA A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

EDAD

Tabla N°4: Datos generales. - Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-26	141	86%
26-34	11	7%
34-57	12	7%
Total	164	100%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

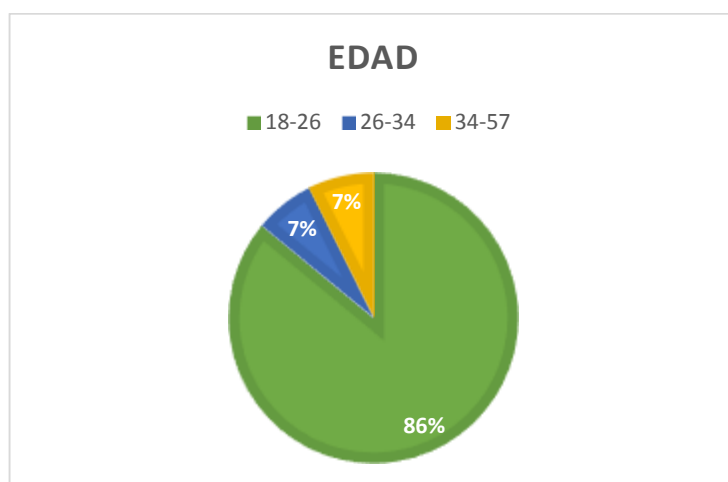


Gráfico N°6: Datos generales. – Edad

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Análisis

Para la identificación de edades correspondientes a la muestra encuestada se procedió a la agrupación de las mismas. El primer grupo comprende a personas desde los 18 a 26 años, al cual pertenecen 141 y reflejan el 86%. En el segundo grupo están 11 personas con edad de entre los 26 y 34 años y representan el 7%. Al último grupo pertenecen 12 personas con edad entre los 34 y 57 años y representan el 7% del total de la muestra.

Interpretación

La clasificación de estas categorías está acorde al criterio de la investigadora, con el fin de agrupar las edades alcanzadas mediante la aplicación de encuestas a la comunidad universitaria. A través de esto se constató que para el desarrollo de la investigación se contó con la participación de personas cuya edad va desde los 18 a los 57 años. Además, se percibe que las personas de entre 18 y 26 años son quienes forman la mayor parte de la comunidad universitaria estudiada.

GÉNERO

Tabla N°5: Datos generales. - Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	94	57%
Femenino	70	43%
Total	164	100%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

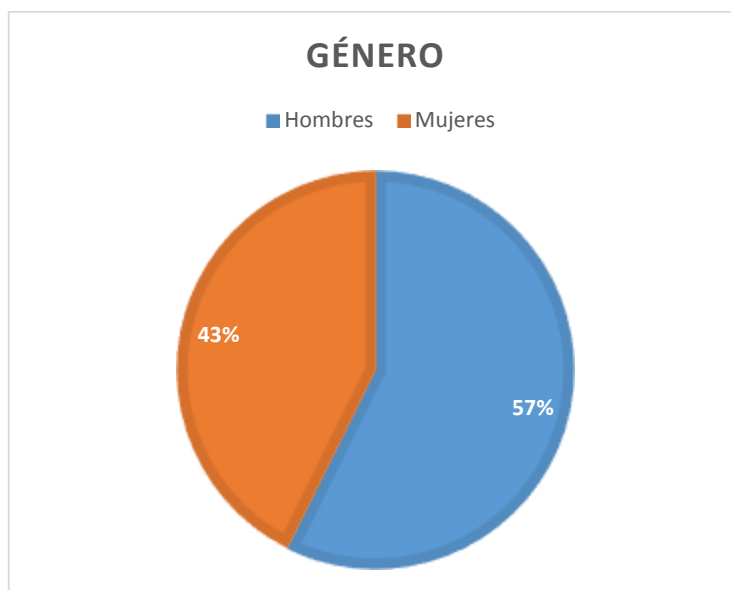


Gráfico N°7: Datos generales. – Género

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Análisis

Con los datos alcanzados se apreció paridad en cuanto al género de la comunidad universitaria encuestada, de esta manera se conoció que el 57% de la muestra encuestada son hombres, representados por 94 personas, mientras que el 43% restante corresponde a 70 mujeres.

Interpretación

De la misma manera que el criterio anterior se optó por establecer entre el género masculino y femenino, para identificar al grupo que más escucha radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. y el impacto que tienen frente a la programación intercultural que genera el medio. En este aspecto se evidenció un mayor aporte del género masculino durante la aplicación de encuestas.

PREGUNTAS

1. ¿Con qué frecuencia sintoniza radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M.?

Tabla N°6: Pregunta 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	3	2%
A veces	28	17%
Casi nunca	42	26%
Nunca	91	55%
Total	164	100%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

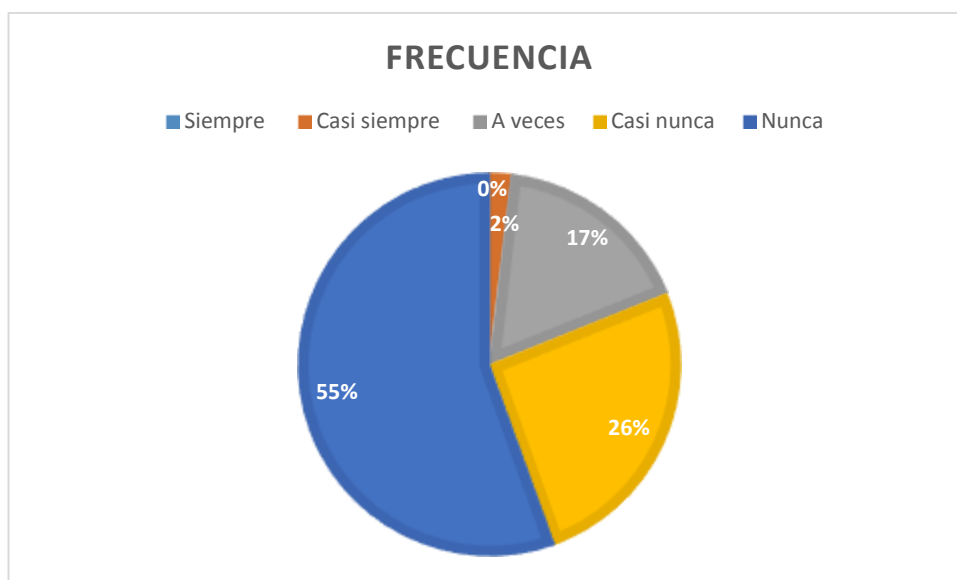


Gráfico N°8: Pregunta 1

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Análisis

Se denotó que radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. no es una de las preferidas de la comunidad universitaria al momento de sintonizar alguna emisora, pues los resultados indicaron que el 55% de las personas encuestadas nunca la han escuchado, esta cifra comprende a 91 de 164 personas. Por otra parte, el 26%, constituido por 42

personas, señaló que casi nunca había escuchado el medio estudiado. Asimismo, 28 personas que conforman el 17% afirmaron que a veces escuchan radio Primicias, mientras que 3 personas que reflejan el 2% la escuchan casi siempre. Ninguna persona mencionó escuchar siempre radio Primicias.

Interpretación

Se percibió que radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. tiene una audiencia reducida dentro de la comunidad universitaria, pese a ser un medio de la institución educativa creada tanto para su beneficio y el de la sociedad. De acuerdo al estudio, la gente que sintoniza radio primicias lo hace de vez en cuando, mientras que un pequeño grupo de personas lo escucha casi siempre. Esto demuestra que la familia universitaria aún no se identifica con radio Primicias y decide escuchar otros radios u optar por otros medios.

2. ¿Cómo califica la producción de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M?

Tabla N°7: Pregunta 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	1%
Muy buena	7	10%
Buena	49	67%
Regular	16	22%
Total	73	100%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

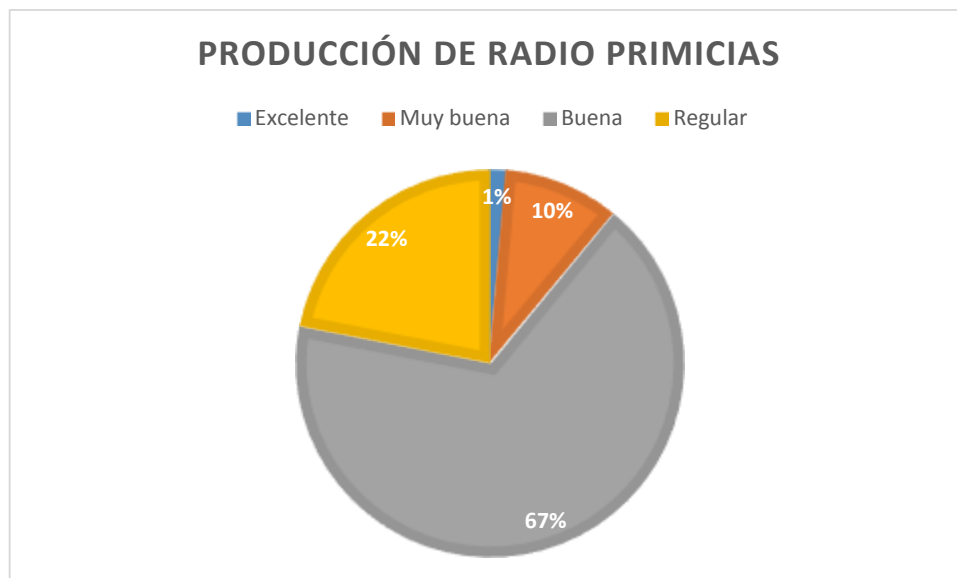


Gráfico N°9: Pregunta 2
Fuente: Comunidad universitaria.
Elaborado por: Yauli (2019).

Análisis

Para la comunidad universitaria, radio Primicias presenta una programación intermedia, que no sobresale y tampoco es de baja calidad. Esto debido a que el 67% representado por 49 personas consideró que la programación de radio Primicias es buena. El 22% con 16 personas la calificó de regular, mientras que 7 personas que constituyen el 10% de total consideraron que la programación es muy buena y tan sólo una persona que refleja el 1% indicó que es excelente.

Interpretación

Para la comunidad universitaria que sintoniza radio Primicias, esta ofrece una buena producción, lo cual indica que no se percibe como un medio sobresaliente. Esto puede ser la razón de la reducida acogida que tiene el medio. Además, los datos indican que se debería trabajar en la estructura o formato de los programas para mejorar la percepción de sus oyentes y generar esa afinidad por el medio.

3. ¿Considera que es importante el aspecto intercultural dentro de la producción de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M.?

Tabla N°8: Pregunta 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	123	75%
No	13	8%
S/R	28	17%
Total	164	100%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

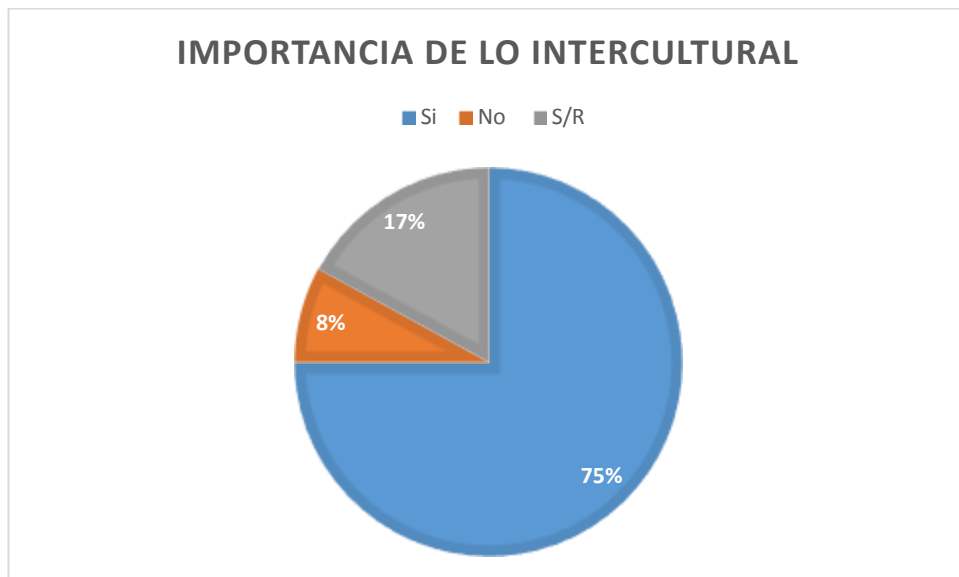


Gráfico N°10: Pregunta 3

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Análisis

Para la mayor parte de la comunidad universitaria, el aspecto intercultural dentro de la programación de radio Primicias es significativo, pues el 75% representado por 123 personas afirmó su importancia, mientras que el 8% representado por 13 personas negó lo enunciado. Además, 28 personas que reflejan el 17% del total no respondieron a la pregunta.

Interpretación

Para analizar este punto, se consideró adecuada la opinión de toda la muestra, es decir de quienes sintonicen o no radio Primicias. Los resultados demuestran que el ámbito intercultural es fundamental dentro de los contenidos que emite el medio radial, así lo afirmó gran parte de los encuestados. Entre las razones señaladas están, en primer lugar, porque hace referencia al nombre de la radio estudiada, por otra parte, es una manera de informarse y aprender sobre las culturas que tiene Ecuador. Asimismo, porque ayuda a la convivencia social mediante la participación de los integrantes de los diferentes grupos culturales, la cual influye en la integración social. Además, es una forma de mantener viva a las culturas y los conocimientos que guardan. También indicaron que es importante porque la cultura es la esencia del ser humano, constituye su identidad, sus raíces y necesita ser reconocida.

Sin embargo, a una reducida parte no le resulta importante que la interculturalidad esté presente en la programación de radio Primicias. Asimismo, se evidenció desinterés de este tema por un determinado porcentaje de personas, quienes optaron por no responder a lo planteado.

4. ¿Considera que radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M emite contenidos interculturales?

Tabla N°9: Pregunta 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	49%
No	33	45%
S/R	3	4%
Nulo	1	2%
Total	73	100%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

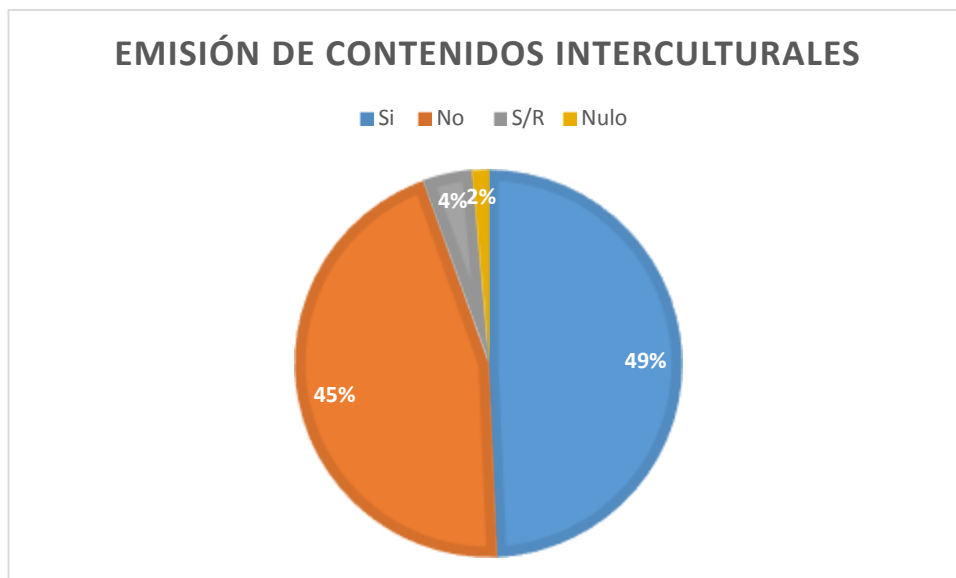


Gráfico N°11: Pregunta 4
Fuente: Comunidad universitaria.
Elaborado por: Yauli (2019).

Análisis

De acuerdo a la opinión de la comunidad universitaria que sintoniza radio Primicias, este es un medio que sí transmite contenidos interculturales, pues el 49% conformado por 36 personas encuestadas afirmó lo preguntado, mientras que el 45% representado por 33 personas lo negó. Por otra parte, un 4%, es decir 3 personas no respondieron al enunciado y una persona que representa el 2% marcó las dos alternativas.

Interpretación

La mayor parte de la audiencia de radio Primicias reconoce que el medio sí emite contenidos interculturales dentro de su programación, aunque desconocen el nombre que los identifica, y solo reconocieron a segmentos como “Educa” y “Ñuca Ecuador” de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Para otra parte de la audiencia, radio Primicias es percibido como un medio que carece de interculturalidad dentro de su programación diaria. Además, un mínimo grupo de oyentes decidió no opinar acerca del tema y una persona optó por anular su respuesta.

5. ¿Cómo califica a la producción intercultural de Radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M?

Tabla N°10: Pregunta 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	3%
Muy buena	10	14%
Buena	45	61%
Regular	14	19%
S/R	2	3%
Total	73	100%

*Fuente: Comunidad universitaria.
Elaborado por: Yauli (2019).*

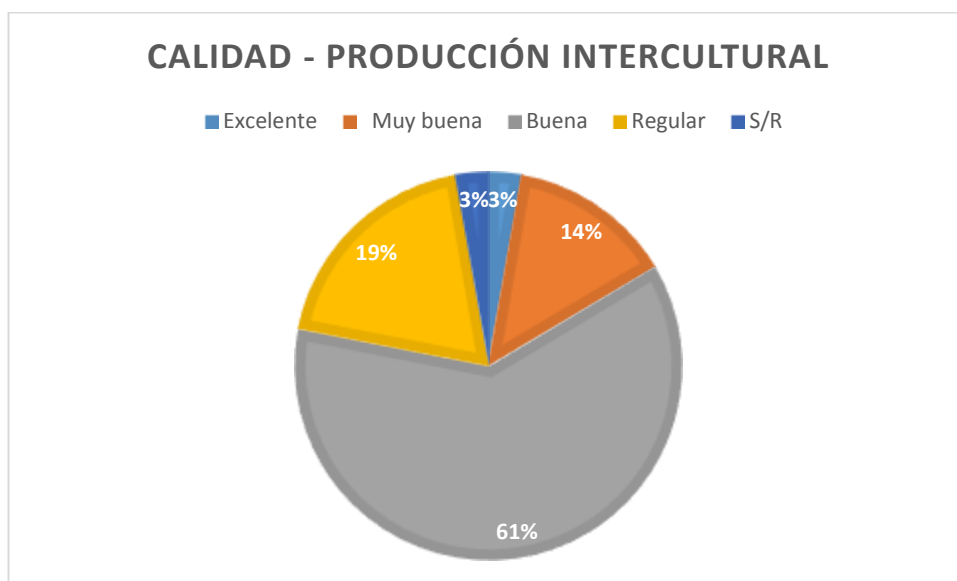


Gráfico N°12: Pregunta 5

*Fuente: Comunidad universitaria.
Elaborado por: Yauli (2019).*

Análisis

Respecto a la calidad de la programación intercultural de radio Primicias se conoció que para el 61% conformado por 45 oyentes es buena, para el 19% representado por 14 personas es regular, para el 14% constituido por 10 personas es muy buena, para 2

personas que reflejan el 3% es excelente y que el 3% restante, conformado por 2 personas, no respondió a lo planteado.

Interpretación

De acuerdo al criterio del radio escucha, Primicias de la Cultura es un medio que transmite contenidos interculturales de buena calidad, es decir, que se mantienen en un rango no tan sobresaliente o llamativo. Con esta calificación se denota la importancia de trabajar en contenidos más dinámicos que enganchen a la audiencia, pues son pocos quienes ven a la programación intercultural de Primicias como muy buena y en menor cifra quienes la perciben como excelente. Incluso, hubo quienes evitaron opinar sobre la pregunta.

6. ¿De qué manera cree que aporta la difusión de contenidos interculturales de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M a su audiencia?

Tabla N°11: Pregunta 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
La informa	22	30%
Incentiva a rescatar valores y saberes ancestrales	26	36%
Genera sentido de pertenencia	2	3%
Abre espacios de participación	18	25%
La entretiene	4	5%
S/R	1	1%
Total	73	100%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).



Gráfico N°13: Pregunta 6

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Análisis

Respecto al aporte de la programación intercultural de radio Primicias a su audiencia se conoció que al 36% conformado por 26 personas las incentiva a rescatar valores y saberes ancestrales, al 30% conformado por 22 personas la informa, el 25% conformado por 18 personas cree que abre espacios de participación, al 5% conformado por 4 personas la entretiene, al 3% conformado por 2 personas le genera sentido de pertenencia, mientras que uno de los encuestados, que refleja el 1% complementario, decidió no responder la pregunta.

Interpretación

Los resultados alcanzados demostraron que la difusión de la programación intercultural de radio Primicias, principalmente, motiva a que su audiencia rescate aquellos valores y conocimientos ancestrales de las culturas ecuatorianas, los cuales se mantienen en el tiempo a través del espacio que brindan los medios, en este caso la radio.

Otro de los aportes importantes que realiza la programación intercultural del medio es mantener informados a sus oyentes, muchos de ellos consideran que esta programación les permite enterarse de algún hecho cultural que desconocían. Además, una para una gran parte de los oyentes, ve a la programación intercultural de radio Primicias como ese lugar en el cual pueden participar, intervenir para dar a conocer sobre algún aspecto de su cultura, es decir, ven en la radio la herramienta de comunicación que les ayudará a poner en común los saberes culturales que los identifican (festividades, vestimenta, gastronomía, música, entre otros aspectos).

Por otra parte, un reducido segmento de la muestra percibe a la programación intercultural como un aspecto de entretenimiento, un espacio radial donde el oyente sale de la rutina por un momento y brinda atención a estos temas relacionados a acontecimientos interculturales.

Por último, se constató que mediante la transmisión de estos contenidos interculturales la gente se siente poco identificada, pues una reducida cifra de la audiencia siente un sentido de pertenencia al escucharlos. Una de las causas sería que los contenidos son muy generalizados, es decir, son hechos que reflejan culturas no tan cercanas a su realidad, a su provincia, no son tan locales.

7. ¿Qué cree que se debería hacer en radio Primicias para fortalecer la producción intercultural?

Tabla N°12: Pregunta 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Contar con personal de distintas nacionalidades	24	33%
Elaborar más contenidos	28	38%
Trabajar en contenidos locales	19	26%
Otra	2	3%
Total	73	100%

*Fuente: Comunidad universitaria.
Elaborado por: Yauli (2019).*

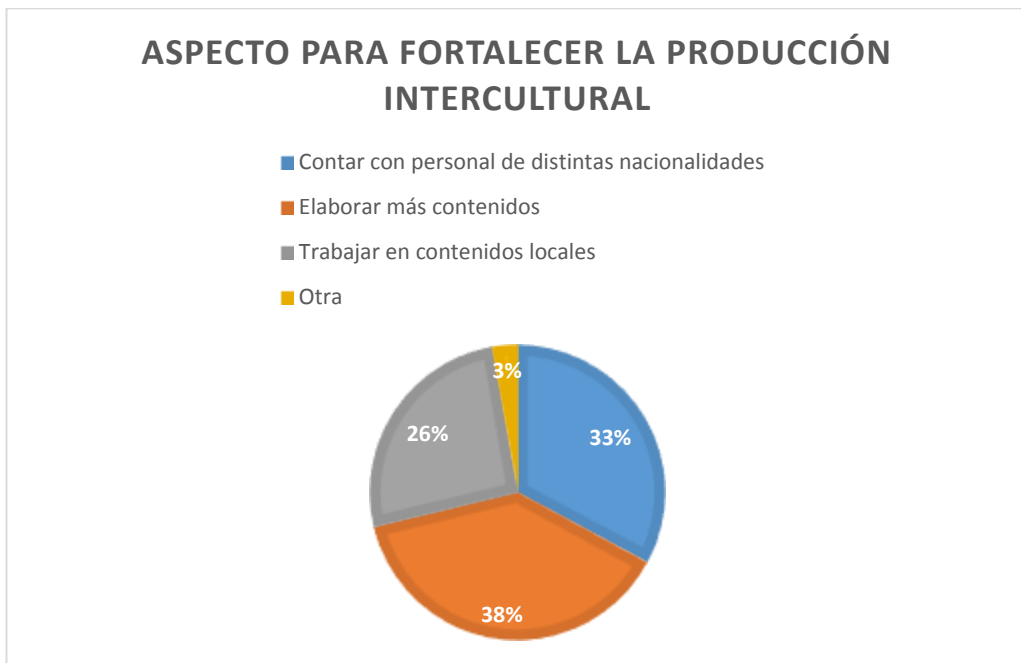


Gráfico N°14: Pregunta 7

*Fuente: Comunidad universitaria.
Elaborado por: Yauli (2019).*

Análisis

En lo referente a lo que se debería hacer en radio Primicias 104.1 F.M. para fortalecer su programación intercultural se obtuvo que, para 28 oyentes que reflejan el 38% hay que elaborar más contenidos, para 24 oyentes que reflejan el 33% hay que contar con personal de distintas nacionalidades, para 19 personas que reflejan el 26% hay que trabajar en contenidos locales, mientras que 2 radio escuchas que reflejan el 3% complementario mencionaron que se debería trabajar en otros ámbitos como temas populares en línea o involucrar a los estudiantes de distintas nacionalidades de Comunicación Social.

Interpretación

Los resultados denotaron que la audiencia considera necesaria la variedad en la producción de contenidos interculturales, es decir, que, además, de los contenidos emitidos bajo el nombre de “Ñuca Ecuador”, se trabaje en la producción de contenidos propios, que partan de la realidad, del diario vivir de los oyentes. La audiencia indica que está muy bien conocer acerca de las culturas del país, pero también desea escuchar contenidos que representen a la cultura de su comunidad. De esta manera, se alcanzaría una mayor acogida por parte de los oyentes porque se sentirán identificados. Asimismo, los radio escuchas consideran necesaria la participación de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, pues se percibe su ausencia. Incluso creen que los jóvenes universitarios deberían trabajar en el progreso de la radio, y por ende en la programación intercultural, porque esto también les ayudará en su formación profesional.

Análisis e interpretación de entrevistas

Para complementar el trabajo de investigación se entrevistó a personas generadoras de cultura, y a un especialista en cultura desde el punto de vista antropológico, quienes desde su experiencia en los medios e instituciones públicas responden inquietudes relacionadas al presente estudio. Con la información recopilada se conocerá acerca de la realidad que perciben los profesionales en el ámbito intercultural, específicamente en puntos como el involucramiento de personas de distintas culturas en los medios, el espacio que estos brindan, la calidad de los mismos. Además, se planteó una pregunta extra para identificar el alcance de la radio universitaria dentro de la ciudad.

Entrevista 1

Entrevistada: Bertha Yolanda Miño

Cargo: *Directora de Cultura de la Universidad Técnica de Ambato*

Duración: 00:04:30

Tabla N°13: Entrevista 1

Ítem	Respuesta	Valor cualitativo
¿Cómo ve el espacio que brindan los medios a la producción intercultural?	“Se ha progresado muchísimo, pero falta más. Somos un pueblo multiétnico y multicultural, es importante saber la realidad de una nación, saber que coexistimos en una sociedad que cada vez demanda abrir más las puertas para esta actividad social. Involucrar a más personas en la actividad cultural, la cultura es la vivencia de la sociedad misma que habla de su origen, historia, tradición. Si fusionamos todo eso seremos personas más conscientes de nuestra identidad”.	El espacio que brindan los medios a la producción intercultural es regular.

<p>¿Considera que son llamativos los programas interculturales que se difunden en los medios?</p>	<p>“Se pueden ir incorporando muchos más elementos. Es muy importante la investigación, esta nos dará una medida exacta de lo que sabemos, conocemos de nuestra historia, de nuestra cultura misma. No tomarlo tan a la ligera, como programas muy superficiales, sino que tengan una verdadera esencia el mensaje a la ciudadanía”.</p>	<p>No son tan llamativos, hay que incorporar más elementos con base a una investigación profunda.</p>
<p>Involucrar a personas de distintas nacionalidades dentro de un medio, ¿ayuda a la producción intercultural?</p>	<p>“Ese es el objetivo, ir involucrando a elementos que sean más beneficiosos, que nos enriquezcan en este sentido. Eso nos dará la posibilidad de seguir creciendo. Es importante ir sumando conocimientos con líderes o lideresas de diferentes nacionalidades o comunidades de nuestra provincia (en sentido local) para conocer sus realidades, sus anhelos, sus esperanzas, sus proyectos. Entonces al momento que eso se difunde nos hacen entender que también existen otras circunstancias que posiblemente están ajenas a la realidad de los ciudadanos, es bueno saber, conocer, para entender”.</p>	<p>Es necesario porque son ellos quienes viven esa realidad.</p>
<p>En este sentido, ¿cómo ve a la producción intercultural de radio Primicias?</p>	<p>“La UTA es un ente académico abierto que ha dado, en este periodo de administración del Dr. Galo Naranjo un apoyo extraordinario a la cultura. Un medio de comunicación llega de manera masiva, que mejor manera de llegar a la comunidad, a través de una radio. Lo que se está haciendo es importante y se tendrá que sentir bregando en este camino para hacerlo más sólido, más comprometido con la sociedad a la que nos debemos”.</p>	<p>Es parte importante dentro de este medio comprometido con la sociedad.</p>

Fuente: Directora de Cultura de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Yauli (2019).

Entrevista 2

Entrevistado: Edgar Enrique Castellanos Jiménez

Cargo: *Periodista profesional*

Duración: 00:05:46

Tabla N°14: Entrevista 2

Ítem	Respuesta	Valor cualitativo
¿Cómo ve a los espacios que brindan los medios a la producción intercultural?	“Los medios per se no tienen espacios interculturales. Ellos originan en medida en que las instituciones o los protagonistas interculturales, los gestores culturales solicitan o piden espacios. Sin embargo, los medios siempre están abiertos a esa posibilidad, lo que sucede es que la programación general en los medios tiene otra concepción de lo que es programación intercultural. La actividad cultural se genera en todos los sectores de la colectividad. Todos somos gestores culturales de alguna manera. Los medios tienen una programación con sus propias políticas e intereses, pero siempre están abiertos a cualquier iniciativa que ofrezcan otros sectores”.	Los medios brindan espacios en medida en que la sociedad lo solicite.
¿Considera que son llamativos los programas interculturales que se difunden?	“Hay escasez de este tipo de programación, pero los que los hacen desde luego que se convierten en llamativos. Primero porque son “raros”, son nuevos, son distintos, esto hace que la gente se enganche y sintonice este tipo de propuestas o programación, de manera que, la agenda que pueda tener un medio de comunicación siempre será atractiva para cualquier tipo de audiencia”.	Si porque son diferentes a los que frecuenta emitir el medio.
Involucrar a personas de distintas nacionalidades dentro de un medio, ¿ayuda a la producción intercultural?	“En la actualidad se está generando más actividad cultural y los medios deberían tomar en cuenta este tipo de características. Al ser un país pluricultural, con muchos pueblos y nacionalidades, considero que se puede generar este tipo de actividades. Es necesario. No recorremos las distancias que son necesarias para encontrar la fuente adecuada, hay que ir, también hay que invitar	Es necesario para aprovechar los saberes culturales que emiten los pueblos y nacionalidades del país.

	para que lleguen al lugar donde el medio está generando su programación”.	
En este sentido, ¿cómo ve a la producción intercultural de radio Primicias?	“No he sintonizado, no escucho radio, no compro periódicos. Atravesamos una etapa de no credibilidad en los medios. Prefiero acercarme a las redes de acuerdo a las fuentes que me interesan y tienen la información que necesito”.	No la ha sintonizado porque evita informarse a través de los medios tradicionales, prefiere las redes sociales.

Fuente: Periodista profesional.

Elaborado por: Yauli (2019).

Entrevista 3

Entrevistado: Wilson Hernán Jeréz Chalán

Cargo: Director de radio Identidad Cultural. Radio del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua.

Duración: 00:05:56

Tabla N°15: Entrevista 3

Ítem	Respuesta	Valor cualitativo
¿Cómo ve a espacio que brindan los medios a la producción intercultural?	“En los medios comerciales no hay un espacio prudente para realizar estas actividades. De manera general, con la ley de comunicación, la programación intercultural se ha inmersado con pocos programas. Esperemos que la producción a través de los medios comerciales le den más espacios calificados o especializados. En las radios comunitarias si hay espacios de interculturalidad”.	Existe poco espacio para lo intercultural porque los medios, en su mayoría son comerciales, excepto las radios comunitarias.
¿Considera que son llamativos los programas interculturales que se difunden en los medios?	“Ese es el gran problema de nuestros medios de comunicación, esos espacios no los ponen en horarios que pueden ser escuchados. Eso debería ser normado y entiendo también que tiene que ver la calidad del producto, no solamente lo que voy a transmitir. Si hay una buena calidad de estos espacios que generamos, deberíamos ponerlos en espacios que la gente lo escuche”.	No porque se difunden en horarios con poca audiencia.
Involucrar a personas de distintas nacionalidades dentro de un medio, ¿ayuda a la producción intercultural?	“Es necesario, aunque también no por el hecho de estar una persona de diferente cultura se va a dar una programación intercultural”.	Es necesario, pero también hay que trabajar en producción del medio.
En este sentido, ¿cómo ve a la producción intercultural de radio Primicias?	“Poco la he escuchado, he estado en ese espacio. Entiendo que es una radio en la cual se debe manejarlo más inmerso a la comunidad universitaria, esperemos que ese haya sido el objetivo principal y lo cumplan con programación en la que este inmersa la comunidad universitaria”.	Ha escuchado poco, pero espera que cumplan con sus objetivos como medio.

Fuente: Director de radio Identidad Cultural. Radio del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua.

Elaborado por: Yauli (2019).

Entrevista 4

Entrevistado: José Cristóbal Caluña

Cargo: Director de Cultura del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua.

Duración: 00:04:49

Tabla N°16: Entrevista 4

Ítem	Respuesta	Valor cualitativo
¿Cómo ve a espacio que brindan los medios a la producción intercultural?	“Hay acogida en todos los medios, aunque esto se dé como una obligación por parte del Estado. Los medios deberían pasar por respeto a los derechos, contar con personas que pueden dar a conocer todo lo que es interculturalidad porque el Ecuador es mega diverso. El artículo 1 dice que Ecuador es pluricultural, multilingüístico. Entonces, acogiendo esos términos los medios deben enfocarse en todas las culturas, no sólo en una, como puede ser la mestiza. Deben hacer énfasis en dar a conocer lo que es Ecuador”.	Los medios brindan espacio por obligación y no por iniciativa.
¿Considera que son llamativos los programas interculturales que se difunden en los medios?	“Por supuesto, son cosas interesantes que muchas de las culturas, a veces, no conocemos, pero ellos lo mantienen. Entonces, es importante que conozcamos. Hablando de Tungurahua, existimos 4 nacionalidades cada una con su forma de ser, con su alimentación, su vestimenta, muchas cosas por conocer. Mucho más a nivel nacional”.	Por supuesto porque denotan información interesante para la audiencia.
Involucrar a personas de distintas nacionalidades dentro de un medio, ¿ayuda a la producción intercultural?	“Eso sería interculturalidad. Este trabajo debe ser hecho por personas que conozcan porque si nosotros sólo pensamos cómo será la situación de cada realidad no estamos claros. Debemos contar con personas que viven esta realidad, con personas adultas mayores, con quienes lo han vivido por mucho tiempo. Ellos pueden testificar porque tienen fuentes (leyendas, tradiciones) de su pueblo”.	Sí porque ellos viven aquella realidad.
En este sentido, ¿cómo ve a la producción intercultural de radio Primicias?	“No he sintonizado. Tendrían que promocionarse para conocerlos”.	No ha sintonizado porque el medio no se ha promocionado.

Fuente: Director de Cultura del Honorable Consejo Provincial de Tungurahua.

Elaborado por: Yauli (2019).

Entrevista 5

Entrevistado: Nicolay Pangol

Especialidad: Antropología social y cultural

Duración: 00:37:46

Tabla N° 17: Entrevista 5

Ítem	Respuesta	Valor cualitativo
<p>¿Qué es para usted la interculturalidad?</p>	<p>“Es un diálogo de respeto de fortalecimiento entre las diversas culturas que coexisten en un territorio. Creo que hay una equivocada opinión de suponer que la interculturalidad es una exclusividad de un grupo étnico o suponer que la interculturalidad son atributos objetivos que tienen ciertas regiones o ciertos pueblos o ciertas nacionalidades. La interculturalidad más bien es el ejercicio de ese diálogo de respeto, de fortalecimiento, de coexistencia entre los pueblos que cohabitan en un territorio”.</p>	<p>Diálogo de respeto, de fortalecimiento entre culturas de un mismo territorio.</p>
<p>¿Cree que esto se consideró al aplicar la ley para los medios en lo referente a la interculturalidad?</p>	<p>“Bueno, precisamente yo creo que la Ley de Comunicación en sus artículos 70 y 71 donde está hablando de los contenidos y todo eso, lo que trata es de garantizar precisamente que no se invisibilizen, o sea es posible que podamos tener un diálogo intercultural siempre y cuando se reconozca la existencia de un pueblo, eso es otra cosa. Claro si se invisibilizen no existe esa relación de respeto, no existe</p>	<p>El concepto no está alejado, esta ley busca visibilizar, reconocer e informar sobre los diferentes grupos culturales del país.</p>

	<p>ese diálogo. Yo no puedo dialogar con alguien que no sé ni siquiera que existe. Entonces tengo que primero identificar, reconocer. El concepto no está alejado, lo que quiere decir esta ley simplemente es que se vaya reconociendo. Salga en el aspecto social todo lo que tenemos, que los mestizos no crean que solo existimos los mestizos, que los indígenas no creamos que solo existimos los indígenas, que los afros ecuatorianos no pensemos que solo existimos los afros ecuatorianos. Entonces, más bien se refiere a aquello. De una manera u otra, en el aspecto de comunicación se visibilice, se informe a la ciudadanía que el país es pluricultural, el país tiene muchas etnias, eso es lo que pretende la ley básicamente”.</p>	
<p>¿De qué manera cree que beneficia la producción y difusión de contenidos interculturales en los medios radiales?</p>	<p>“Bueno yo creo que, en los medios radiales, en los medios de comunicación siempre va a beneficiar tener una información objetiva respecto a las prácticas sociales que es la cultura. Eso es la cultura, práctica social y creo que es bueno tener una información objetiva de lo que significa precisamente una cultura, un grupo humano, cuáles son sus modos de producción, cuál es su concepto artístico, cuál es su concepción de gobierno, de organización social, de estructura, cuál es su arquitectura, qué es lo que significa sus símbolos, su simbología, sus ritos a qué corresponde, qué valores quieren sostener. Eso es lo que se necesita básicamente”.</p>	<p>Los beneficia con una información objetiva respecto a las prácticas sociales de una cultura.</p>

<p>¿Cree que se puede dar una información objetiva sabiendo que el ser humano es subjetivo?</p>	<p>“Bueno hay cosas que son objetivas, por ejemplo, en la vida, lo que son subjetivos son los argumentos. Vamos a poner un ejemplo, si yo le digo que aquí hay diez niños que no han entrado a estudiar, eso es un hecho. Lo subjetivo es la interpretación que haga un ser humano, puedo decir; lo que pasa es que vive muy lejos, lo que pasa es que no han alcanzado a matricularse, lo que sucede es que la gente no les ha dejado, eso es lo subjetivo. Pero no obstante los hechos existen. Entonces cuando yo me refiero a objetividad, me refiero a eso, por ejemplo, sobre cultura podemos hablar de una forma de organización social que tiene la gente, una forma de producción, la producción puede ser objetiva no cierto, podemos contabilizar o podemos definir qué es lo que produce cierta cultura. Pongo otro ejemplo más claro, la cultura define cómo somos nosotros, cómo nos comunicamos, cómo hablamos, en qué idioma decidimos comunicarnos y es tan objetiva como esto: todos los seres humanos tenemos hambre, pero la cultura define lo que comemos, es decir, aquí para nosotros es cultural que podamos comer un cuy, pero en otros lugares el cuy es una mascota, pero si usted se va a Vietnam, por ejemplo, en los años 60 ellos, básicamente, comían también otro tipo de animal, por ejemplo perros vietnamitas. Entonces esto es una perspectiva, pero hay objetividad, la cultura va definiendo estructuras. Entonces, yo le decía que en los</p>	<p>Sí porque los hechos existentes denotan lo objetivo.</p>
--	---	---

	<p>proyectos interculturales radiales lo que se va a comunicar, hay que comunicar con esa objetividad. O sea, yo no puedo decir si no entiendo la cosmovisión o la ideología, que no hay que asustarse por eso, a la gente le oigo que dice; no es que las ideologías no existen. Las ideologías solo es un conjunto de ideas estructuradas u organizadas, si quieren, para entender el mundo, para comprender el mundo, para solucionar los problemas del mundo. Es eso, entonces de gana se enreda la gente respecto a eso. Entonces, los contenidos, yo estoy de acuerdo que esta producción radial, esta producción en los periódicos, pero que responda a una investigación. Lo que quiero decir es que un comunicador debe tener unas bases antropológicas, al menos elementalmente. Porque claro, voluntarios existen, yo también puedo hacerme voluntario como ahora les pasa a ustedes, a los periodistas: tienen una serie de voluntarios que hacen comunicación social desde las redes, pueda que salga bien, pueda que no porque a ustedes les toca, por ejemplo, qué cuando salga una noticia, tienen la noticia, ustedes tienen que contextualizar, tienen que contrastar y ahí sale la noticia. De lo contrario es un corre ve y dile lo que sucede en las redes sea o no sea la noticia está ahí, sea verdad, sea falsa y así sea real nunca está contextualizada sólo dice esto vi aquí. Nunca contextualizan y eso es bien complejo, les pasa a ustedes. En cultura</p>	
--	---	--

	<p>no es ajeno, en cultura también hay una serie de voluntarios que le dicen, pues yo creo que debería ser así y ¿por qué?, yo creo que deberían estas comunidades usar poncho, pero ¿por qué?, la cultura es dinámica, capaz que sí, capaz que no. Pero el concepto del mundo, la cosmovisión, la ideología perteneciente a una cultura es lo que define qué. Insisto, como el ejemplo que le di respecto a lo que comemos, define hasta a la economía. Le pongo un ejemplo, la cultura define tanto, incluso la economía, a este punto que, si nosotros nos alimentáramos de insectos, culturalmente hablando, es posible que el Municipio dijera; lo que hay que hacer es un criadero, un depósito donde se garanticen los insectos, es normal. Estuve en el Oriente, recientemente, es la primera vez que había probado un chontacuro, me pareció bien. Ahora a mucha gente le parece un poco extraño, exótico, pero eso es parte de su cultura. Y hay gente que jamás probaría”.</p>	
<p>¿Considera que en la producción intercultural hace falta investigación?</p>	<p>“Yo creo que hace falta contextualización, o sea, porque como digo hay cosas que son evidentes, por ejemplo, hay cosas que son tangibles, pero hay que contextualizar. Una cultura es el resultado de su dinámica, de su acumulado histórico, pero eso hay que contextualizar. Es decir, por ejemplo, se me ocurre que la cultura originariamente, en sus pueblos ancestrales hablaba el idioma</p>	<p>Se necesita investigar y contextualizar</p>

	<p>quichua, alguien podría decir; se está perdiendo el idioma y todo eso, pero no, contextualicemos por qué se está perdiendo el idioma si es que se está perdiendo o es que son bilingües, o es que algo está pasando porque, incluso, el idioma cambia, igual es dinámico. Usted recordará que de acuerdo a su carrera que es la comunicación, el tiempo futuro no existía, sólo había, por ejemplo, yo amar-é, eso era el futuro, la gente decía no debe ser amar-é, debe ser amaré, tú amarás, el amaré, y después, así evolucionó, cambió. La evolución no es un mal presagio sino más bien se trata de un elemento de desarrollo y de mayor facilidad. Las culturas también son dinámicas, van cambiando. Lo que creo es que hay que contextualizar y eso significa investigar, y eso significa el buscar otras razones, eso significa que la producción, para concluir a su pregunta, es que siempre una producción radial tiene que ser multidisciplinaria. No creo que pueden hacer sólo desde la parte informativa sino, si quieren dar estos contenidos, tiene que ver un antropólogo, tienen que ver a un periodista cultural, sino una especialización en ese sentido. La antropología es, relativamente, nuevo, pero hay que contextualizar”.</p>	
<p>¿Considera que la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación</p>	<p>“Pero vamos desde el principio, la cadena de producción es el problema. O sea, la intención en principio, entiendo yo de la ley, es visibilizar, en eso creo que tenemos un convenio, estamos de acuerdo.</p>	<p>El objetivo de la ley es bueno, pero no dio resultados en su totalidad porque los medios no</p>

<p>dio resultados en los medios?</p>	<p>Pero la aplicación requiere un poquito más de cosas, es decir ¿estábamos preparados en los medios de comunicación para hacer producción intercultural? No totalmente, pero ¿eso es culpa de una ley? Tampoco, totalmente. Todo es relativo. O sea, la ley propone, dice juguemos en estas reglas, pero el punto es ¿cómo garantizamos aquello? Pero no estábamos preparados porque quisimos que, por ejemplo, los comunicadores se conviertan en antropólogos y claro los comunicadores decían llamémosle, yo tengo un amigo de una etnia, llamémosle que él nos cuente y ¿él nos está contando así realmente las cosas? Vamos a suponer que es al revés ahora, que yo quiero hacer una producción de comunicación y sólo existimos antropólogos. Decimos yo conozco a un amigo que le gusta la comunicación, capaz y no es profesional tampoco. Y no digo que solo ahí se sepa, la comunicación la hacemos todos, pero él dice verás yo creo que la comunicación se hace de esta manera y ya. Entonces decimos ahí está, entonces, solo estoy poniendo al revés el caso, que el tema de producción. Que la ley está planteada, yo quiero culparle solo a la ley, pero tampoco quiero culparles solo a los comunicadores. No da los resultados esperados, eso sí no ha dado los resultados esperados, pero la ley lo que intenta es visibilizar, ese es su objetivo. Los medios de comunicación no estaban preparados operativamente y</p>	<p>estaban preparados.</p>
---	---	----------------------------

	<p>decían; peor los particulares y ahora ¿cómo resolvemos esto? Se hizo un buen intento, por ejemplo, a mí me parece fabuloso lo que hizo Identidad Radio Cultural, que ahora ya no hay, ya no escuchas en absolutamente nada. Ahora ya escuchas todo y no es una crítica, sino que cada cosa tiene su lugar. Pero tú tenías la producción, por ejemplo, escuchabas sobre la vestimenta, escuchabas sobre el idioma, su forma de vida, segmentos pequeñitos, pero se notaba que había una profundidad, en vez de decir, por ejemplo, las cosas así no más. Fue un tema interdisciplinario, no sólo antropológico sino de convenir, es un acuerdo entre el comunicador y el antropólogo. Esto no es sólo técnico, es un acuerdo interdisciplinario. Para mí el único referente que existía, ya no, era Identidad Radio Intercultural porque hubo un trabajo sobre las nacionalidades, un trabajo sobre lo que es interculturalidad, lo que es cultura, etcétera, luego eran pequeñas cápsulas nada más que creo que duraban un minuto, algo así. Ya no se da por políticas de la nueva administración”.</p>	
<p>¿Las cápsulas emitidas por Identidad Radio Intercultural sobresalieron a nivel local, nacional?</p>	<p>“Independientemente de que se lea o no un libro ahí está la información. Encuentro un dolor respecto a su generación, toda la vida nos quejamos de que la Tv trae contenidos basura, ahora la Tv está en manos de los ciudadanos, como el YouTube, pero anda a ver qué es lo que tiene YouTube; millones y millones de programas</p>	<p>En antropología nada es inferior o superior, todo tiene un valor</p>

	<p>basura y gente famosa a partir de eso. No digo que no lo hagan, me refiero a que las cosas buenas están ahí y yo no puedo calificar si tuvo un éxito a nivel nacional o internacional ¿qué se necesita para ser exitoso ahora? Aunque tengo una diferencia clarísima entre ser exitoso, tener éxito y estar en boca de todos. Lo que hacen las redes es estar en boca de todos. Antes tenías que hacer un poquito más de mérito, tenías que ser buen jugador, buen basquetbolista, buen matemático. Ahora ha cambiado un poquito, pero te decía eso porque me interesa a mí siempre que la gente tenga esa posibilidad de contextualizar y no dejarse llevar por eso. Porque alguien te va a decir; yo nunca he oído, pero bueno ¿por eso deja de ser bueno, porque no has leído? ¿acaso tú eres el jefe del universo para decir que si no lo has leído no vale? no funciona así, es y se define por sí solo. Entonces cuando hay una producción cultural o intercultural o como quieran llamarle o pluricultural o multicultural, entonces, cuando hay este tipo de producción que vale la pena, uno tiene que decir; vale la pena. Identidad radio cultural era la única radio cultural del país, luego viene una fiebre, la universidad también luchando por su radio y todo eso. Y yo no digo que algo no valga, en la antropología no hay nada superior ni inferior, solo diferente. No digo que no valga, yo podría escuchar rock, Julio Jaramillo y Beethoven, pero lo que sí hay</p>	
--	---	--

	<p>que saber es que cada uno tiene su espacio. Pero ¿qué sucede si tú tienes 80 radios que te pasan reguetón? Te haces una radio más, te da igual, o sea es reguetón, no le das opciones a la gente. Abra un día que tú te cambies, digas ya estoy harta de esto y voy a cambiar, encuentras a alguien que te de música clásica. ¡Ah, pero es que eso no es del Ecuador! Es música, es bien hecha, no por nada creo que la música ha durado desde el año 1600 ¿por qué estarán tocando? Porque no cualquiera puede tocar eso. Entonces el arte es universal, cuando tienes una radio que te da una opción te cansas, cambias, descansas un rato. El tema de la vida son opciones. Las cosas se deben poner de acuerdo a los espacios. Todo esto de la sociedad es bien compleja, tengo mucha fe cuando hablo con comunicadores porque ustedes manejan un espacio complejo y que determina algunas cosas, es una responsabilidad demasiado grande, pero hay que ir ordenando este tipo de cosas. Ser ordenados, contextualizar. Siempre que haya una radio intercultural debe ser la opción, no puede competir con el resto, independientemente, de que tenga o no audiencia, la radio intercultural tiene un propósito que no tiene que medirse alrededor de quién le oye quién no le oye. No se trata de eso. Se trata de sostener una opción”.</p>	
<p>¿Considera que los</p>	<p>“Un producto intercultural no sé si haya enganchado o no, pero tienen</p>	<p>Desconoce, pero recalca la</p>

<p>contenidos interculturales que se emiten en los medios radiales se enganchan a los intereses de la audiencia?</p>	<p>una responsabilidad y una producción contextualizada, profunda, con conocimiento y sobre todo interdisciplinaria. Creo que los contenidos siempre deberían tener un asesor, un antropólogo que te permita validar estos contenidos”.</p>	<p>importancia de la investigación la contextualización, la responsabilidad y la interdisciplinaria en su producción.</p>
<p>¿Considera que, en algún momento, los medios realizarán esta producción de manera voluntaria o sólo ante la presencia de alguna ley?</p>	<p>“Yo creo que es bueno que haya una ley, pero operativizar una ley es lo complicado. La ley intentaba, en estos artículos, visibilizar. Como digo, no puede existir interculturalidad sin saber que existen otras personas. Sostengo que nada nuevo es como inventar el agua fría, pero para mí, el tema de la intolerancia en doble vía o en cinco vías. No sólo se da desde lo mestizaje al indígena también es del indígena al mestizaje, eso es en doble o triple vía. Esa intolerancia se da por el desconocimiento. Mientras no nos comunicamos se pierde el control, no se conoce. Entonces, la interculturalidad es ese diálogo de respeto, de apoyo, de profundización que se tenga para coexistir. Definitivamente debe ser interdisciplinaria. La ley es necesaria, nos permite que hagamos ese tipo de producciones. Una ley es como una línea para trazar. La implementación, eso se llama ya política”.</p>	<p>La ley es necesaria, permite el desarrollo de estas producciones.</p>
<p>Recomendación final para la producción de contenidos interculturales</p>	<p>“Debe existir una producción interdisciplinaria, en principio, se puede y hay que invitar a los actores, a los representantes de las comunidades, de los sectores. Su inserción es necesaria porque</p>	<p>Trabajar de forma interdisciplinaria, contextualizada e integrar a los</p>

	necesitamos su información ahí, pero ¿cómo contextualizamos? ¿Cómo hacemos interdisciplinario? Pues con la mirada, que tengan un antropólogo alrededor de esa cultura y también con la mirada de un comunicador, es que el comunicador va a hacer la producción. Y puede ser que haya cosas que no se entiendan precisamente”.	actores de las comunidades.
--	---	-----------------------------

Interpretación de entrevistas

- **Personas relacionadas a instituciones, medios y periodismo.**

Pregunta 1.- ¿Cómo ve el espacio que brindan los medios a la producción intercultural?

Por naturaleza los medios no tienen espacios de interculturalidad, pero con la disposición de la Ley de Comunicación ya se difunden contenidos interculturales, aunque en minoría. Hay que trabajar más en este tema para mantener viva la identidad de los pueblos y nacionalidades de Ecuador, ya que los medios están al servicio de la sociedad.

Pregunta 2.- ¿Considera que son llamativos los programas interculturales que se difunden en los medios?

Al ser programas diferentes son llamativos para los oyentes, pues emiten información interesante sobre las culturas del país, aunque, también se evidencia una falta de investigación profunda sobre lo que se difunde. Hay que mejorar la calidad de estos programas y emitirlos en horarios con más audiencia para que el mensaje transmitido llegue a la gente.

Pregunta 3.- Involucrar a personas de distintas nacionalidades dentro de un medio, ¿ayuda a la producción intercultural?

Sí porque ellos son la fuente del conocimiento cultural, involucrar a personas de distintas nacionalidades es el objetivo de la programación intercultural. Es necesario invitarlos a que sean parte del medio para que den a conocer su cultura, aquella realidad que viven a diario.

Pregunta 4.- En este sentido, ¿cómo ve a la producción intercultural de radio Primicias?

Por ser un medio nuevo en el espacio radial, no es muy sintonizado. Se sugiere mayor promoción del medio y se resaltó su importancia para trabajar en apoyo a la sociedad al ser un medio masivo.

- **Entrevista a especialista en antropología**

Pregunta 1.-¿Qué es para Ud. la interculturalidad?

La interculturalidad denota el diálogo de respeto que surge entre los grupos culturales como parte de su convivencia social, el cual no es exclusivo de grupos étnicos sino más bien de todas las personas en general.

Pregunta 2.-¿Cree que este mismo concepto se consideró al aplicar la ley para los medios en lo referente a la interculturalidad?

Lo establecido por la Ley se vincula a esta percepción sobre interculturalidad, pues su fin es visibilizar, identificar, reconocer e informar sobre la existencia de los pueblos que constituyen a este país intercultural. Todo esto con base al diálogo basado en el respeto.

Pregunta 3.-¿De qué manera cree que beneficia la producción y difusión de contenidos interculturales en los medios radiales?

El beneficio de la producción cultural es que el medio será objetivo esto lo alcanzará a través de una información íntegra que denote características propias de las diversas culturas ecuatorianas.

Pregunta 4.-¿Cree que se puede dar una información objetiva sabiendo que el ser humano es subjetivo?

Claro que sí porque la subjetividad solo se manifiesta en la exposición de argumentos, mediante un análisis sobre algo en particular, a diferencia de la objetividad, la cual se presenta en cifras, en hechos propios de algún lugar, es decir en información que identifica a una comunidad, la cual se construyó y solo corresponde informar.

Pregunta 5.-¿Considera que hace falta investigación?

Además de la investigación también urge una contextualización de lo que se va a informar. En el proceso de producción intercultural se requiere un trabajo profundo, interdisciplinario, que fortalezca el mensaje y aporte calidad.

Pregunta 6.-¿Considera que la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación dio resultados en los medios?

No de la manera esperada porque, a pesar de tener un propósito positivo, emergió en un ambiente no preparado, es decir, se implantó sin considerar que los medios no estaban preparados para tal responsabilidad, su equipo de trabajo no estuvo orientado. Entonces, los contenidos no denotaron el fin mismo de la ley, el objetivo de una comunicación intercultural, la cual necesita de una labor interdisciplinar, abierta a varios puntos de vista que complementen, profundicen y contextualicen la información de los contenidos.

Pregunta 7.-¿Las cápsulas emitidas por Identidad Radio Intercultural sobresalió a nivel local, nacional?

Se reconoce que estas cápsulas fueron el fruto de un trabajo profundo, pero no por eso se podría afirmar que tuvieron un gran valor o no. Desde el punto de vista antropológico, nada es superior o inferior, todo tiene un valor, una significancia y no se definesólo con base a las personas que les interesa el tema.

Pregunta 8.-¿Considera que los contenidos interculturales que se emiten en los medios radiales se enganchan a los intereses de la audiencia?

Desconoce la situación, pero enfatiza en que todo contenido intercultural engloba una gran responsabilidad y debería basarse en la interdisciplinariedad, la investigación profunda y la contextualización.

Pregunta 9.-¿Considera que, en algún momento, los medios realizarán esta producción de manera voluntaria o sólo ante la presencia de alguna ley?

Siempre se necesita de una ley porque es como la guía para la ejecución de ciertas acciones, es lo que determina qué se debe hacer, en este caso, la ley es la línea que orienta a los medios en cuanto a la producción de contenidos interculturales.

Verificación de hipótesis

Planteamiento de hipótesis

Hipótesis (H0) = La producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. **no tiene impacto** en la comunidad universitaria.

Hipótesis (H1) = La producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. **tiene impacto** en la comunidad universitaria.

Selección del nivel de significación.

Para verificar la hipótesis se empleará un nivel de significación 0,05 con un nivel de confianza del 95%.

Cálculo para la comprobación de la hipótesis

Para comprobar la hipótesis se trabajó con la herramienta PSPP y se desarrolló la relación entre dos variables que permitieron comprobar la hipótesis de investigación (pregunta 3 y 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.5) donde se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla N°18: Relación variables 3 y 6.1

importancia	informa		Total
	,00	informa	
importante	49,00 70,00%	21,00 30,00%	70,00 100,00%
no importante	2,00 66,67%	1,00 33,33%	3,00 100,00%
Total	51,00 69,86%	22,00 30,14%	73,00 100,00%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Tabla N°19: Cálculo Chi² variable 3 y 6.1

Pruebas Chi-cuadrado.

Estadístico	Valor	df	Sig. Asint. (2-colas)	Sig. Exact.(2-tailed)	Sig. Exact.(1-tailed)
Chi-cuadrado de Pearson	,02	1	,902		
Razón de Semejanza	,01	1	,903		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,665
Corrección de continuidad	,00	1	1,000		
Asociación Lineal-by-Lineal	,01	1	,903		
N de casos válidos	73				

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Interpretación

Al calcular el cruce de las variables de la pregunta 3 (Si, No) y la pregunta 6.1 (la informa) se obtuvo un nivel de significancia de 0.665. Esto determinó que el valor es mayor a 0.05 y se validó la hipótesis nula, en la que se menciona que la producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. no tiene impacto en la comunidad universitaria.

Tabla N°20: Relación variables 3 y 6.2

importancia * incentiva [recuento, fila %].

importancia	incentiva		Total
	,00	incentiva	
importante	67,00 95,71%	3,00 4,29%	70,00 100,00%
no importante	3,00 100,00%	,00 ,00%	3,00 100,00%
Total	70,00 95,89%	3,00 4,11%	73,00 100,00%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Tabla N°21: Cálculo Chi² variable 3 y 6.2

Pruebas Chi-cuadrado.

Estadístico	Valor	df	Sig. Asint. (2-colas)	Sig. Exact.(2-tailed)	Sig. Exact.(1-tailed)
Chi-cuadrado de Pearson	1,06	1	,303		
Razón de Semejanza	1,03	1	,311		
Prueba exacta de Fisher				,554	,326
Corrección de continuidad	,18	1	,672		
Asociación Lineal-by-Lineal	1,05	1	,306		
N de casos válidos	73				

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Interpretación

Al realizar el cruce de las variables de la pregunta 3 (Si, No) y la pregunta 6.2 (incentiva a rescatar valores y saberes ancestrales) se obtuvo un nivel de significancia de 0.326. Esto determinó que el valor es mayor a 0.05 y validó la hipótesis nula en la que se menciona que la producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. no tiene impacto en la comunidad universitaria.

Tabla N°22: Relación variables 3 y 6.3
importancia * genera [recuento, fila %].

importancia	genera		Total
	,00	genera	
importante	44,00 62,86%	26,00 37,14%	70,00 100,00%
no importante	1,00 33,33%	2,00 66,67%	3,00 100,00%
Total	45,00 61,64%	28,00 38,36%	73,00 100,00%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Tabla N°23: Cálculo Chi² variable 3 y 6.3

Pruebas Chi-cuadrado.

Estadístico	Valor	df	Sig. Asint. (2-colas)	Sig. Exact. (2-tailed)	Sig. Exact. (1-tailed)
Chi-cuadrado de Pearson	,13	1	,714		
Razón de Semejanza	,26	1	,612		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,880
Corrección de continuidad	,00	1	1,000		
Asociación Lineal-by-Lineal	,13	1	,716		
N de casos válidos	73				

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Interpretación

Al realizar un cruce de variables entre la pregunta 3 (Si, No) y la pregunta 6.3 (genera sentido de pertenencia), se obtuvo un nivel de significancia de 0.880. Esto determinó que el valor es mayor a 0.05 y validó la hipótesis nula en la que se menciona que la producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. no tiene impacto en la comunidad universitaria.

Tabla N°24: Relación variables 3 y 6.4

importancia * abre [recuento, fila %].

importancia	abre		Total
	,00	abre	
importante	51,00 72,86%	19,00 27,14%	70,00 100,00%
no importante	3,00 100,00%	,00 ,00%	3,00 100,00%
Total	54,00 73,97%	19,00 26,03%	73,00 100,00%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Tabla N°25: Cálculo Chi² variable 3 y 6.4

Pruebas Chi-cuadrado.

Estadístico	Valor	df	Sig. Asint. (2-colas)	Sig. Exact. (2-tailed)	Sig. Exact. (1-tailed)
Chi-cuadrado de Pearson	1,10	1	,294		
Razón de Semejanza	1,85	1	,173		
Prueba exacta de Fisher				,563	,399
Corrección de continuidad	,14	1	,706		
Asociación Lineal-by-Lineal	1,09	1	,297		
N de casos válidos	73				

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Interpretación

El cruce de las variables de la pregunta 3 (Si, No) y la pregunta 6.4 (abre espacios de participación) en la herramienta estadística PSPP, se obtuvo un nivel de significancia de 0.399. Esto determinó que el valor es mayor a 0.05 y validó la hipótesis nula en la que se menciona que la producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. no tiene impacto en la comunidad universitaria.

Tabla N°26: Relación variables 3 y 6.5

importancia * entretiene [recuento, fila %].

importancia	entretiene		Total
	,00	entretiene	
importante	66,00 94,29%	4,00 5,71%	70,00 100,00%
no importante	3,00 100,00%	,00 ,00%	3,00 100,00%
Total	69,00 94,52%	4,00 5,48%	73,00 100,00%

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Tabla N°27: Cálculo Chi² variable 3 y 6.5

Pruebas Chi-cuadrado.

Estadístico	Valor	df	Sig. Asint. (2-colas)	Sig. Exact.(2-tailed)	Sig. Exact.(1-tailed)
Chi-cuadrado de Pearson	,18	1	,670		
Razón de Semejanza	,35	1	,557		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,842
Corrección de continuidad	,00	1	1,000		
Asociación Lineal-by-Lineal	,18	1	,672		
N de casos válidos	73				

Fuente: Comunidad universitaria.

Elaborado por: Yauli (2019).

Interpretación

Al calcular el cruce de las variables de la pregunta 3 (Si, No) y la pregunta 6.5 (la entretiene) se obtuvo un nivel de significancia de 0.842. Esto determinó que el valor es mayor a 0.05 y validó la hipótesis nula en la que se menciona que la producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. no tiene impacto en la comunidad universitaria.

Interpretación general

De acuerdo a los datos alcanzados en el cálculo del chi² con un nivel de significación 0,05 y un nivel de confianza del 95% se comprobó la hipótesis nula que señala que la producción intercultural de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M. no tiene impacto en la comunidad universitaria. Esto se da por la reducida audiencia que presenta el medio por parte de quienes conforman la Universidad Técnica de Ambato, institución a la que pertenece el medio. Otro de los factores que influye en la comprobación de la hipótesis es la inclinación de los oyentes a medios con mayor trayectoria y la promoción escasa del medio, esto según la comunidad universitaria.

Por otra parte, se evidenció el apoyo al aspecto intercultural por parte de los pocos oyentes de la radio. Manifestaron que mediante esta programación la gente se informa, el medio abre espacios de diálogo con representantes de los pueblos y nacionalidades del país, y así se genera sentido de pertenencia con ellos. Asimismo, ven a lo intercultural como un espacio de entretenimiento, en el cual aprender sobre aspectos interesantes de las culturas y se motivan a rescatar y conservar sus valores y saberes.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Para el desarrollo del presente capítulo se consideró el estudio ejecutado y los diversos puntos clave analizados, de los cuales se concluyó que:

- La comunicación es un acto omnipresente en el desarrollo social del ser humano, un hecho que no puede ser definido en un solo concepto debido a su complejidad y a los diversos usos que se le brinda. La comunicación es algo que se presenta no sólo en las relaciones interpersonales sino también en la de otros seres vivos, incluso, en circuitos.
- El fenómeno de la comunicación fue el punto de partida para el desarrollo de teorías y formas de gobierno social. A lo largo de la historia se constituyó como algo que une y divide a las comunidades, con base al sentido que toma.
- En el aspecto intercultural, la comunicación permitió su transformación porque fue una herramienta básica ante las revoluciones y críticas sociales que latía en los pueblos frente al contexto social, político y cultural al que se enfrentaban. Además, la comunicación posibilitó el reconocimiento de sus derechos y facultades reprimidas por ciertos sectores.
- En Ecuador, la producción de contenidos interculturales tomó fuerza, como un derecho al acceso de la comunicación y a los medios propios de los pueblos y nacionalidades del país, gracias a la ejecución del Plan Nacional para el Buen Vivir o Sumak Kawsay decretado en la Constitución de 2008 y de la Ley Orgánica de Comunicación promulgada en 2013. Pese a los retos que presentó la aplicación de estos decretos, los medios (públicos, privados y comunitarios) trabajaron en contenidos que cumplan aquella expectativa.
- A nivel local, radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M., es un medio que, por su naturaleza como medio público, también asumió esta responsabilidad, y después de un estudio basado en la perspectiva de la audiencia, el equipo de la radio y personas vinculadas a la cultura y especializada en la misma, evidenció que suproducción general e intercultural no genera impacto en los oyentes del

alma máter, debido a la inclinación que reflejan los radio escuchas hacia medios con más trayectoria en el ámbito radial.

- La radio universitaria es un medio reciente que cuenta con un reducido personal, debido al reducido interés por parte de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato. Por esto se requiere trabajar en el empoderamiento del medio por parte de los estudiantes de Comunicación Social, esto les permitirá potencializar sus habilidades y aportará a su experiencia. En consecuencia, podrían prestar sus servicios profesionales y fortificarán la imagen corporativa de Primicias.
- La Carrera de Comunicación Social cuenta con un repositorio de productos radiales elaborados por los estudiantes, pero se desconoce de los mismos porque no se han entregado a radio Primicias.
- Los contenidos que transmite la emisora son variados, pero en el ámbito intercultural (en referencia a lo establecido la Ley Orgánica de Comunicación) se cumple únicamente con el espacio establecido por la Ley más no se trabaja en otras iniciativas.
- Por otra parte, previo a la elaboración de algún contenido intercultural es necesario investigar en profundidad, es decir, ir a la fuente real, visitar a las comunidades, palpar su realidad, invitarlos a participar en el medio y luego desarrollar el mensaje previo a su difusión. Así, los mensajes serán llamativos para los oyentes, crearán un vínculo y generarán sinergia mediante la difusión de datos nuevos, relevantes e interesantes, diferentes a los que normalmente se emiten.

REFERENCIAS

1. Aguaded, I., & Martín-Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias: Panoramainternacional y perspectivas futuras. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, p. 64.
2. Aguado, J. (2004). Introducción a las teorías de la comunicación y la información.
Obtenidode:[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
3. Araya, C. (2000). El ritmo como instrumento de análisis de programas radiofónicos, Revista Educación, p.175-182.
4. Araya, C. (2003). Cómo planear un programa de radio, Revista Educación, p.191-200.
5. Araya, C. (2006). Cómo producir un programa de radio, Revista Educación, p.165-172.
6. Arosena, L., & Agosto, F. (2008). Comunicación en conflictos interculturales. Universidad de Guanajuato.
7. Barragán, V., & Garzón, B. (2016). Radios de las Nacionalidades en Ecuador. Un proceso de acción, de los derechos a la comunicación. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, p. 275-292.
8. Breton, P & Proulx, S. (2002). La explosión de la comunicación, Quito, Ecuador: Producciones digitales Abya-Ayala.
9. Cardoso, M. (2009). Historias de radio. Ecuador. Editorial Quipus CIESPAL.
10. Carvajal, L. (2013). Metodología de la investigación como ciencia del conocimiento. Obtenido: <https://www.lizardo-carvajal.com/metodologia-de-la-investigacion-como-ciencia-del-conocimiento/>
11. Comunicación, C. d. (2015). Ley Orgánica de Comunicación. CORDICOM.
12. Diario El Nacional. (2009). El nacimiento de la prensa escrita. Obtenido de: <https://elnacional.com.do/el-nacimiento-de-la-prensa-escrita/>
13. Duche, J. (2018). La radio comunitaria y la gestión de espacios de participación de la nacionalidad Achuar de Pastaza. Obtenido de: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29015/1/FJCS-CS-546.pdf>

14. El Telégrafo. (2019). La Contraloría encuentra irregularidades en la concesión de frecuencias. Obtenido de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/contraloria-irregularidades-concesion-frecuencias>
15. ESPOCH. (2012). La nueva Radio Politécnica On Line al servicio de la ciudadanía. Obtenido de: http://oldwww.espoch.edu.ec/index.php?Action=ver_evento&id=280
16. Fiske, J. (1985). La teoría de la comunicación. Obtenido de: <https://idolotec.files.wordpress.com/2012/02/modelo-de-shannon-y-weaver1.pdf>
17. Gandler, S. (2009). Fragmentos de Frankfurt: ensayos sobre la teoría crítica, México D.F, México: Siglo Veintiuno Editores.
18. Gasparello, G. (2012). No morirá la flor de la palabra. La radio comunitaria indígena en Guerrero y Oaxaca. Scielo Analytics, p. 133 – 154.
19. Gil, A. (2011). Pasión por la radio. Obtenido de: <https://anagilrebollo.wordpress.com/2011/03/07/breve-historia-de-la-radio-2/>
20. Graterol, R. (2011). Métodos de investigación. Obtenido de <https://jofillop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf>
21. Grimson, A. (2001). Interculturalidad y Comunicación. Colombia. Grupo editorial Norma.
22. Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el “efecto ideológico”. México. Obtenido de: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35538744/hall_la_cultura_y_el_efecto_ideologico.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa_cultura_los_medios_de_comunicacion_y.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190807%2Fus-east-1%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190807T032332Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=afdce635a424833154f5250079b76f214c3b898154fad0fcf7c5cc772d6f1d41
23. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México. McGRAW-HILL Education.
24. Huidrobo, J. (2011). Radiocomunicaciones. Viajando a través de las ondas. España. Creaciones COPYRIGHT.
25. Kaplún, M. (1999). Producción de programas de radio: el guión-la realización, Quito, Ecuador: Editorial Quipus-CIESPAL.

26. La Hora. (2019). UTC radio ya está al aire con emisiones de prueba. Obtenido de: <https://lahora.com.ec/cotopaxi/noticia/1102233605/utc-radio-ya-esta-al-aire-con-emisiones-de-prueba>
27. López, J. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?, Revista Chasqui, p. 51-54.
28. Maisanche, F. (2017). El Pueblo Salasaka tiene su propia emisora de radio. El Comercio. Obtenido de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/salasaka-emisora-radiocomunitaria-tungurahua-intercultural.html>
29. Maisanche, F. (2018). La radio Primicias de la Cultura fue inaugurada en la U. Técnica de Ambato. El Comercio. Obtenido de: elcomercio.com/actualidad/radio-inauguracion-universidad-tecnica-ambato.html
30. Maruri, A. (2017). Difusión de programas culturales y la participación de estudiantes de comunicación social en la radio on line primicias de la cultura de la Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. Obtenido de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25682/1/FJCS-CS-475.pdf>
31. Moyano, J & Ojeda, A. (2000). Epistemología e historia de la ciencia. Jakobson, Peirce y las funciones del lenguaje. Obtenido de: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/4452/45%20-%20Jakobson.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
32. Muñoz, B. (2011). La Industria Cultural como industria de la conciencia: el análisis crítico en las diferentes generaciones de la teoría de la Escuela de Frankfurt. Constelaciones – Revista de Teoría Crítica, 3, p. 61–89.
33. McQuail, D. (1991). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Segunda edición, revisada y ampliada, Barcelona, España: Paidós Ibérica, S.A.
34. McQuail, D. (2012). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Tercera edición revisada y ampliada. Obtenido de: <https://locucionucvcohortelvii.files.wordpress.com/2012/06/introduccion-a-la-teoria-de-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>
35. Olmo, J. (1998). Nueva radio para nuevos tiempos con nuevos modos entre nuevos medios. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/3292/1/SaizOlmo,Jesus98-99.pdf>
36. Otero, E. (2004). Teorías de la comunicación, Santiago de Chile, Chile: Editorial Universitaria.

37. Piedra, Y. Moya, N. & Martínez, Y. (2017). Aportes de Néstor García Canclini a la problemática de la identidad cultural. *Revista caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/07/nestor-garcia-canclini.html>
38. Pérez, L. & Cardoso, R. (2014). Construcción del Buen Vivir o Sumak Kawsay en Ecuador: una alternativa al paradigma de desarrollo occidental. *Contribuciones desde Coatepec*, (26), p. 49-66.
39. Prieto, I., Durante, E., & Ramos, M. (2008). Experiencia educativa de la radio en América Latina, *Revista de Ciencias Sociales*, p. 64.
40. Punin, M., & Rivera, D. (2014). Las primeras huellas del periodismo ecuatoriano. De la censura a la libertad de prensa, *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, p. 116-123.
41. Rizo, M. (2014). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. Obtenido de: http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/17_esp.pdf
42. Rodríguez, D. (2005). *Poder*. Niklas Luhmann, Barcelona, España: Antrophos Editorial.
43. Rodríguez, M. (2013). Guía de tesis. Obtenido: <https://guiadetesis.wordpress.com/tag/investigacion-bibliografica-y-documental/>
44. Rosas, P. (2014). Periodismo intercultural y el lenguaje desde el silencio, *Universitas*, p. 127- 150.
45. Sánchez, M. (2019). Fundamentos de radio [Material de aula]. Quinto semestre de Comunicación Social, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
46. Sercovich, A. (1973). Charles Sanders Peirce. La ciencia de la semiótica. Obtenido de: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semi%C3%B3tica.pdf>
47. Tuts, M. (2007). Las lenguas como elementos de cohesión social. Del multilingüismo al desarrollo de habilidades para la comunicación intercultural, *Revsita de Educación*, vol. (343) ,p. 35-54.
48. UNLZ, S. (2015). Comunicación I Barbero. Obtenido de: <https://unlzsocialesresumenes.files.wordpress.com/2015/07/comunicacic3b3n-i-barbero.doc>
49. Urteaga, E. 2009. Orígenes e inicios de los estudios culturales. *Gaceta de Antropología*, 25(1).

50. Vázquez, M. (2015). La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. *Comunicación y medios* N° 31, 152.
51. Vinuesa, F. (2017). Manejo de contenidos radiales hacia la interculturalidad en el cantón Pelileo. Obtenido de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26884/1/FJCS-CS-504.pdf>
52. Viteri, W. (2014). Teorías de la comunicación [Material de aula]. Primer semestre de Comunicación Social, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
53. Walsh, C. (2007). Un pensamiento y posicionamiento “otro” desde la diferencia colonial. Obtenido de: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34414185/Políticas_del_conocimiento_Giro_decolonial.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl_giro_decolonial.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190820%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190820T201423Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=9a613cc5d87ea87ca4ca3799d0fe47516734a508104f2822a0b6d3fb585e0a26#page=45
54. Zúñiga, C. (2017). El nivel de los periodistas sobre los elementos teóricos de Comunicación Intercultural y su incidencia en la producción de contenidos en medios audiovisuales. Estudio comparativo de TC Televisión, Canal Uno, Radio Centro y Radio City. Ecuador. Obtenido de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7933/1/T-UCSG-PRE-FIL-CCS-159.pdf>

ANEXOS

Incentiva a rescatar valores y saberes ancestrales

La entretiene

Genera sentido de pertenencia

7. ¿Qué cree que se debería hacer en radio Primicias para fortalecer la comunicación intercultural?

Contar con personal de distintas nacionalidades Trabajar en contenidos locales

Elaborar más contenidos

Otra ¿Cuál?.....

Gracias por su colaboración

Entrevistas



Wilson Jerez – Director de Identidad Radio Cultural

José Caluña – Director de Cultura del H. Gobierno Provincial de Tungurahua



Edgar Castellanos – Periodista profesional

Santiago Cruz – Director de radio Primicias de la Cultura 104.1 F.M.





Nicolay Pangol – Antropólogo