



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

**TEMA:**

---

**“LA RADIO PRIVADA AFECTA A LA DEMOCRATIZACION DE LA PALABRA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, EN EL AÑO 2011”.**

---

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social.

**Autor:**

Luis Fernando Lozano Jimbo

**Tutor:**

Lic. Mg. Guillermo García

Ambato- Ecuador

2014

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema: “LA RADIO PRIVADA AFECTA A LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PALABRA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, EN EL AÑO 2011” del Sr. Lozano Jimbo Luis Fernando, egresado de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe para su correspondiente estudio y calificación...

Ambato, 14 de enero del 2014

.....  
Lic. Mg. Guillermo García  
TUTOR

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los Miembros de Tribunal de Grado, APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “LA RADIO PRIVADA AFECTA A LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PALABRA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, EN EL AÑO 2011”, presentado por el Sr. LOZANO JIMBO LUIS FERNANDO de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,.....

Para constancia firman:

.....  
Presidente

.....  
Miembro

.....  
Miembro

## **AUTORÍA**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “LA RADIO PRIVADA AFECTA A LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PALABRA EN EL CANTÓN PALLATANGA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, EN EL AÑO 2011” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, 14 de enero del 2014

## **EL AUTOR**

Luis Fernando Lozano Jimbo

C.I 1804167623

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 14 de enero del 2014

## **EL AUTOR**

Luis Fernando Lozano Jimbo

11C.I 1804167623

## **DEDICATORIA**

A mi familia por su comprensión y apoyo en el desarrollo de este trabajo.

**EL AUTOR**

Luis Fernando Lozano Jimbo

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica de Ambato por su excelencia educativa.

A mis maestros en especial al Licenciado Guillermo García por dirigir de manera acertada mi investigación

EL AUTOR

Luis Fernando Lozano Jimbo

## ÍNDICE GENERAL

<b>A. PAGINAS PRELIMINARES</b>	<b>Págs.</b>
Portada.....	i
Aprobación del Tutor .....	ii
Aprobación del Tribunal de Grado .....	iii
Autoría.....	iv
Derechos de Autor.....	v
Dedicatoria .....	vi
Agradecimiento .....	vii
Índice general .....	viii
Índice de tablas.....	xii
Índice de gráficos .....	xiii
Resumen ejecutivo .....	xiv
<b>B. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>

### CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.....	3
Contextualización.....	3
Macro .....	3
Meso.....	4
Micro.....	5
Árbol de problemas .....	10
Análisis crítico .....	11
Prognosis.....	12
Formulación del problema .....	13
Preguntas directrices .....	13
Delimitación de la investigación.....	13
Justificación.....	14
Objetivos .....	16



Objetivo general .....	16
Objetivos específicos .....	16

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Antecedentes investigativos .....	17
Fundamentaciones .....	19
Filosófica.....	19
Axiológica.....	20
Legal.....	20
Categorías fundamentales .....	27
Constelación de ideas de la variable independiente .....	28
Fundamentación teórica variable independiente .....	30
Medios de información .....	30
Medios de información electrónica .....	32
La radio .....	36
La radio privada .....	41
Fundamentación teórica variable dependiente .....	47
Comunicación .....	47
Axiomas de la comunicación. ....	49
Comunicación alternativa.....	51
Medios alternativos .....	54
Democratización de la palabra .....	56
Formulación de hipótesis .....	64
Señalamiento de variables.....	64

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGIA**

Enfoque de la investigación. ....	65
Modalidad básica de la investigación .....	65

Nivel o tipo de investigación.....	66
Población y muestra .....	66
Operacionalización de variables .....	68
Operacionalización de la variable independiente: la radio privada .....	68
Operacionalización de la variable dependiente: democratización de la palabra... 69	
Técnicas e instrumentos .....	70
Plan para la recolección de información .....	71
Plan para la recolección de información .....	72
Plan de procesamiento de análisis de la información.....	73
Análisis e interpretación de resultados.....	73

#### **CAPÍTULO IV**

##### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Análisis e interpretación de resultados.....	74
Encuesta dirigida a la comunidad pallatanguña .....	74
Verificación de la hipótesis.....	86

#### **CAPITULO V**

##### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones .....	91
Recomendaciones.....	92

#### **CAPITULO VI**

##### **PROPUESTA**

Datos informativos .....	93
Antecedentes .....	94
Justificación.....	95
Objetivos .....	96
General.....	96

Específicos.....	96
Análisis de factibilidad.....	96
Fundamentación científico-técnica .....	101
Administración de la propuesta.....	125
Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta.....	126

## **C. MATERIAL DE REFERENCIA**

Bibliografía .....	128
Anexos .....	131

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Págs.</b>
Tabla 1. Radios Comunitarias a nivel nacional en Frecuencia Modulada .....	7
Tabla 2. Situación demográfica del cantón Pallatanga .....	66
Tabla 3. Variable independiente: La Radio Privada .....	68
Tabla 4. Variable dependiente: Democratización de la palabra.....	69
Tabla 5. Variable Independiente: Recolección de Información.....	71
Tabla 6. Variable Dependiente: Recolección de información .....	72
Tabla 7. Porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad Pallatanguña.....	74
Tabla 8. Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por ubicación ..	75
Tabla 9. Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por edad .....	76
Tabla 10. Porcentaje de personas si saben que es la Radio Comunitaria.....	77
Tabla 11. Porcentaje de personas que conocen si existen Radios Comunitarias en su comunidad.....	78
Tabla 12. Porcentaje de personas que escuchan el tipo de radio .....	79
Tabla 13. Porcentaje de personas que consideran que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas. ....	80
Tabla 14. Porcentaje de personas que dicen que se pueden expresar libremente.	81
Tabla 15. Porcentaje de horas que las personas del cantón dedican a escuchar la radio .....	82
Tabla 16. Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a su horario de preferencia ...	83
Tabla 17. Porcentaje de radioescuchas de acuerdo programas que prefieren .....	84
Tabla 18. Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a la música que prefieren.....	85
Tabla 19. Datos observados fo .....	87
Tabla 20. Datos esperados fe .....	88
Tabla 21. Cálculo del chi cuadrado .....	88
Tabla 22. Análisis de porcentajes representativos .....	90
Tabla 23. Matriz del plan de acción .....	122
Tabla 24. Programación de la radio .....	123
Tabla 25. Monitoreo y evaluación de la propuesta .....	127

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Págs.</b>
Gráfico 1. Árbol de Problemas.....	10
Gráfico 2. Red de Inclusiones Conceptuales.....	27
Gráfico 3. Constelación de ideas de la variable Independiente .....	28
Gráfico 4. Constelación de ideas de la variable Dependiente.....	29
Gráfico 5. Porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad pallatanguña.....	74
Gráfico 6. Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por ubicación .....	75
Gráfico 7. Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por edad .....	76
Gráfico 8. Porcentaje de personas si saben que es la Radio Comunitaria.....	77
Gráfico 9. Porcentaje de personas que conocen si existen Radios Comunitarias en su comunidad .....	78
Gráfico 10. Porcentaje de personas que escuchan el tipo de radio .....	79
Gráfico 11. Porcentaje de personas que consideran que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas. ....	80
Gráfico 12. Porcentaje de personas que dicen que se pueden expresar libremente. ....	81
Gráfico 13. Porcentaje de horas que las personas del cantón dedican a escuchar la radio .....	82
Gráfico 14. Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a su horario de preferencia .....	83
Gráfico 15. Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a los programas que prefieren.....	84
Gráfico 16. Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a la música que prefieren..	85

## RESUMEN EJECUTIVO

La implementación de una radio comunitaria en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo busca el entretenimiento, la educación y, por sobre todo, la participación activa de los radioescuchas para que no solamente sean oyentes del medio, sino para que también hagan escuchar sus voces en lo referente a las diferentes necesidades que tiene su comunidad y lograr de esta manera una democratización de la palabra, utilizando para ello técnicas y herramientas comunicativas de fácil acceso que los transformen en los partícipes principales de la programación.

La presente investigación se realizó pensando en sus protagonistas “los habitantes de la comunidad” quienes constituyen la base primordial para la ejecución del proyecto y es por ello que el proyecto busca enlazarse con las costumbres de la comunidad para tomarlas como referencia y trabajar en base a ellas.

Hay que resaltar que esta investigación está basada en fuentes reales en donde a través de las encuestas realizadas se apunta a que es necesaria la implementación de una radio comunitaria en este sector para lograr el cambio social.

**Descriptor:** Radio comunitaria, democratización, participación, comunidad, acceso, cambio social.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación que tiene como tema: “La radio privada y la democratización de la palabra, en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo” pretende dilucidar la importancia que tiene en el aspecto comunicacional la participación de los ciudadanos o ciudadanas comunes, de aquellos a quienes durante tanto tiempo se les ha silenciado de una manera soterrada al no darles los espacios necesarios dentro de los medios de información masiva, mal llamados “medios de comunicación”.

Para que hagan escuchar sus voces que se levantan inconformes ante quienes se creen propietarios absolutos de la verdad por el simple hecho de escribir para un medio impreso, estar al frente del micrófono de una emisora o ser visto en una pantalla de televisión. El valor de esta investigación reside en la necesidad de conocer el nivel de democratización de la palabra.

Dentro de los procesos de vinculación de los medios de comunicación de esta localidad frente a la comunidad Pallatanguña. Evaluar el aporte de ésta en el desarrollo (comunitario, social, cultural educativo, científico, ambiental, etc.) así como buscar las alternativas donde el proceso comunicativo sea democrático a través de un medio que permita a la comunidad expresar sus necesidades más comunes.

Cabe destacar que el presente estudio se enmarcó dentro del tipo descriptivo y de campo y estuvo fundamentado en las teorías sociológicas en relación a los medios. Se presentó a través de los siguientes capítulos:

El primero denominado: EL PROBLEMA, contiene una reseña histórica donde se describe como fue evolucionando la radio a nivel mundial, también se encuentra la historia de la primera radio. El surgimiento de las radios comunitarias en el Ecuador, se describe los obstáculos que tuvieron dichas radios y se contabiliza cuantas radios comunitarias en FM están registradas, seguidamente se repasa como fue el inicio de la radio en el cantón Pallatanga y se describe el

estado actual de estos medios radiales, además se formula el problema donde se encuentran las consecuencias por la falta de un medio alternativo y en base a esto se generan objetivos para la investigación.

El capítulo II denominado: MARCO TEÓRICO, en él se señalaron las nuevas formas de hacer periodismo, se repasa propuestas de medios de comunicación alternativos, y su sustento filosófico y legal de acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador y la nueva Ley de Comunicación.

En el Capítulo III se presentó la metodología de la investigación, el enfoque crítico – propositivo que acoge y su forma de llevar el estudio; la muestra que se obtiene de acuerdo al total de la población pallatanguña, se realiza además la operacionalización de variables y en las técnicas se encuentra a las encuestas como un instrumento.

El Capítulo IV se dedicó a presentar el Análisis e Interpretación de Resultados obtenidos en la investigación, mediante tabulaciones, gráficos y cuadros estadísticos.

En el Capítulo V se presentaron las Conclusiones y Recomendaciones obtenidas de la investigación, que se constituyeron en guías eficaces para realizar la propuesta y hacerla factible.

Para finalizar, en el Capítulo VI se encuentra la Propuesta, un capítulo que contiene información sobre la estructura de un medio de comunicación alternativo como es la radio comunitaria, sus fundamentos teóricos, la programación y los equipos técnicos necesarios para hacerla factible.

Se concluye con la bibliografía y los anexos en los que se han agregado los instrumentos que se aplicaron en la investigación de campo.



# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### Planteamiento del problema

#### *Contextualización*

#### **Macro**

Los antecedentes más remotos de la radio deben ser situados a principios del siglo XIX: con el invento de la pila voltaica, las agujas magnéticas, el código Morse, la telefonía.

Pero no solo la telegrafía y la telefonía intervinieron en la aparición de la radio. El descubrimiento de ondas electromagnéticas y el primer receptor de radio permitieron ver la esencia de la telegrafía sin hilos.

Con esto las señales sonoras pudieran propagarse a algo menos de 20 kilómetros de distancia en forma inalámbrica y después la transmisión de la voz humana.

Desde entonces el ser humano se ha servido de este medio para ejercer un poder muy importante sobre las sociedades dejando de lado la función social y el papel educador que tuvo la radio en sus inicios.

Es por eso que, a decir de VILLAMAYOR C. y LAMAS E. (1998) “*el mundo entero empieza a dar un giro con las radios comunitarias dando la oportunidad de manifestarse a los que no tienen voz*”

Ya en el año 1983 se articulan formalmente a nivel mundial la radio comunitaria cuando 600 radialistas de diversos países crean la Asociación

Mundial de Radios comunitarias (AMAR) cuyo organismo cuenta en la actualidad con la presencia de 102 naciones de los cinco continentes, representando apenas el 7%, mientras que las radios privadas logran un 85%.

Parafraseando a LÓPEZ J. (1997)

*“Una radio puede llamarse comunitaria cuando promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disquera. Cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, cuando no se somete a la lógica del dinero ni de la propaganda, pues su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político que trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la democracia. En definitiva y por ello, el nombre de construir comunidad”.*

Sin duda una radio como la mencionada en el párrafo precedente vuelve a su misión casi perdida: La liberación de la palabra y la democratización de esta ofrece a las comunidades, pueblos y agrupaciones sociales, dar a conocer a las autoridades y demás sociedades sus necesidades básicas y problemas sociales más comunes.

## **Meso**

Según lo sostienen VILLAMAYOR C. y LAMAS E. (1998) “existen en América Latina aproximadamente mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas.

Se identifican por sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías en el poder. Se reconocen también por no tener fines de lucro. Esto no les impide crecer, intentando una inserción en el mercado”

## **Micro**

Ecuador como muchos países de principio de siglo, no disponía de tecnología avanzada para contar con estaciones radiales y lo poco que se sabía, era gracias a unos contados entusiastas de esta nueva forma de comunicarse, las noticias llegaban en revistas o libros que eran leídos por unos escasos privilegiados.

Para encontrar la primera radio en el Ecuador, hay que remontarse hasta 1925, es el año donde aparece radio “El Prado” en la ciudad de Riobamba; después, en 1929 aparece radio HCIDR y en 1930 la radio cristiana HCJB.

Los antecedentes de la radio comunitaria se remontan al año 1987 cuando en uno de los barrios marginales de Quito (Atucucho) empieza a transmitir “radio lobo estéreo” que en ese entonces tenía una programación local en la que se difundían los problemas e inquietudes más cotidianos de dicho barrio.

En 1988 formalmente se conforma la coordinadora de radios Populares y educativas del Ecuador (CORAPE) que trabaja por el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias del Ecuador, única organización que agrupa a emisoras y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional.

Al hacer una breve revisión histórica, se encuentra que en el año 1992 la ley ecuatoriana no reconocía la radio comunitaria. Obtener una licencia era muy complejo y un proceso muy largo, se tenía que esperar por varios años y a la larga fracasaba, al menos que se tuviera buenos contactos políticos.

Las radios comunitarias fueron reconocidas en 1996, cuando se aprobó una ley que ayudaba en abastecimientos especiales a estas.

Sin embargo esa misma ley establecía restricciones, impidiendo toda actividad comercial, dejando en peligro de extinción a estos medios.

En este mismo año la CORAPE presentó ante el Tribunal de Garantías Constitucionales una demanda de inconstitucionalidad de fondo al artículo 6 del Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión (1996), con el argumento de que éste no reconocía la concesión de frecuencias para radios comunitarias de propiedad de diversos actores sociales, y que sólo permitía la concesión para estaciones de radiodifusión de “servicio comunal” otorgadas a las comunas legalmente constituidas (de acuerdo con la Ley de Organización y Régimen de las Comunas) previa verificación e informe favorable del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

Pero esta no era la única discriminación para las radios comunitarias en ese entonces ya que además, se podrían citar las siguientes:

1. Prohibición de la publicidad comercial y, por supuesto, ningún subsidio para sobrevivir.
2. Limitación de su potencia. El techo en AM era de 300 vatios y de 150 en FM, “con lo cual fueron condenadas a muerte.
3. Limitación en la programación. Solo podían emitir programas culturales y educativos. Nada de información ni entretenimiento. La idea era hacer a estas radios lo más pesadas posible, para que nadie las escuchara.
4. Sometimiento a la Ley de Seguridad Nacional, “por los riesgos que implicaba una radio de esta naturaleza”. Esos “riesgos” fueron expuestos con claridad por Raúl Izurieta Mora Bowen, conocido empresario radiodifusor, quien había alertado en esa época que este tipo de radios aparecieron en Cuba y que rápidamente se expandieron en América Latina, que tenían su sede en Quito y que se dedicaban “al terrorismo y al narcotráfico”.

En estas condiciones, nadie solicitaba una frecuencia para las radios comunitarias pues era “meterse en una emboscada”.

Recién en el 2002, tras una lucha conjunta entre la Corape, la Ecuarrunari y la CONAIE, se logró eliminar dichas discriminaciones de la Ley. “Dos logros adicionales se obtuvieron: volver a su denominación de radios comunitarias y la incorporación de un artículo en el que se aceptaba la igualdad ante la ley para las radios comunitarias en relación con las privadas y públicas. Según la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel) en el Ecuador existen actualmente 18 emisoras que funcionan con frecuencia de tipo comunitaria. Al menos así consta en el listado mensual de frecuencias de acceso público en su portal web. Estas radios están en Frecuencia Modulada (FM) y en ocho provincias.

**Tabla 1.** Radios Comunitarias a nivel nacional en Frecuencia Modulada

<b>Las radios comunitarias en Ecuador</b>			
<b>Provincia</b>	<b>Nombre estación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Lugar/estudio</b>
Bolívar	Salinerito FM	88,7	Salinas - Guaranda
Bolívar	Salinerito FM	89,9	Salinas - Guaranda
Esmeraldas	Chachi	89,5	Esmeraldas
Esmeraldas	Epeara Siapidaarade	90,7	Borbón
Imbabura	La Salinera FM	88,9	Salinas
Imbabura	Ampara Su	90,7	Ibarra
Morona S.	La voz de la Nae	89,7	Taisha
Morona S.	La voz d la Cascada	92,1	Leonidas Plaza
Orellana	Ñucanchi Muscuy	92,3	Loreto
Pastaza	Wao Apeninka	91,1	Puyo
Pastaza	Kichwa radio	92,3	Arajuno
Pastaza	Sapara	92,7	Puyo
Pastaza	Tarimiat	93,5	Puyo
Pastaza	La voz de Tuna	94,7	Puyo
Pastaza	Wao Mokotso	95,9	Puyo
S. Domingo	Seque Pamin	102,5	Santo Domingo
Sucumbíos	Siona	89,7	Nueva Loja
Sucumbíos	Tsanda Jenfa	90,9	Nueva Loja

**Fuente:** SUPERTEL

**Elaborado por:** Investigador

En este listado de la Supertel no constan las radios de la Coordinadora de Radios Populares y Educativas (Corape), la cual tiene 34 emisoras. Estas también fueron creadas por las comunidades y su programación es de corte comunitario.

Según DAVILA, G. (2007) secretaria ejecutiva de Corape, las radios comunitarias que actualmente existen en el país solo llegan al 2% del 34% del espectro radioeléctrico que corresponde a este tipo de medios, según la nueva Ley de Comunicación.

Para los **pallatangueros** tener una emisora radial era un sueño. Ese sueño se hace realidad en 1985, gracias a la iniciativa de Hemilton Nolivos y Rafael Luna. Las primeras pruebas se llevaron a cabo en el mes de septiembre, la gente al oír la identificación de “La Voz de Pallatanga” y la música que transmitía se puso alegre y entusiasta. El estudio provisional comenzó a funcionar en Pilchipamba, en la casa de su padre Vicente.

Luego de intensas gestiones y con la asesoría de Ismael Tufiño, consiguieron, en la Dirección Nacional de Frecuencias, la autorización respectiva para que funcione legalmente esta emisora. La voz de Pallatanga se inauguró el uno de noviembre de 1985, en una solemne ceremonia, en donde se les tributó un justo reconocimiento a sus gestores afirma TUFÍÑO, I. (2008)

Actualmente existen dos radios comerciales: “La Voz de Pallatanga” en amplitud modulada (AM), cuya programación carece de misión radial, e infraestructura. Además el poco personal que ahí labora no cuenta con título profesional.

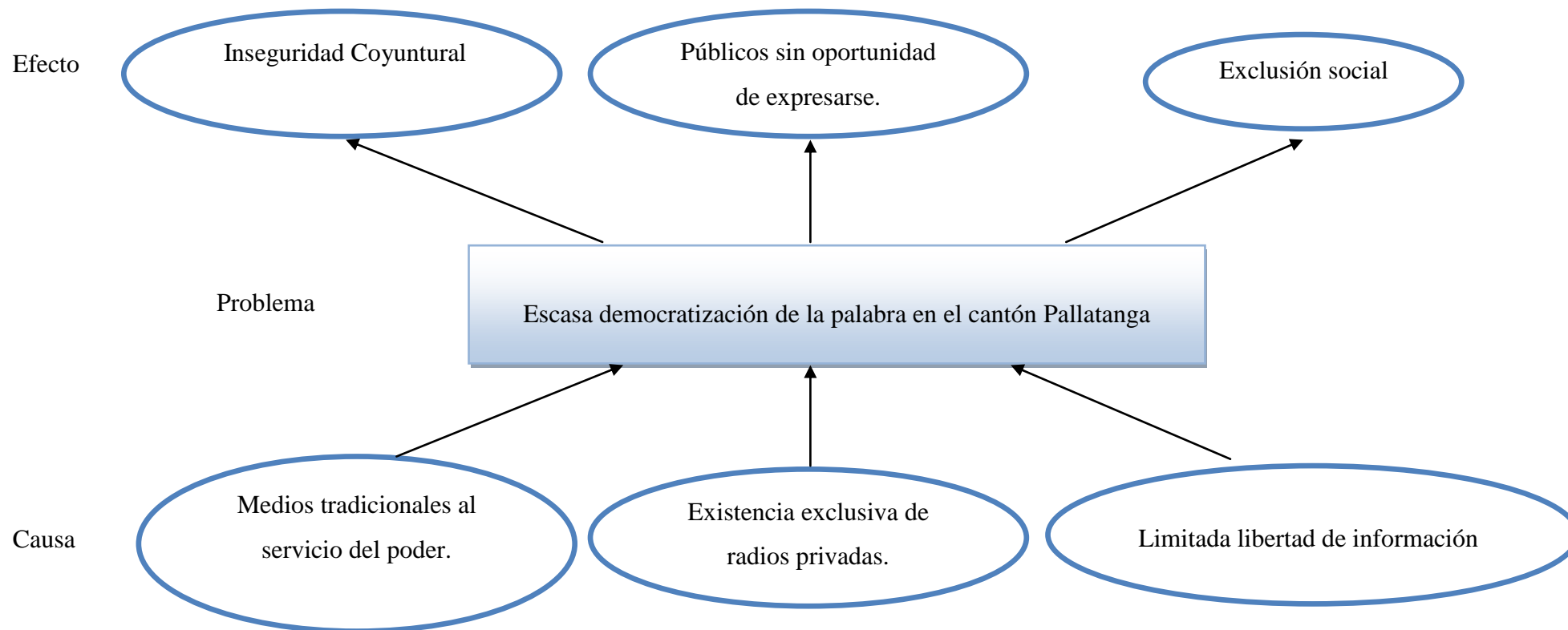
Aunque han transcurrido ya más de 25 años desde su creación, dicha radio todavía no es funcional ya que tienen que afrontar problemas no solo de índole económico para adquirir los equipos técnicos necesarios, sino también de calidad de contenidos, es decir, debe haber una profesionalización del personal que allí labora, de forma tal que logren la satisfacción de la colectividad a la que sirven.

“Primavera” es otra de las emisoras, pero a diferencia de la anterior, esta transmite en frecuencia modulada FM, con escasa programación y en mayor porcentaje de programación musical. Su infraestructura es deficiente, la tecnología escasa, así como el personal profesional que allí labora. Sus equipos son apenas ajustados a la necesidad. Desprolija por nacimiento esta radio se mantiene al aire con mejor suerte de aceptación que la anterior.

Estos dos medios radiales se deben a un mismo dueño, empresario de suma importancia en el cantón; quien ve a estos medios desde lo empresarial y ha dejado totalmente de lado el aspecto social por tal motivo su programación es rutinaria, sin contenidos que ayuden al desarrollo de la comunidad.

Por ende, en estas emisoras los espacios participativos para la comunidad, son deficientes lo que ocasiona que exista una escasísima democratización de la palabra, y siguen un proceso rutinario de manejo y manipulación de poder.

## Árbol de problemas



**Gráfico 1.** Árbol de Problemas

**Fuente:** Investigador

**Elaborado por:** Investigador



## **Análisis Crítico**

La radio es uno de los medios de comunicación de más fácil ingreso a los hogares y tiene la obligación de entretener, orientar y educar a la sociedad.

El escaso conocimiento sobre medios de comunicación alternativos que incentiven a valorar las costumbres propias de cada rincón del país, a respetar a la familia y a dar a conocer los problemas y necesidades de la comunidad ha ocasionado la persistencia de los medios tradicionales al servicio del poder.

La creación de un medio alternativo que difunda mensajes con valores éticos en los que se involucre a la sociedad en una práctica educativa, real y humana de sus vivencias y problemas cotidianos permitirá educar y comprender las costumbres, conocimientos y hábitos de los ciudadanos del cantón Pallatanga.

Por otra parte, la existencia exclusiva de radios privadas en el cantón Pallatanga mantiene a los públicos de la comunidad sin la oportunidad de expresarse.

Por si esto fuera poco, la poca diversidad en la programación de esas radios privadas, deja brechas al momento de comunicar, informar y entretener, incumpliendo así con el objetivo de un medio.

Además, la no delimitación de los objetivos y metas para conformar la programación radial acorde a sus audiencias por parte de las radios privadas del cantón, ha repercutido en que haya una carencia de una misión que deban cumplir en el manejo cotidiano de la comunicación para el desarrollo que beneficie directamente a la comunidad Pallatanguña.

Mediante la participación de todos los actores del entorno de forma abierta y muy flexible, es decir un verdadero medio de comunicación orientado a democratizar la palabra y que se elimine esa limitada libertad de información.

## Prognosis

La radio privada al mantener su programación musical, solo hace que la opinión de la gente quede sin escucharse y al no existir espacios para diferentes grupos sociales conlleva a una comunicación poca participativa entre el medio de comunicación y la sociedad.

Es necesario plantear proyectos para impulsar en la creación de medios alternativos, sin estas investigaciones no se podrá beneficiar ni exigir nada de lo antes mencionado.

La participación de la sociedad con estos medios es crucial, caso contrario no tendrá fundamento de medio alternativo, lo que en el desarrollo comunicacional dejaría muchas brechas como es el caso de los medios privados cuyas programaciones están enfocadas únicamente en mejorar sus ingresos económicos.

Según sostiene LÓPEZ, J (1997) *“uno de los desafíos de la radio para el nuevo milenio es poner en el escenario todo criterio”*, es decir que los medios están para dar paso a todos quienes quieran expresarse y así lograr una mejor democratización de la palabra.

De ahí que un medio alternativo como la Radio comunitaria es una iniciativa hacia la comunicación para el desarrollo que tiene como propósito satisfacer la gran necesidad de la comunidad a la que sirve de ser informada y poner en común todos los problemas sociales de la misma, a la vez que lucha por eliminar todo estereotipo comunicacional.

De continuar presentándose la exclusividad de las radios privadas en el cantón Pallatanga, seguirá persistiendo únicamente la voz de quienes usurpan el poder económico acallando las voces de quienes tienen mucho más que decir para el beneficio de su comunidad.

De no existir una acción pronta y oportuna para solucionar el problema, el pueblo pallatanguño no contará con la posibilidad de hacerse oír, de elevar su voz, de expresarse, de servir de portavoz de los oprimidos (se trate de una opresión racista, sexista o de clase social) y, en general, de ofrecer una herramienta para el desarrollo.

### **Formulación del problema**

¿Cómo afecta la radio privada a la democratización de la palabra en el cantón Pallatanga?

### **Preguntas Directrices**

¿Cómo es la radio privada en el cantón Pallatanga?

¿Cuál es el nivel de democratización de la palabra en el cantón Pallatanga?

¿Qué alternativa de solución existe al problema planteado?

### **Delimitación de la investigación**

**Campo:** Comunicación Social

**Área:** Comunicación para el Desarrollo

**Aspecto:** Medios de Comunicación Alternativos

**Delimitación espacial:** La investigación tendrá lugar en el cantón Pallatanga perteneciente a la provincia de Chimborazo.

**Delimitación temporal:** El trabajo de investigación se desarrollará durante el año 2012.

## **Unidades de Observación**

- Colegio provincia de Chimborazo
- Instituciones educativas
- Instituciones publicas
- Instituciones privadas
- Locutores de la radio “La Voz de Pallatanga”.
- Directivos de la radio “La Voz de Pallatanga”.
- Comunidades aledañas del cantón
- Moradores del cantón Pallatanga

## **Justificación**

El valor de esta investigación radica en la necesidad de eliminar estereotipos negativos que se han creado alrededor de la radio y la programación, estereotipos que muchas veces conllevan críticas y poca audiencia por parte de la sociedad.

En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse para alcanzar los objetivos marcados, para lo cual es necesario un trabajo totalmente coordinado y congruente que coadyuve a realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al contexto en el que será empleado, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados.

Esta investigación aportaría directamente al conglomerado radioescucha Pallatanguño, conformado en su mayoría por jóvenes.

Además contribuirá a crear espacios para la difusión de programas culturales, musicales, informativos, educativos y de entretenimiento en el cantón, en la sociedad se fomentara el respeto, sus costumbres usos y tradiciones. Exposiciones de esta naturaleza no se han realizado con frecuencia, esto debido a

la ausencia de profesionales en producción radiofónica y poca audiencia de los moradores, la originalidad y unicidad del mismo reside en estudiar los grupos de minoría que existen en la sociedad Pallatanguña, como es el caso de los jóvenes.

El colectivo radioescucha Pallatanguño se ha caracterizado por su apertura y tolerancia, muchos de los jóvenes que lo conforman, realizan esfuerzos por mejorar la visión que la sociedad se ha creado de ellos, por lo que se hace muy viable la realización de este proyecto.

El trabajo investigativo tiene **originalidad** porque busca plantear un medio alternativo en un sector donde aún no se lo ha hecho y cuyos objetivos vayan enfocados al bien común.

El trabajo de investigación tiene **importancia** porque pretende establecer un adecuado manejo de la programación radial en el contexto de las emisoras comunitarias, de forma tal que se dé lugar a mejoras notables en sus contenidos, lo que a su vez se transmitirá hacia la comunidad que contará con alternativas que les permitan expresar su voz.

El trabajo investigativo tiene **utilidad teórica** porque se utilizará bibliografía actualizada y especializada para el tema.

Asimismo tendrá **utilidad práctica** porque se planteará una alternativa de solución al problema investigado.

Además existe **factibilidad** de realizar la investigación porque se dispone de bibliografía suficiente, recursos tecnológicos y económicos necesarios, conocimientos y experiencia sobre el tema a investigar, acceso a la información necesaria.

Las personas **beneficiarias** de la investigación serán los habitantes del cantón Pallatanga.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la radio privada y la democratización de la palabra en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar la situación actual de la radio privada en el cantón Pallatanga.
- Identificar el nivel de democratización de la palabra en el cantón Pallatanga.
- Sugerir un plan de medio alternativo para el cantón Pallatanga.

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### Antecedentes Investigativos

El nuevo periodismo o periodismo del siglo XXI sugiere que la mejor manera de hacer comunicación para el desarrollo es a través de las sociedades, es decir poner a la persona común como actor principal utilizando los medios masivos de información, en la cual pueda expresar sus necesidades, inquietudes y temas de interés social.

Una comunicación que permita la participación del sujeto en todos sus aspectos como educación, salud, vivienda, alimentación, ingresos, medio ambiente, costumbres, así como en todas las etapas de su diario vivir, para lograr una comunicación interdisciplinaria.

Otra de las ramas que se debe tomar en cuenta es la educomunicación; como su nombre lo indica no es otra cosa que la comunicación en la educación. Aceptada y reconocida por la UNESCO en 1980 esta disciplina aparece como la educación dentro de la comunicación cuyos objetivos buscan siempre las formas de aprender y enseñar con la utilización de los medios frente al desarrollo social, dicha rama sería “*un extracto de la comunicación como herramienta esencial del desarrollo sostenible*” según DÍAZ, J (1998).

La democratización por su parte es un proceso de desarrollo de las instituciones sociales liberales que conducen al fortalecimiento de la sociedad civil, resguardo de los derechos humanos básicos y la disminución de las desigualdades socio-económicas.

No todos los procesos de apertura de países no democráticos o en

Conflicto interno conducen efectivamente a la democratización; en aquellos casos donde los cambios son limitados se hablará de liberalización política.

Según SCHMITTER, O (1999), *“para que se pueda hablar de democratización debe haber un garante (el Estado) que sea capaz de hacer interlocutar diversos grupos de interés por sobre las estrategias y hegemonía de una élite determinada”*. Para autores como PRZEWORSKI (2001), incluso la idea de liberalización política *“sería una estrategia para disfrazar de democratización la hegemonía de una élite determinada bajo una estructura autoritaria o protegida”*.

Los procesos de democratización son muchas veces impulsados desde la misma sociedad, sin embargo, existen mecanismos de influencia externa como la ayuda internacional a países en conflicto civil interno. A veces se interviene políticamente desde el exterior con un fin de "ayudar a la democracia".

En todo el mundo hoy por hoy se habla ya de comunicación para el desarrollo a través de los medios alternativos.

Entre las conocidas tenemos: ALER (Asociación Latinoamericana de educación radiofónica), en Bolivia se encuentra ERBOL (Educación y organización popular), en el Ecuador se han desarrollado propuestas como la fundación ERPE en Chimborazo en donde se enseña cómo hacer radio a través de la comunidad.

En la Universidad Estatal Península de Santa Elena existe un proyecto de creación de una radio comunitaria desarrollado por FLORES, Angélica (2011), con el tema *“La radio comunitaria y su influencia en los procesos de transformación de la comuna Manantial de Colonche, Provincia de Santa Elena, año 2011”* en la que la autora destaca que *“la finalidad de esta radio es educar y entretener de manera diferente a la comunidad, utilizando técnicas y herramientas comunicativas de fácil acceso”*



Otra propuesta que logró desarrollarse e implementarse en la Universidad Técnica de Ambato es la que efectuó GARCÍA, Guillermo (2008) con el tema “Los mass media y la relación comunicacional de la UTA con los públicos externos” en donde se puso en funcionamiento la radio On Line “Primicias de la Cultura” como una herramienta de comunicación institucional.

Es necesario señalar que la presente investigación difiere de las anteriormente mencionadas ya que la contextualización, el marco metodológico, el soporte bibliográfico y otros aspectos dentro de los que se enmarcó el trabajo, garantizan su originalidad y pertinencia.

## **Fundamentaciones**

### **Filosófica**

El paradigma de la investigación es crítico - propositivo como una alternativa a la investigación social que se fundamenta en el cambio de esquemas sociales.

Es crítico porque cuestiona los esquemas sociales y es propositivo cuando la investigación no se detiene en la observación de los fenómenos sino plantea alternativas de solución en un clima de actividades, esto ayuda a la interpretación y comprensión de los fenómenos sociales en su totalidad.

Uno de los compromisos es buscar la esencia de los mismos, la interrelación e interacción de la dinámica de las contradicciones que genera cambios profundos. La investigación está comprometida con los seres humanos y su crecimiento profesional. Es humanitario por que pretende democratizar la palabra en los medios de información, y mostrar las múltiples realidades y los diferentes actores sociales que la componen, intenta transformar a la comunidad mediante una propuesta de comunicación para el desarrollo utilizando un medio masivo contribuyendo en los procesos de educación, desarrollo, cambio social y

democracia es hermenéutica porque interpreta los datos obtenidos de la investigación para lograr a un óptimo desarrollo de la propuesta, es participativa y de carácter cualitativo, porque está referida a todos aquellos aspectos que denotan cualidad y que son capaces de tomar valores diferentes, es decir no siempre numéricos, siendo el objetivo la riqueza, profundidad y calidad de la información y no la cantidad y estandarización.

### **Axiológica**

El desarrollo de un medio de comunicación, basado en la práctica de valores como la responsabilidad, la honestidad, la honradez, la solidaridad y el sentido de equidad; sin descuidar el desarrollo de la inteligencia emocional, con el fin de que formen su carácter y personalidad y estén en capacidad de desarrollar todos los acontecimientos. El secreto de la radiodifusión radica en lograr que el radioescucha perciba los acontecimientos como respuesta a sus aspiraciones, a sus ansias de vida, veraz, objetiva, como camino para su inquietud de saber sobre lo que ocurre.

### **Legal**

El trabajo de investigación se encuentra fundamentado legalmente, en la **Constitución de la República del Ecuador** Título II derechos, capítulo segundo derechos del buen vivir, sección tercera de comunicación e información con los siguientes artículos:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

El proyecto también se sustenta en los siguientes artículos de la actual **Ley Orgánica de Comunicación**:

Art. 13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art. 26.- Linchamiento Mediático.- Queda prohibida la difusión de información que, de manera directa o a través de terceros, sea producida de forma concertada y publicada reiterativamente a través de uno o más medios de comunicación con el

propósito de desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública.

La Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, previa la calificación de la pertinencia del reclamo, las siguientes medidas administrativas:

1. La disculpa pública de la o las personas que produjeron y difundieron tal información.
2. Publicar la disculpa establecida en el numeral anterior en el medio o medios de comunicación, en días distintos, en el mismo espacio, programas, secciones, tantas veces como fue publicada la información lesiva al prestigio o la credibilidad de las personas afectadas. Estas medidas administrativas se aplicarán sin perjuicio de que los autores de la infracción respondan por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art. 29.- Libertad de información.- Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Art. 33.-Derecho a la creación de medios de comunicación social.- Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Art. 34.- Derecho al acceso a frecuencias.- Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las

frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

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

Todos los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios tienen el deber de difundir tales contenidos, a solicitud de sus productores, hasta en un espacio equivalente al 5% de su programación, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta ley a través de cualquier medio de comunicación social.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior.

En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

Art. 81.- Financiamiento.- Los medios públicos, con excepción de los medios públicos oficiales, se financiarán con recursos de la institución respectiva. Subsidiariamente se financiarán de la siguiente forma:

1. Ingresos provenientes de la venta de publicidad;
2. Ingresos provenientes de la comercialización de sus productos comunicacionales; y,
3. Con los fondos provenientes de donaciones, patrocinios y cooperación nacional e internacional.

Art. 85.-Definición.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos u organizaciones sin fines de lucro. No tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. Los medios de comunicación comunitarios no podrán ser sometidos a limitaciones de definición y distribución de contenidos, de cobertura geográfica, ni a controles especiales o cualquier otra forma de discriminación que les impida operar en igualdad de condiciones que los demás medios de comunicación.

Título VII **régimen del Buen Vivir**, capítulo primero inclusión y equidad, sección primera educación,

Art. 347.- será responsabilidad del estado:

8. Incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.

Título VII Régimen del Buen Vivir, capítulo primero inclusión y equidad, sección séptima comunicación social, artículo:

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él.

El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

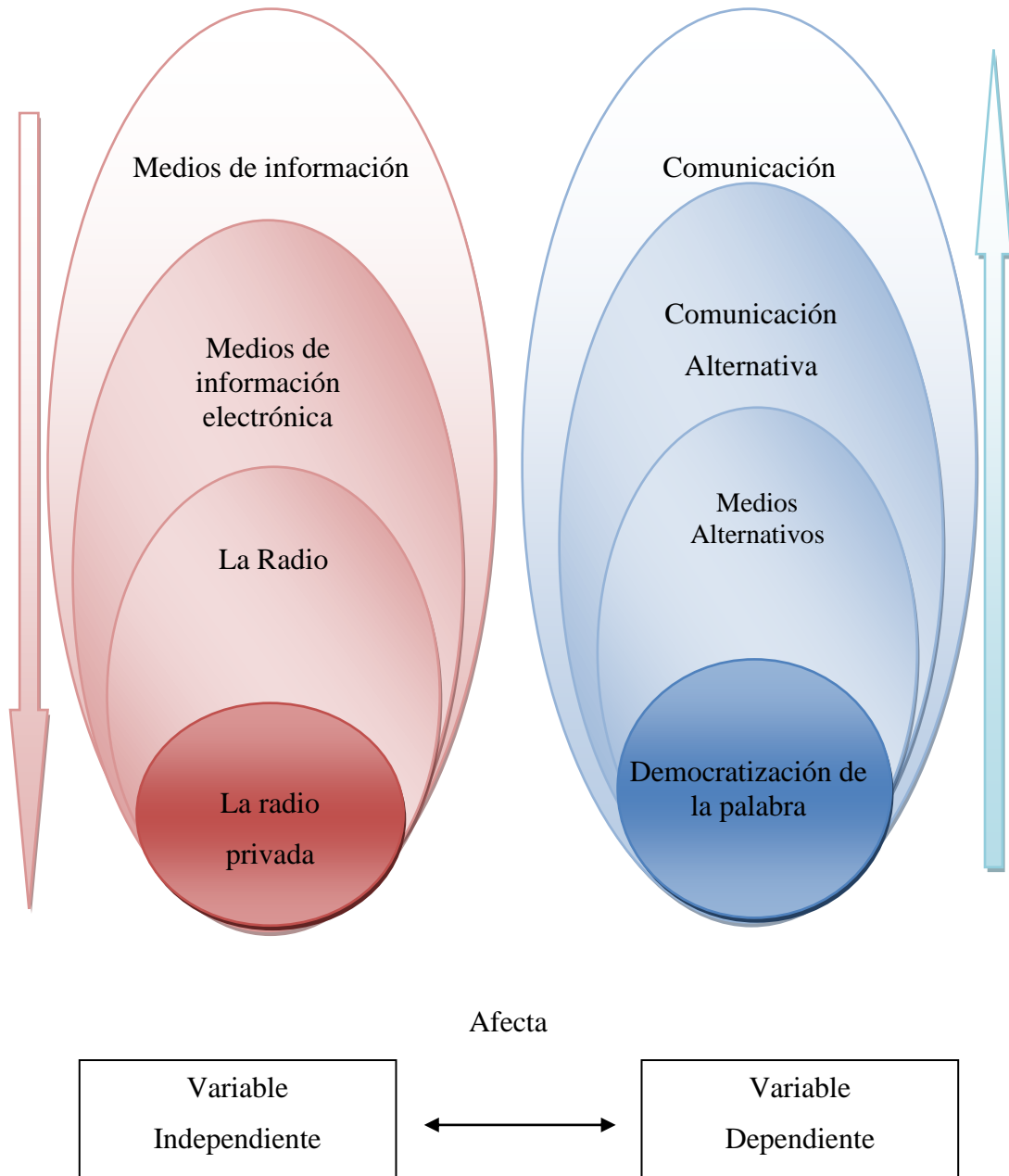
En el Artículo 19 de la "**Declaración Universal de los Derechos Humanos**", se lee:

"Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y de recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión."

Y en los Arts. 2 y 3 del **Estatuto de la Universidad Técnica de Ambato** en el que se hace especial hincapié en la generación de proyectos y propuestas como soporte del desarrollo provincial, regional y nacional, mediante el uso de técnicas investigativas, científicas y tecnológicas, para contribuir con el desarrollo de la calidad de vida de los ecuatorianos.



## Categorías Fundamentales

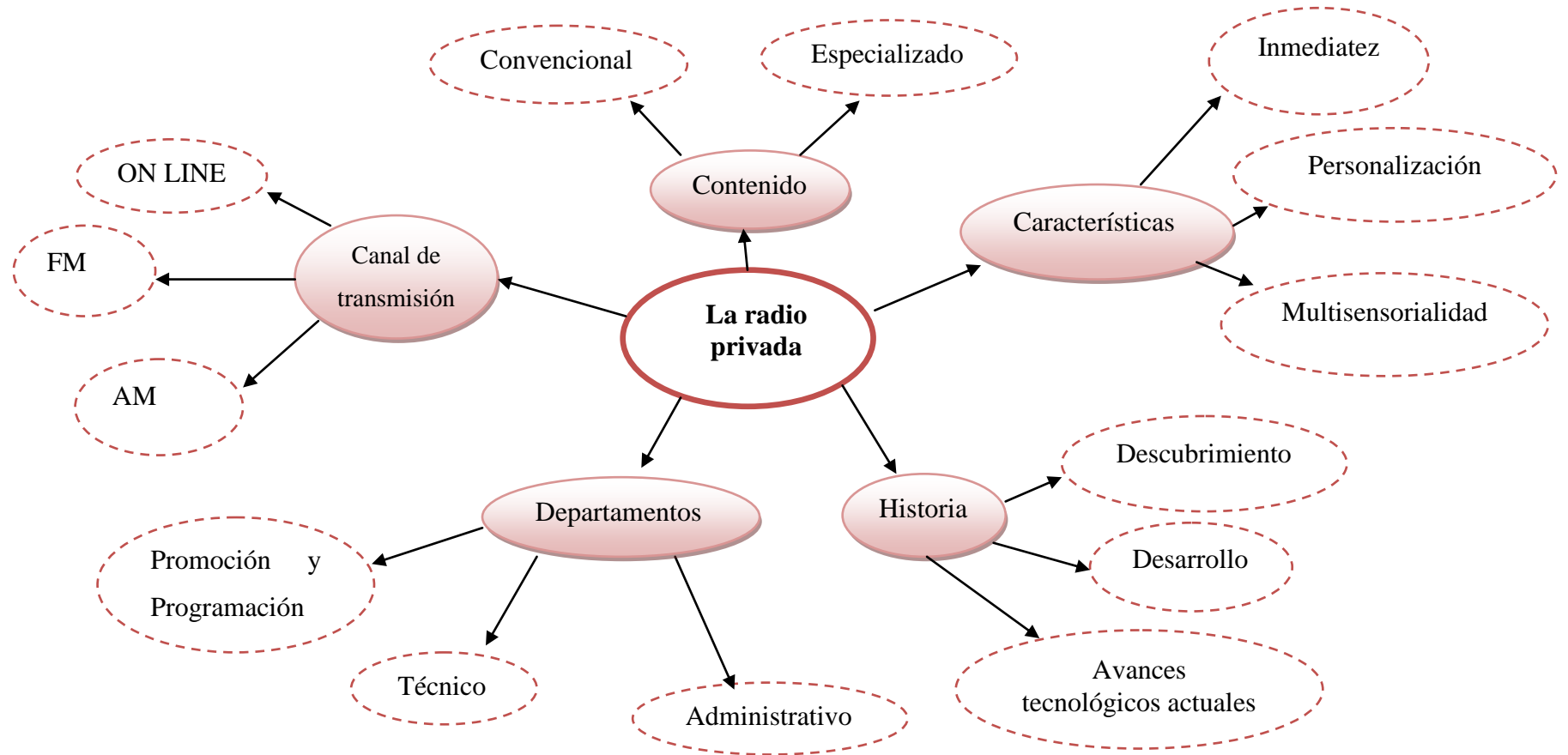


**Gráfico 2.** Red de Inclusiones Conceptuales

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

### Constelación de ideas de la variable independiente

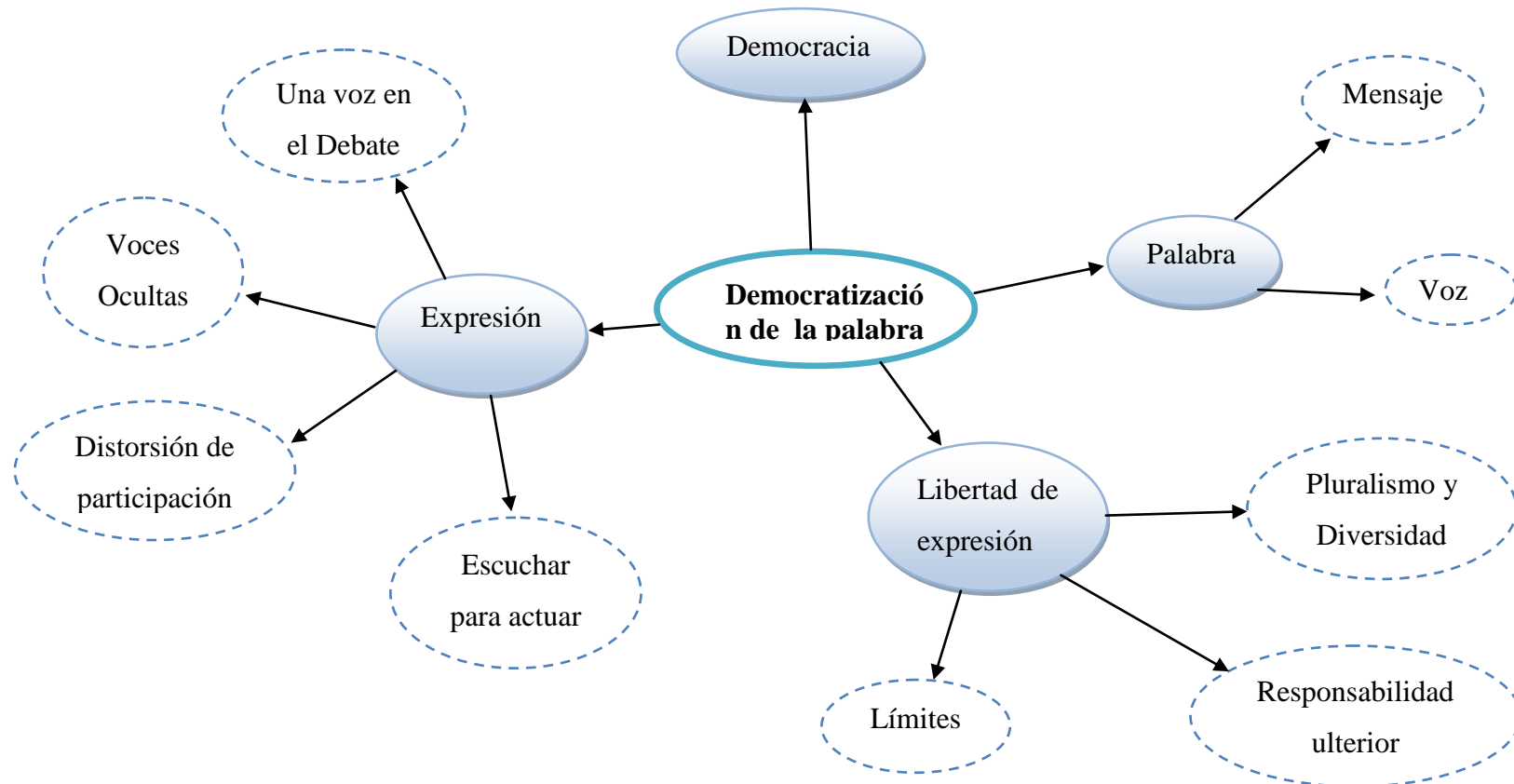


**Gráfico 3.** Constelación de ideas de la variable Independiente

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

### Constelación de ideas de la variable dependiente



**Gráfico 4.** Constelación de ideas de la variable Dependiente

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

## **Fundamentación teórica variable independiente**

### **Medios de información**

Aunque comúnmente se emplea el término “medios de comunicación”, es preferible llamarlos medios de información o también “más media” ya que la transmisión de datos es mayormente unidireccional. Aclarado este punto, hay que señalar que la humanidad vive una nueva revolución que ha sido denominada “Revolución de la información” caracterizada por una etapa de cambios rápidos y constantes que se iniciaron con los grandes pasos de la computación y la informática y que tiene como hito a Internet, esa "Red" que se reconoce como una nueva forma de comunicación humana, un nuevo salto en el proceso comunicativo.

Es así como queda claro según LAREQUI, C (1988), *“que la evolución de la tecnología siempre ha significado un avance en los procesos de comunicación humana y, por supuesto, ambos elementos relacionados (Tecnología y Comunicación) han soportado uno a uno los escalones de la evolución natural de la especie humana”*. Esa búsqueda de las personas por mejorar su forma de vida proceso comunicativo incluido es lo que ha empujado la emergencia constante de nuevas y mejores tecnologías.

Así mismo, cada avance en el proceso comunicativo, acompañado de evolución tecnológica, permite que existan hoy definiciones como las de Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento, ambos referidos a una era mundial donde aparentemente las posibilidades de comunicación humana ya son ilimitadas, donde la transmisión y transferencia de información se desarrolla en cantidades infinitas, desde cualquier rincón del mundo y con una rapidez increíble en otros tiempos.

Sin duda, las capacidades que el ser humano posee hoy para comunicarse parecen ser insuperables. No obstante la humanidad sigue creciendo,

evolucionando y, mientras el ser humano exista, su búsqueda por vivir - y comunicarse - más y mejor no se detendrá. La evolución de la comunicación humana, con ella la de las personas y su tecnología, sigue en marcha.

Con respecto al impacto de las nuevas TIC's en la radiodifusión, MURELAGA (2001) afirma que *“Los avances en los modos de comunicación del ser humano están sustentados en la evolución de la tecnología. El emprendedor espíritu de las personas se mantiene en una búsqueda constante de nuevos modos de hacer de la vida un asunto cada vez más cómodo y agradable”*

En todo caso, lo que se encuentra es que las tecnologías modernizan el proceso, pero mantienen el producto. Éste es el gran principio de las tecnologías, entender que sólo son piezas para aligerar un procedimiento, para obtener el mismo resultado con mayores facilidades, tal vez con menor esfuerzo humano.

En la búsqueda de indicios de las formas de comunicación entre seres humanos, se encuentran los signos y señales como uno de los primeros instrumentos que fueron utilizados por los antepasados, de ahí y con el tiempo estos fueron cambiando y perfeccionándose constantemente para su mejor comprensión, basada en las costumbres y tradiciones del ser humano. A partir de este momento y con el desarrollo empezó la carrera por mejorar cada día estos medios a través de la tecnología.

Se conoce también que entre los factores influyentes están: La mecanización de la imprenta y la aparición de la electricidad, además la revolución de la informática así como las telecomunicaciones que dieron paso a la conocida revolución industrial.

Bajo tales premisas, los medios de información son algo así como un apéndice de las tecnologías de información que responden a nuevas necesidades de comunicación humana, suponen nuevas formas de transmitir y recibir información, permiten nuevas formas de trabajo. Además, como todos los

adelantos tecnológicos que se han dado hasta ahora, son puntos de referencia en la historia de la evolución humana.

Hoy en día dichos medios se han diversificado de diferentes maneras y formas, y se han introducido en las sociedades como instrumentos de información de diferente alcance que a continuación se los describe en tres grandes grupos para comprenderlos de mejor manera.

### **Medios de información electrónica**

El intercambio de información entre seres humanos se llama comunicación y es una necesidad desde que el ser humano existe, para hacer más fácil este intercambio se ha ido tras la búsqueda de medios que faciliten considerablemente esta acción de las personas, al punto de dar con la electricidad y servirse de ella.

Ya desde hace un buen tiempo, la tecnología se abrió paso para revolucionar los rudimentarios procesos con los cuales se vio nacer a todos y cada uno de los medios de información. En los periódicos, por ejemplo, hace más de una década que se habla de redacción electrónica. SANTAMARÍA, P. (2001) asegura que hace tiempo que el periódico es electrónico: "*El moderno rotativo diario o semanario -que lo mismo da- es un puro producto electrónico. Periódicos y revistas, como las redacciones de las agencias de prensa, son lugares de trabajo bañados del influjo de la electrónica. De esta forma, electrónica es la moderna redacción de textos y su recepción y transmisión...*" (pág. 80)

En la Radio y la Televisión han sido valiosos los avances en programas computarizados para la edición de imágenes y sonido, así como la inclusión de sistemas cada día más especializados para lograr transmisiones a distancia en directo.

Así, desde siempre la evolución de la tecnología ha sido también importante para mejorar la labor de los medios de comunicación. En el Cine por

su parte, ya se habla de dibujos animados elaborados totalmente a través de programas de computación y los efectos especiales son más accesibles.

Además, todos estos avances, aunque resulten costosos al inicio, han logrado en cada medio de información el abaratamiento de los procesos tanto de producción como de transmisión de sus mensajes.

En la prensa, la evolución soportada en tecnología es evidente. Como respaldo a tal afirmación, LAREQUI, C. (1988) reconoce que "*...las denominadas nuevas tecnologías de la comunicación/información inciden en la actualidad de forma determinante sobre la prensa escrita y llegan a condicionar el futuro de este medio.*" (Pág. 47)

Al transcurrir el tiempo y con la globalización se han introducido al mercado nuevas formas de comunicación y con ellos los diferentes medios que sirven para llevar el mensaje a diferentes públicos que serán repasados a continuación.

### **Teléfono**

Al teléfono se le considera como un medio de comunicación electrónica, debido a su innovadora forma de comunicación, eléctrica e instantánea, pero su limitación está en la conversación de apenas de dos personas a la vez.

### **Radio**

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas, esta tecnología lo que permite es llegar más lejos mediante sonidos, tal vez este último sea su limitación, por no tener imágenes plasmadas, sin embargo una de las ventajas que tiene es la inmediatez y para la forma de vida que hoy en día se lleva bien queda utilizarla, por la facilidad de transportarla y sacar provecho de esta en cualquier momento, al

conducir o realizar cualquier actividad mientras se escucha y lo mejor su inversión económica baja.

## **Cine**

Este medio audiovisual por lo general interesa a un grupo de personas más determinadas en preferencias, entre las ventajas se tiene que su recepción llega completa es decir el mensaje que se ha preparado con antelación es escuchado y entendido en su plenitud, así como la apreciación de locaciones y colores.

## **Televisión**

Este medio de información apareció con la fusión entre audio y video pero además sus contenidos buscaban cautivar a un público selecto y sus imágenes en movimientos atraían considerablemente.

El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación en distancias largas, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión vincula diversos anuncios que la población utiliza para mantenerse informada de todo el acontecer.

## **Internet**

Su presencia en todo el mundo, hace de Internet un medio masivo, donde cada uno puede informarse de diversos temas en las ediciones digitales de los periódicos, o escribir según sus ideas en blogs y fotologs o subir material audiovisual como en el popular sitio YouTube.

Algunos dicen que esto convierte en los principales actores del internet a los propios usuarios. Internet es un método de interconexión de redes de computadoras implementado en un conjunto de protocolos. Hace su aparición por primera vez en 1969 y ha tenido la mayor expansión en relación con los demás medios.



A partir de todas las afirmaciones precedentes, parece que Internet se convierte en el espacio ideal para las comunicaciones del futuro y que los medios tradicionales salen perdiendo.

Tal vez al inicio de la revolución que aún significa la Red la comunicación social pudo verse dominada por confusiones y temores. Sin embargo, hasta ahora la aparición de una nueva forma o tecnología de comunicación no ha significado la desaparición de lo ya existente. Inclusive, ya está dicho que los medios tradicionales se reconstituyen con Internet, porque están obligados a revisarse y potenciar sus ventajas y características únicas.

En medio de la confusión y del temor muchos pensaron en mudarse a la Red, abandonar sus soportes tradicionales para incorporarse a lo que se calificó casi como una panacea. Luego, algunos identificaron más bien en Internet un canal de promoción y reafirmación que les permitiría captar nuevos mercados y ampliar su cobertura geográfica; es así como hoy los grandes periódicos, las grandes cadenas de radio y televisión, e incluso medios más pequeños, cuentan con un sitio en Internet.

Ahora, cabe decir, que Internet es un soporte que así como ofrece innumerables ventajas exige peculiares condiciones.

Esto supone que quienes desde un medio de comunicación tradicional se conforman con ver en Internet un simple instrumento de promoción, o un canal de transmisión para mayor cobertura, pierden dinero y tiempo. Porque los denominados medios paralelos (prensa, radio o televisión en línea) son precisamente otros medios, soportados en los tradicionales pero con características propias por demás potenciales que, bien aprovechadas, garantizan rentabilidad y competitividad.

Tomando como base una afirmación hecha anteriormente, la cual señala que Internet es el soporte de nuevos medios de comunicación, no puede consentirse

que los medios tradicionales expongan una copia de sí mismos en la Web. Porque la Red, por ser una meta medio, posee características singulares que requieren que las formas y contenidos a exponer en ella se adapten a sus peculiaridades, sobre todo para que resulte provechoso.

Aparte, es importante recalcar que cada medio de información no ha traído consigo los lineamientos o acciones ideales para la transmisión de mensajes a través de él. Cada medio tradicional se fue redescubriendo paulatinamente en su proceso evolutivo hasta tomar forma. Al respecto, NAVARRO, Z (2001) señala que *"En sus inicios cada nuevo medio de información ha imitado patrones anteriores. La radio hubo de renunciar a la mera lectura de noticias de los periódicos y buscar nuevas reglas de escritura. La televisión, que en un principio se definió como una 'radio con imágenes', descubrió su propio camino."* (Pág. 01) Es decir, si cada medio reconoció en su formato su propio estilo, ¿Por qué tiene que ser distinto para los medios "On Line"? En el nuevo formato en línea, los medios están obligados a ser diferentes.

## **La Radio**

La radio como objeto de estudio, ubicada y caracterizada como un medio masivo, a través de su contenido, es posible que se pueda entender de mejor manera solo con escuchar lo que pasa en otros lugares, en definitiva acerca al radioescucha al mundo sin la necesidad de que él se mueva, gracias a un maravilloso universo de ondas de electricidad e inventos científicos:

Mediante especializados equipos las ondas electromagnéticas se emiten, luego se transmiten, hasta que finalmente son recibidas en el lugar donde las personas se encuentren, en su hogar, trabajo o incluso en un celular que se lleva en el bolsillo de un lugar a otro.

Para llegar hasta los aparatos de radio modernos de hoy, la humanidad debió recorrer un largo camino de investigaciones y experimentos.

En sus orígenes, la radio fue un descubrimiento electromagnético del siglo XIX, de la mano del investigador Marconi, quien juntó su experiencia con la de Hertz y Popov, quienes también habían hecho descubrimientos y trabajos con ondas. Más adelante, en 1909, la radio nació de la fusión entre el teléfono de Graham Bell y la telegrafía sin hilos, de esta forma se dio paso a la radiodifusión.

Según sostiene GARCÍA, S. (2010) *“La comunicación radial se da gracias a la transmisión de señales eléctricas, a través de cables hasta un aparato emisor, las que son conducidas por ondas de una antena emisora hacia una receptora y, de esa forma, llegan hasta los distintos destinatarios”*.

La radio posee distintos programas en su parrilla, pudiendo existir programas libres, espacios sólo de música, de conversación, de noticias, deportes, entre otras cosas.

Las ondas sonoras invisibles son un método de comunicación que todos están utilizando día tras día para transmitir o escuchar, los oídos reciben las vibraciones del aire y las envían al cerebro para que sean descifradas mediante impulsos nerviosos.

La radio funciona de manera similar: convierte el sonido en impulsos eléctricos, para poder llevarlos muy lejos del lugar en donde se originaron, aquí hay que considerar tres componentes adicionales que son:

1.- Sistema de Emisión: Ubicado en la estación de radio, allí los sonidos emitidos son transformados en impulsos eléctricos, que viajan hasta la antena de la emisora.

2.- Sistema de Transmisión: Ubicado lejos de la emisora y preferiblemente en lugares altos o despejados, estas antenas amplifican la señal original y a través de ondas invisibles viajan por el aire hasta llegar a cada hogar, cada una de ellas tiene su propia frecuencia que capta y envía señales por eso es que cada señal radial tiene su propia frecuencia.

3.- Sistema de Recepción: Que no es otra cosa que cada aparato de radio.

Así como el micrófono convierte en electricidad el sonido, las cornetas o parlantes se sabe que hacen exactamente lo contrario.

Convierten o transforman los impulsos eléctricos en sonido. Gracias a su constancia, la humanidad disfruta en la actualidad de un excelente medio de comunicación.

### **Tipos de Radio**

El tomo 7 de la enciclopedia Larousse del estudiante, que trata acerca de las comunicaciones, nombra los siguientes tipos de radio:

Según su cobertura:

- Frecuencia modulada (FM): sonidos de mayor calidad
- Amplitud modulada (AM): menos calidad de sonido

Según pertenencia:

- Privada: la mayoría de los radios. Se financia con la publicidad
- Pública: emisora estatal, que recibe dinero del Ejecutivo o afines
- Comunitaria: Aquella que expresa la posición y directrices ideológicas de un conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes.

Según su contenido:

- Convencional: programación variada, del agrado de los auditores

- Especializada: la programación responde a un tipo específico

## **Funciones de la radio**

### *Educar*

La radio como educadora apareció como una propuesta para quienes no podían asistir a un centro de educación y que además estos centros se encontraban a distancias inaccesibles para quienes vivían en el área rural, entonces por su bajo costo y la facilidad de adquirir y mantener en los hogares, fue un aliado para educar a la gente.

Como la enseñanza exige necesariamente comunicación y es un hecho práctico que se realiza en toda la sociedad, entonces fue ahí donde aparecen instrumentos que facilitarían con el tiempo esta relación.

TORRES, H (2001) señala que “*El aprendizaje es un proceso de asimilación y acomodación que se da en el sistema cognitivo de los sujetos*”, es decir que para que exista enseñanza también debe existir comunicación.

De esta manera la radio comienza a llegar a todos los ámbitos sociales y culturales de una forma inmediata y de bajo presupuesto para los receptores.

### *Informar*

La radio como informadora muestra más ventajas que los otros medios masivos, para iniciar el interlocutor a la vez puede estar realizando sus actividades cotidianas mientras se informa de lo que acontece a nivel local, nacional e internacional, esta información a la vez puede ser mediata e inmediata. Pero si se ahonda un poco más, es posible constatar que la radio ha servido durante mucho tiempo como una alternativa para llegar a los rincones más lejanos con su mensaje. Además cuando una persona viaja, puede tranquilamente seguir escuchando este medio y enterarse de lo que ocurre en otros lados.

### *Entretener*

La radio acompaña y llega a lugares donde no lo hace la televisión u otros medios incluyendo internet.

Se puede decir que es el medio que más entretiene a la gente, en la televisión son pocos los que pueden mirar y continuar con sus labores, es ahí donde la radio no ha tenido competencia porque son muchos los talleres artesanales y compañías que prenden la radio para que sus empleados mientras trabajan escuchen y así crear un ambiente más agradable.

Se dice que la radio puede recrear espacios según la vivencia de cada persona, es decir que con tan solo escuchar una canción o algún sonido, la persona puede trasladarse hasta ese lugar solo en imaginaciones, a su vez regresar al pasado y recordar los momentos vividos, la música también puede manipular sentimientos de acuerdo al género musical la persona puede estar triste o alegre, así también como los sonidos están grabados en nuestra mente lo que permite que si uno de estos suena en la radio nos hace imaginar en lo que tenemos en nuestra cabeza como experiencia vivida.

### *Orientar*

A lo largo del tiempo la radio se ha posesionado como una guiadora sobre todo en los pueblos donde la tecnología y el desarrollo no llegan, así se han creado la radio maratón donde una recolección se lleva a cabo para una ayuda social, es la que se pone al frente de la situación para unir al pueblo y llevar a cabo algún objetivo, en el caso de algún desastre natural es primero la radio la que está informando de la situación y sugiriendo las alternativas de evacuación si es el caso.

Los mensajes radiales se han convertido en una herramienta principal para que comunidades se organicen para llevar a cabo algunas necesidades locales,

pero no solo eso sino que además las radios buscan, preparan y difunden temas de interés común donde la gente escucha y aprende.

### **La Radio Privada**

A la radio se le puede considerar privada por mantener el total control de ingresos económicos de su publicidad.

El modelo de libre mercado es la radio financiada por la publicidad cuyo objetivo último es obtener un beneficio económico.

La radio comercial debió adquirir y transmitir una programación que cueste lo menos posible y aumente sus beneficios, ofertando a los anunciantes y patrocinadores un público amplio y diverso como receptores, entre los retos de la radio estaba la sintonía, por eso es que debían estar pendientes de innovar la programación para poder captar mayor número posible de personas y así la atención de los patrocinadores.

Así la radio se ha ido abriendo camino como un medio de comunicación en donde la información llega de uno a muchos y su interés principal, tener ganancias ya sea vendiendo productos, servicios o publicaciones políticas.

Entonces la primera aparición de la radio fue privada; Mejorando considerablemente las comunicaciones y sin necesidad de la participación del Estado; La radio privada latinoamericana fue el origen y el motor de todo lo relacionado a transmisiones radiales.

Con la actual Ley Orgánica de Comunicación (artículo 106) la redistribución de frecuencias de radio y televisión se presenta de la siguiente forma: 33% para el sector privado, 33% al público y 34% a medios comunitarios: Con esto se espera, por parte del gobierno, que hasta el 2015 hayan 56 radios comunitarias en el país.

## **Contenido**

El contenido que transmite la radio puede ser el convencional y el especializado.

*Convencional:* Se refiere a la programación tradicional en el que se alternan programas de diferente tipo entre los que destacan los musicales, informativos, deportivos, entre otros

*Especializado:* Aquí se hace referencia a una temática en particular, pudiendo existir emisoras netamente deportivas, informativas, educativas, entre otras.

## **Características**

Como todo medio de información masiva o más media, la radio funciona principalmente con fines de lucro y responde a los intereses empresariales debido a que se financia en base a la publicidad de sus anunciantes. Entre sus características se pueden señalar:

*Inmediatez:* Gracias a esta tecnología se puede escuchar los hechos que suceden justo en el momento que ocurren generalmente pueden ser de carácter noticioso como un temblor, un paro o de carácter político.

*Personalización:* Esto es porque la radio toca los sentimientos más profundos de las personas y crea sentido de pertenencia es así que cada persona que escucha se imagina a su manera al locutor así como lo que está diciendo.

*Multisensorialidad:* Esto es por la facilidad que este medio entra a los hogares o las fábricas, oficinas o cualquier lugar donde las personas realizan sus actividades cotidianas y mientras lo hacen escuchan la radio y pasan el día en actividades simultaneas en compañía de este medio. [http://www.ejemplode.com/53-conocimientos\\_basicos/2048-la\\_radio\\_y\\_sus\\_caracteristicas.html](http://www.ejemplode.com/53-conocimientos_basicos/2048-la_radio_y_sus_caracteristicas.html) (Tomado noviembre 2013)



## **Historia**

En la historia se describe los pasos importantes de este medio radial hasta la actualidad.

### Descubrimiento

Entre los primeros predecesores de las ondas electromagnéticas se encuentra que James Clerk Maxwell dirigió un documento a Royal Society titulado “Teoría Dinámica del Campo Electromagnético” en donde se explicaba que los campos eléctricos crean campos magnéticos y se propagan por el espacio, los mismos que se alejaron en forma de ondas electromagnéticas de donde se originaron.

Heinrich Rudolf Hertz fue el primero en demostrar esta teoría de Maxwell, el dispositivo que diseñó consistía en dos barras metálicas alineadas del mismo tamaño y que terminaban en una bola metálica, estas producían ondas electromagnéticas y fue quien dijo que las ondas electromagnéticas se propagan a una velocidad similar a la de la luz, como homenaje a Hertz por este descubrimiento, las ondas electromagnéticas pasaron a denominarse ondas hertzianas.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_radio](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_radio) (Tomado en noviembre 2013)

### Desarrollo

La historia de la radio describe los pasos importantes en la evolución de la radiocomunicación y el medio de comunicación llamado radio desde el descubrimiento de las ondas de radio hasta la actualidad.

Como en todos los lugares del mundo, en el Ecuador la aparición de la radio no dejó de ser un acto trascendente para la historia de esta nación. En el país fueron pocas las familias que poseían este importante artefacto, ya que además de

tener un costo significativo para la época, era escasa la potencia que tenían las primeras radiodifusoras, tanto para emitir, como para recibir los mensajes. Los aparatos que eran adquiridos venían del exterior y servían como una distracción en los hogares, aunque no tenían una gran acogida.

Al inicio las transmisiones tenían inconvenientes, es por esto que según cuenta MANTILLA, M. (1991): *“algunas emisoras preferían hacer transmisiones nocturnas para evitar interferencias atmosféricas...Las transmisiones a control remoto tenían el mismo empirismo del resto, y aun cuando ya se usaba el teléfono, su técnica y empleo eran rudimentarios y las transmisiones fuera de la emisora era toda una odisea, cuando se transmitía desde las calles y carreteras las líneas se tomaban directamente de las redes telefónicas, con las consiguientes peripecias de técnicos y locutores”*.

En el Ecuador varias ciudades se atribuyen tener la primera radio, al igual que la primera emisora radial. Según SAN FÉLIX, Álvaro (1991), *“en Guayaquil se introdujeron los primeros aparatos receptores de radio por los años 1925 a 1927 y la primera transmisora cultural del puerto fue fundada por Francisco Andrade Arbaiza, con un transmisor construido en el barrio Las Peñas, a la que denominó Radio París”*.

Pero en realidad el primer aparato radial estuvo en Riobamba, es posible que haya sido en 1924 gracias a Carlos Cordovez Borja, un ingeniero electrónico graduado en la Universidad de Yale en 1910 quien al llegar a Ecuador instaló la emisora en la fábrica de tejidos ‘El Prado’ (de allí su nombre) y comenzó las emisiones de prueba, perfeccionándolas en 1925 cuando realizó una transmisión desde el colegio San Felipe en 1925.

El transmisor era de 25 w. en transformador y 5 w. en antena y operaba en 60 mts, pero no sería hasta el jueves 13 de junio de 1929, a las nueve de la noche, cuando Radio Estadio El Prado de la ciudad de Riobamba inicie oficialmente sus transmisiones radiales.

En Quito, la primera radiodifusora es la estación H.C.J.B., “La Voz de los Andes”, que hace su primera emisión radial el 25 de diciembre de 1931, con un transmisor de 250 vatios de potencia.

#### Avances tecnológicos actuales

Entre los avances aparecen las radios de baja potencia, conocidas con el nombre de radio libre o radio comunitaria que permitan una mayor cercanía de la radio con la comunidad; también las radios a través del internet, estas avanzan con pasos agigantados y pretende dar batalla a la televisión.

Tomado en noviembre 2013 [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_radio](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_radio)

### **Departamentos**

Una radio como toda institución, tiene sus políticas y departamentos para su funcionalidad adecuada, a continuación se describen las más importantes para su desarrollo como medio de información.

#### *Administrativo*

- Directorio
- Gerencia Administrativa
- Director Técnico
- Director Comercial
- Director de Programación

#### *Técnico*

- Técnico de Transmisión
- Técnico de Mantenimiento
- Sonidista

## *Promoción y Programación*

- Director Comercial
- Director de Programación
- Director Artístico

### **Canal de transmisión**

Un canal de transmisión es el medio por el que viajan las señales portadoras de la información.

Hay que tomar en cuenta que cada canal de transmisión es adecuado para algunas señales concretas y no todos sirven para cualquier tipo de señal. En radio se conocen actualmente la frecuencia AM, la FM y la transmisión on line.

#### *Frecuencia en AM*

Modular en AM significa que la portadora variará de amplitud por los efectos de la modulación, pero la frecuencia permanecerá fija.

#### *Frecuencia en FM*

Modular en FM significa que la amplitud de la moduladora permanecerá fija, pero variará su amplitud.

#### *On line*

Desde hace unos pocos años atrás internet ofrece al ser humano una nueva herramienta para llegar a lugares más lejanos gracias al uso del streaming y al aumento del ancho de banda.

Esto ha ocasionado que las radios tradicionales se introduzcan al mundo digital y ha logrado aprovechar la tecnología para transmitir la programación.

Lo que se puede señalar es que gracias a la tecnología, muchos han tenido la oportunidad de hacer radio con poca inversión, aquí no se necesita licencia de permiso para su desarrollo, y su cobertura puede ser global desde cualquier lugar del mundo, a un costo económicamente reducido.

Entre las alternativas de la radio on-line esta que el receptor puede convertirse en perceptor y empezar una retroalimentación, es decir que en la página de la radio exista un icono para sugerencias y mensajes.

JARAMILLO E. (2003) explica que: *“la radio como medio tiene la necesidad de ser creativa e innovadora, profesional y flexible para poder enfrentar los cambios profundos y acelerados de la tecnología”*.

### **Fundamentación teórica variable dependiente**

#### **Comunicación**

La comunicación puede entenderse como un intercambio, interrelación, como diálogo, como vida en sociedad, todo ello relacionado indiscutiblemente con las necesidades productivas del ser humano y no puede existir sin el lenguaje. Comunicación es pensamiento compartido y no puede existir pensamiento sin palabra.

Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

En el caso de los seres humanos, la comunicación es un acto propio de la actividad psíquica, que deriva del pensamiento, el lenguaje y del desarrollo de las

capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes (que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido.

ROGERS (1976) señala que comunicación es: *“Compartir información y compartir implica que dos o más personas hacen algo juntas, no que un individuo le hace algo a otro, más que entender qué un individuo se ‘comunica’, debemos suponer que se compromete en la comunicación y se vuelve parte de un sistema de comunicación.”*

Dentro del proceso de la comunicación se puede señalar a los signos, señales e incluso gestos que permiten dar a conocer o enterarse de algún mensaje, ya sea este oral o escrito, siempre que tenga la intención de interrelacionarse

### **Elementos de comunicación**

Dentro de una contextualización principal, según el modelo de Shannon y Weaver, los elementos que deben darse para que se considere el acto de la comunicación son:

**Emisor:** Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona.

**Receptor:** Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como receptor, pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información.

**Canal:** Es el medio físico por el que se transmite el mensaje.

**Código:** Es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático.

Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

**Mensaje:** Es lo que se quiere transmitir.

**Situación o contexto:** Es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

### **Axiomas de la comunicación.**

Diversos enfoques de la comunicación humana consideran como un hecho básico fundamental que los seres humanos llevan a cabo desde que nacen. Los teóricos han determinado cinco axiomas de la comunicación, también conocidos como axiomas de Paul Watzlawick:

1. Es imposible no comunicarse.
2. Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno de relación, tales que el segundo califica al primero y es por ende una metacomunicación.
3. La naturaleza de una relación depende de la puntuación de secuencias de comunicación entre los comunicantes.
4. Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógicamente sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones.
5. Los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios según estén basados en la igualdad o la diferencia

**Campo teórico:** Una disciplina se define cuando forma parte de una estructura teórica. Los estudios sobre la comunicación suelen presentar teorías de otras ciencias sociales. Esta variación teórica hace difícil que se llegue a término con

un campo totalizado. Sin embargo, existe un rango de elementos comunes que sirven para dividir las investigaciones sobre comunicación.

La idea, tal como es expuesta por Vygotsky, es que la comunicación como herramienta primaria definida de acuerdo a su herramienta permanece sólo a las afueras de la teoría de la comunicación, esto encuentra algunas representaciones en la escuela de comunicación de Toronto en lo que se conoce como teoría media representada en la obra de Innis, McLuhan y otros. Parece ser que el modo en el cual individuos y grupos utilizan las tecnologías de la comunicación, permanece como elemento central para los investigadores de la comunicación.

La idea que rodea esto y en particular el lugar de la persuasión, es constante a través de las "tradiciones" y "niveles" de la teoría de la comunicación.

### **Los componentes conductuales de la comunicación.**

Los componentes conductuales son aquéllos que pueden ser directamente observados por cualquier persona, pese a que ésta no participe para nada en el proceso de comunicación. Se denominan no verbales, paraverbales y verbales.

#### **Componentes no verbales**

Son aquellos en los que no interviene para nada la palabra, resultando prácticamente inevitable su uso siempre que la comunicación se produzca de forma presencial.

La utilización de elementos no verbales presenta diversas funciones. Por un lado, puede reemplazar a las palabras cuando se utilizan códigos reconocidos y comúnmente compartidos.

Los principales elementos conductuales no verbales de la comunicación son: la mirada, la sonrisa, la expresión facial, la orientación, la postura, la



distancia, los gestos, la apariencia personal, las auto manipulaciones y los movimientos con manos y piernas.

### **Componentes Paraverbales**

Se refieren a la forma de decir las cosas en lugar de al contenido. Son aquéllos cuya utilización no altera las palabras pese a que haga variar el significado.

Los principales elementos paraverbales de la comunicación son: el volumen, el tono, la velocidad del habla, la fluidez verbal, la claridad, el timbre, el tiempo de habla y las pausas y silencios.

### **Componentes verbales**

El habla es el componente por excelencia de la comunicación, y el que tradicionalmente ha recibido más atención.

Se emplea para una gran variedad de propósitos, tantos como motivos tienen las personas para comunicarse: transmitir ideas, describir sentimientos, argumentar, razonar, debatir, rebatir, etc., dependiendo fundamentalmente de las situaciones en que se produzcan, el papel que la persona en cuestión juegue en esa determinada situación y los objetivos que se pretenda alcanzar.

Los elementos verbales más importantes de la comunicación son: el contenido, el humor, la atención personal, las preguntas y las respuestas a preguntas.

### **Comunicación Alternativa**

La comunicación alternativa incluye todas las opciones o estrategias que se pueden utilizar para facilitar la comunicación de las personas sin hacer uso de los

medios masivos tradicionales. El principal objetivo de este tipo de comunicación es desarrollar o recuperar la verdadera comunicación en la que no solamente hay “algo” o “alguien” que emite para que un “receptor” lo consuma, sino que procura establecer una participación equitativa.

Surge en los años 80 como una actitud contestataria ante el avasallamiento y predominio de los medios de información masiva. Los comunicadores de medios pequeños encuentran que hay otras vías y métodos más adecuados para llegar a su público, y plantean que es necesario salir de los marcos de la ideología dominante partiendo del uso de mini medios y haciendo hincapié en el panorama local para satisfacer las necesidades de comunicación.

<http://www.monografias.com/trabajos16/comunicacion-popular/comunicacion-popular.shtml#ixzz2mfBZJBY6> (Tomado noviembre 2013)

Desde este punto de vista la Comunicación Alternativa no es más que la subversión a la Comunicación convencional manejada por las grandes elites políticas, económicas, religiosas y sociales de un país, es decir es el rechazo de la comunicación manipuladora y dominante que ejercen los Mass Media.

Bajo la denominación de comunicación alternativa se esconden otras que no por menos usadas pueden considerarse menos convincentes: comunicación “otra”, participativa, horizontal, democrática, liberadora y aun la que se ha dado en llamar comunicación popular. Sin ser exactamente lo mismo, cada una de estas formas de comunicación se entrecruzan y se separan en algunos puntos, pero todas ofrecen una alternativa al modelo de comunicación dominante que predomina en los medios.

La comunicación alternativa es un instrumento de la lucha popular contra el poder, de ahí que una de las diferencias fundamentales entre la teoría de la comunicación alternativa y la teoría de la comunicación dominante deba encontrarse en el área de la teoría del emisor y en las condiciones de producción del significado.

Se dividen a los medios alternativos en cuatro grupos generales y se detallan a continuación:

- De denuncia y reivindicación: se caracterizan por su precisión y factibilidad de lectura del medio, transmiten un único mensaje, inmediato, de actualidad. Se utilizan para denunciar una injusticia y reivindicar unos derechos.
- De información y formación: se caracteriza por dar una información relativamente amplia, permiten la reflexión y la crítica, el mensaje que transmiten es bastante elaborado, con frecuencia pretenden una labor informativa.
- De participación y formación: se caracteriza porque todo el proceso comunicativo se realiza dentro del mismo medio, los sujetos tienen una participación activa constante y son todos ellos emisores y receptores.
- De encuentro: son los medios más específicamente urbanos porque se integran en el propio espacio urbano. Son aquellos medios que ponen en comunicación a los vecinos entre ellos y con su entorno, y hacen posible la recuperación de la ciudad como lugar de uso, hacen posible la comunicación directa.

Lo que constituye el punto fuerte y lo más destacable de la comunicación alternativa, es su objetivo de que la población beneficiaria sea protagonista y no un mero receptor pasivo.

Para lograr esta participación se desarrollan una serie de técnicas, instrumentos y metodologías que incluyen el diagnóstico de la investigación, la planificación y la evaluación participativa.

Desde esta perspectiva la participación de la gente se considera como un elemento central del proceso de desarrollo que permite revalorizar a la persona que se siente como parte fundamental de este proceso comunicacional.

## Medios Alternativos

Un medio alternativo de información es un emisor independiente que no constituye una agencia de repetición de los medios masivos organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan de forma independiente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.

Según sostiene GARRIDO, A (2010) *“se conoce como medios de comunicación alternativos a todas aquellas publicaciones periódicas que expresan la posición y directrices ideológicas de una organización con el fin de brindar contenidos y noticias de algo al común del pueblo desde una perspectiva contrapuesta a los modelos oficiales comúnmente aceptados”*

En términos generales, se puede decir que los medios alternativos pretenden establecer la comunicación a nivel popular. Por popular se debe entender todo lo que se refiere al pueblo, aquello que no se transmite en los medios formales de comunicación.

Por su parte, PÉREZ M. y GÁNDARA S. (2004) señalan que *“una comunicación alternativa lo será más o menos, en la medida en que subvierta el orden moral, político, social, tecnológico, cultural, simbólico e ideológico que exista en una realidad concreta”*. Esto es así debido a que las comunicaciones constituyen, en muchos casos, el principio conservador-inductor de comportamientos sociales. Por lo tanto, cualquier propuesta de comunicación que pretenda ser alternativa presupone el rechazo fundamental a la comunicación vigente. Es decir, que rechace y combata el orden que mantienen los medios masivos, oficiales o aliados y legitimadores del poder imperante.

En la actualidad, y dado el perfeccionamiento de estos medios, su gran ganancia es espectacularizar y explotar la información en su versión más canalla, para hacerla más atractiva al consumo. El mensaje objetivo ya no vende. Las

personas o movimientos sociales que combaten el poder no tienen cabida en el circo de la información. Cuando son el centro de atención, porque alguna circunstancia les hace atractivos y espectaculares, sufren tal manipulación que su mensaje queda totalmente tergiversado cuando no anulado.

Así pues, la comunicación alternativa, debe luchar para que nadie ni nada se quede fuera de la estructura comunicacional ya que todos y todas tienen derecho a informar sobre su realidad y a que les informen otros de la suya, sin que nadie manipule dicha realidad a su antojo y beneficio.

En el estudio de la comunicación a través de los medios alternativos se puede incluir el dar a conocer las costumbres, tradiciones, creencias y prácticas que se manifiestan en una comunidad.

También se pueden definir *“las formas o acciones orales, auditivas o visuales que son conocidas y aceptadas por el pueblo, las mismas que son dirigidas a ellos o son realizadas por o para ellos con el fin de entretener, informar, esclarecer, instruir, o educar”* COSETENG, N (1976).

Lo interesante de los medios alternativos es el proceso de participación acogido como una necesidad humana básica, un derecho humano que debe ser aceptado y alentado por sí mismo y por sus resultados. Se comparte con BORDENAVE, J (1994) el hecho de que *“si se niega la participación, se mutila la personalidad individual, se obstaculiza su crecimiento y se frustra su potencial para construir una comunidad. En otras palabras, la participación no es simplemente un beneficio adicional que las autoridades pueden otorgar como un favor, sino un derecho humano inherente que ninguna autoridad puede negar”*.

Sin embargo, como señala DÍAZ, J. (1994) *“tanto la participación como la comunicación participativa no están libres de distorsiones, que pueden llegar a neutralizar sus aportes a la construcción de una sociedad participativa”*. Por lo tanto, para evitar su banalización, hay que reservar la palabra participación para

los esfuerzos conjuntos de las personas por lograr un objetivo común importante y previamente definido por el grupo.

Otra forma de concebir a los medios alternativos de información es la que empezó a usarse a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, para referirse a las webs informativas de periodistas independientes que comunicaban de una forma distinta las noticias que se publicaban en los grandes medios masivos de información. El origen de este tipo de medios alternativos está íntimamente vinculado al desarrollo de Internet.

Inicialmente los medios alternativos –tomados en el sentido del párrafo precedente– no eran accesibles a la mayoría del público, pero a medida que se fueron desarrollando las tecnologías electrónicas de captación, almacenaje y transmisión de datos, los medios alternativos empezaron a contar con un creciente número de seguidores, lo que ha hecho que estos medios de comunicación puedan darle la oportunidad a pequeñas comunidades de exponer sus problemas y hacerse conocer más allá de sus límites geográficos.

### **Democratización de la palabra**

Aristóteles decía en su libro: “La política” que la razón por la que el hombre es un ser político es que posee la palabra. La palabra sirve para interpretar las experiencias y el mundo, para pronunciarlas; pero también para hacerlas posibles, o para constreñirlas. La palabra manifiesta posiciones, visiones, valores, y lo hace bajo la forma de una lucha no violenta, una disputa, una discusión sobre el mundo común. Si no hubiese expresión de la palabra, no habría política. Incluso cuando el monopolio de la palabra haya inscripto sus marcas en los cuerpos, en especial de los sectores que el mercado comunicacional nombró como peligrosos e insignificantes.

La democratización de la palabra es un tema muy complejo, la Ley por su parte establece la democratización de las tecnologías y la comunicación. Pero

¿qué pasa con la democratización de la palabra? No sólo se trata de la propiedad y acceso social a los aparatos o soportes técnicos; también se trata de la democratización en el contenido de información que pueda generar los mass media. Durante la historia de los medios siempre ha estado en las manos del mercado. Ahora se pretende que se incluya estrategias de educación masiva, de programas educativos mediados por tecnologías y medios o de difusión de contenidos educativos. Pero la democratización político-cultural no sólo se restringe al acceso o al uso de diversos materiales y soportes educativos.

También avanza en la democratización de la producción, de la distribución y de la recepción de voces, imágenes, ideas, identidades, búsquedas, formas de organización. En este sentido, sienta las bases para anudar las nuevas formas de la educación popular con el amplio, complejo y rico ecosistema de la comunicación.

En todas sus formas, esto implica el achicamiento de la brecha comunicacional y la incidencia que eso tiene en procesos que marchen hacia situaciones de igualdad educativa. Pero además implica una situación novedosa: la cultura mediática y la tecnicidad (como esas transformaciones producidas en las culturas cotidianas, en las subjetividades y en las formas de percepción, en virtud de los medios y tecnologías) no quedarán casi exclusivamente configuradas por el mercado, lo que abre a una situación y una forma imprevisibles.

La propia industria de medios, por su parte, produce materiales para el consumo cultural diferenciado nutriendo con chatarra norteamericana, o con productos repetitivos, de entretenimiento fácil y poco creativo a la mayoría de una población que poco o nada puede hacer para elegir democráticamente la oferta cultural que desea consumir.

Así por ejemplo, la igualdad de acceso a las oportunidades de la información, la libertad de expresión y la tolerancia hacia las ideas de otros, principios liberales básicos de todas las sociedades democráticas, de los que hablábamos anteriormente, quedan trucos ante las políticas de rentabilidad de las

industrias de medios, para las cuales el proporcionar alternativas en la oferta para el consumo simplemente obstaculiza la generación de consumidores estandarizados que pueden adquirir una oferta predeterminada.

Por otra parte, no es que la oferta nacional sea deliberadamente limitada en comparación con la oferta internacional de las industrias mediáticas, lo que sucede es que de cualquier manera las reglas de producción de los productos comunicativos aplican por igual a distintos esquemas de producción y consumo; por ello llama la atención el que las fórmulas de programación de las industrias culturales alrededor del mundo, reproduzcan prácticamente los mismos esquemas y los mismos planteamientos en materia de contenido.

### **Democracia**

Etimológicamente democracia quiere decir "poder del pueblo", pero desde el punto de vista filosófico la democracia es más que poder del pueblo, es un sistema socio político y económico de hombres libres e iguales; no sólo libres e iguales ante la ley, sino en las relaciones sociales en la vida cotidiana. La democracia en cuanto concepción del mundo conduce a las personas a uno de los ideales más sublimes que el ser humano intenta consolidar en la historia: el ideal de la simetría, es decir, de la igualdad y el ideal de la no arbitrariedad.

La sociedad auténticamente democrática debe ser simétrica y no arbitraria. La historia de la humanidad está plagada de luchas populares por conseguir esa meta.

Algo se ha avanzado pero falta mucho camino por recorrer. En otras palabras, faltan nuevas revoluciones, nuevos cambios, para que pueda concretarse el ideal de una sociedad justa integrada por hombres libres e iguales.

La democracia aparece por primera vez en muchas de las antiguas civilizaciones que organizaron sus instituciones sobre la base de los sistemas comunitarios e igualitarios tribales (democracia tribal).



El verdadero sentido democrático implica el derecho a la libertad de expresión, la tolerancia y la igualdad de acceso a las oportunidades de la información, pero sobre todo implica la participación y la corresponsabilidad en la toma de decisiones y el trabajo conjunto para conquistar esos derechos.

Por otra parte, parece existir una relación entre democracia y pobreza, en el sentido de que aquellos países con mayores niveles de democracia poseen también un mayor PIB per cápita, un mayor índice de desarrollo humano y un menor índice de pobreza. Sin embargo, existen discrepancias sobre hasta qué punto es la democracia la responsable de estos logros. Sin embargo, BURKHART y BECK, L (1994) utilizando series temporales y una metodología rigurosa han descubierto que:

1. El desarrollo económico conduce a la aparición de democracias.
2. La democracia por sí misma no ayuda al desarrollo económico.

Un importante economista, SEN, Amartya 1995 ha señalado que ninguna democracia ha sufrido nunca una gran hambruna, incluidas democracias que no han sido muy prósperas históricamente, como India, que tuvo su última gran hambruna en 1943 (y que algunos relacionan con los efectos de la Primera Guerra Mundial), y que sin embargo tuvo muchas otras en el siglo XIX, todas bajo la dominación británica.

## **Palabra**

En gramática tradicional, una palabra es cada uno de los segmentos limitados por pausas o espacios en la cadena hablada o escrita, que puede aparecer en otras posiciones, y que está dotado de una función.

Lingüísticamente, el concepto de palabra es mucho más problemático de lo que la definición anterior sugiere. Determinar qué constituye fonéticamente o

morfosintácticamente una palabra es un problema abierto, así por ejemplo junto a los morfemas ligados y las palabras léxicas existen los clíticos cuyo estatus de palabra es discutido. La rama de la lingüística que estudia la composición y estructura interna de las palabras es la morfología, sin embargo como este enfoque de estudio está más ligado a lo que tiene que ver con la expresión, se parte tomándola en cuenta como un verbo.

## **Mensaje**

Desde el sentido general, el mensaje es el objeto de la comunicación, e decir es el contenido o información que da un emisor hacia un receptor, este a la vez puede utilizar un canal o medio de comunicación para transmitirlo, sin embargo dentro de un contexto el mensaje es la razón por la que en la mayoría de los casos se utiliza la palabra para el intercambio de información.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Mensaje> (Tomado en noviembre del 2013)

## **Voz**

Consiste en el sonido que utiliza el ser humano haciendo uso de sus cuerdas vocales para comunicarse con otra persona o para expresar algún sentimiento como: reír, hablar, cantar, gritar e incluso llorar, sin embargo la voz como mensaje va más allá, siempre dependerá de la forma en que suene para expresar diferentes ideas, por ejemplo si lo dice de una manera irónica, el subconsciente de la otra persona que lo escucha de cierto modo se pone en alerta porque sabe que está enojado, de esta manera es más fácil que la otra persona el mensaje que se quiere transmitir utilizando distintos tonos y fuerzas de voz.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Voz\\_humana](http://es.wikipedia.org/wiki/Voz_humana) (Tomado en noviembre del 2013)

## **Libertad de expresión**

La libertad de expresión es un derecho fundamental o un derecho humano, definido como un medio para la libre difusión de las ideas y señalado en el

artículo 19° de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 así como en las constituciones de los sistemas democráticos.

### **Pluralismo y diversidad**

Se puede aceptar como un valor social en donde se pretende que los medios de comunicación reflejen la diversidad de situaciones que caracteriza la realidad social y política.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=997552> (Tomado en noviembre del 2013)

### **Responsabilidad ulterior**

Está inmerso cuando se habla del derecho a la libertad de expresión, en vista de que esta no debe estar sujeta a la censura previa sino que tener responsabilidad ulterior, es decir que una persona puede hacer uso de su derecho y expresarse libremente, pero si su expresión causa daño esta puede ser sancionada, generalmente está para los periodistas que denuncian alguna corrupción, pero si se comprueba que la información es falsa el periodista se somete a afrontar cargos por calumnias e injurias.

Tomado en noviembre del 2013 <http://www.activate.ec/content/responsabilidad-ulterior>

### **Limites**

El Pacto de San José y la Constitución ecuatoriana, en concordancia con los tratados internacionales, señalan dos límites para la libertad de expresión: la seguridad nacional y la honra y reputación de las personas, que no hace excepción a los funcionarios públicos.

Tomado en noviembre del 2013 <http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=112839>

### **Expresión**

El término expresión tiene varias acepciones, dependiendo del contexto en el que se lo trate. Sin embargo, en la presente investigación se lo conceptualizará

como el conjunto de manifestaciones que determinan las pautas generales que deben seguirse para lograr comunicar algo mediante el uso de gestos, sonidos y palabras. En este sentido, se ha abierto un debate de si realmente las personas pueden expresar lo que sienten y piensan o si es que aún siguen habiendo muchas “voces ocultas” que no han podido ser escuchadas debido a la distorsión que se da en la participación que solamente concede espacios a las “figuras públicas” y deja de lado al ciudadano y la ciudadana común.

### **Escuchar para actuar**

Parecería fácil escuchar para hablar, sin embargo cuando estamos en un aprieto o se quiere desmentir algo o incluso cuando captamos rápidamente la idea de la otra persona que pretende decir algo, terminamos interrumpiendo por la prisa de hablar, escuchar viene acompañado de ciertas obligaciones, la atención por ejemplo es difícil mantenerla y más aún interesarse por algo pero además se requiere un intercambio recíproco donde lo que se oye se devuelve y se transmite más allá.

SLIM, H y THOMSON, P (1992) explican en su libro “palabras desde el corazón” que los orígenes de la palabra hablada siempre se deben honrar, pues el testimonio de la gente se debe tratar con mucho respeto.

La acción social puede convertirse en un ejercicio desde la recopilación y comunicación del testimonio. Así resultara que quienes se tomaron el tiempo para hablar sepan que sus palabras se han tomado en serio y que el proceso de escuchar provoque el reconocimiento y la acción.

### **Distorsión de Participación**

Tanto la participación como la comunicación participativa no están libres de distorsiones, que en algunos casos neutralizan sus aportes a la construcción de

una sociedad participativa. Una distorsión frecuente es la participación manipulada.

En Latinoamérica esto es común que se extiendan invitaciones a las personas por tener una afinidad.

### **Voces ocultas**

Una de las cosas que se pretende es desmonopolizar la palabra, por lo general las voces siempre van a ser las mismas ya sea estas de políticos, hacendados o de las personas famosas.

Una de las consideraciones que se sugiere es tomar nota de la primera idea de la persona encuestada si es el caso, el sesgo que aparece es porque siempre a la gente no se le consulta lo suficiente porque dichos debates son tomados en cuenta desde donde la gente no participa, no escribe, no acude a las reuniones donde se decidirá. Entonces lo primordial sería reunir lo que dice y piensa en una forma de testimonio oral. Si ser pobre consistiría en no poder expresarse, al más pobre de todos le sobraría la voz y tendría que evolucionar pero sin voz. CHILDERS, E (1992)

### **Una voz en el debate**

Decir lo que se piensa es un acto de poder, y el acto de escuchar exige un respeto por el que habla, la entrevista no es solo un mecanismo práctico sino que demanda habilidades humanas de paciencia, humildad y la voluntad de aprender de los demás y respetar puntos de vista y valores que es posible que uno no comparta.

Es entonces el eje fundamental para iniciar cada actividad la palabra de las sociedades, de cada individuo, anciano, mujeres, niños y se debe aprender a trabajar con todos. CHILDERS, E (1992)

## **Formulación de Hipótesis**

Ho: La radio privada no afecta a la democratización de la palabra en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, durante el primer semestre del 2011.

Hi: La radio privada afecta a la democratización de la palabra en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, durante el primer semestre del 2011.

## **Señalamiento de Variables**

### **Variable Independiente**

La Radio Privada

### **Variable Dependiente**

Democratización de la palabra

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGIA**

#### **Enfoque de la Investigación.**

El trabajo de investigación acoge el enfoque: crítico – propositivo - social de carácter cuanti – cualitativo. Cuantitativo ya que está orientada hacia la identificación de las causas y explicaciones de los hechos que se estudian.

En un periodo de tiempo específico con la finalidad de comprobar la hipótesis. Cualitativa porque se encuentra dirigida hacia la comprensión de la forma en que los resultados porcentuales obtenidos en el análisis cuantitativo, pasarán a la criticidad con soporte del Marco Teórico dentro de un marco holístico en el que se asume una realidad dinámica.

#### **Modalidad básica de la investigación**

##### **Bibliográfica – documental**

Porque el trabajo de investigación tendrá información sobre Comunicación y desarrollo, y todas la teorías que permitan desarrollar el tema de investigación obtenidos a través de libros, textos, módulos, periódicos, revistas, internet, así como de documentos válidos y confiables a manera de información primaria.

##### **De campo**

Porque el investigador acudirá a recabar información en el lugar donde se producen los hechos, ya sea en el cantón Pallatanga o en sus comunidades aledañas, para así poder actuar en el contexto y transformar la realidad.

## De intervención Social o Proyecto Factible

Porque el investigador no se conformará con la observación pasiva del fenómeno democrático sino que además, realizará una propuesta que permita democratizar la palabra en el cantón Pallatanga.

## Nivel o tipo de investigación

### Exploratorio:

La investigación es de tipo exploratorio, porque plantea variables dentro del estudio, explorando un problema poco investigado en un contexto muy particular, en base a esto genera una hipótesis y propone una solución factible, siguiendo una metodología flexible, dispersa y de mayor amplitud.

## Asociación de Variables

La investigación llevara a nivel de asociación de variables porque permite estructurar predicciones a través de la medición de relaciones entre variables. Además se puede medir el grado de relación entre variables y a partir de ello, determinar tendencias o modelos de comportamiento mayoritario.

## Población y muestra:

Barrios del cantón Pallatanga y comunidades aledañas situación demográfica

**Tabla 2.** Situación demográfica del cantón Pallatanga

AREA	POBLACIÓN	HOMBRES	MUJERES
Amanzanado/comunidades	10.800	5.298	5.502
Dispersa	1.200	576	624
Total	12.000	5.874	6.126

**Fuente:** INEC, Censo población y vivienda

**Elaborada por:** Investigador



En virtud de que la población del cantón Pallatanga sobrepasa las 100 personas, se sacará una muestra representativa a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

**Dónde:**

n=	Muestra de población total	=12.000	
Z=	Variación Muestral	=95%	1,96
P=	Probabilidad de acierto	=50%	0,5
Q=	Probabilidad de fracaso	=50%	0,5
N=	Población total	=12.000	
e=	Error de aceptado	=5%	0,05

$$n = \frac{0,5 \times 0,5 \times 12000 \times 3,8416}{12000 \times 0,025 + 0,5 \times 0,5 \times 3,8416}$$

$$n = \frac{12000 \times 0,9604}{30 + 0,9604}$$

$$n = 372.24$$

Por lo tanto el número de encuestados serán: 373

## Operacionalización de variables

### Operacionalización de la variable independiente: La Radio Privada

**Tabla 3.** Variable independiente: La Radio Privada

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	INSTRUMENTOS
Es un medio de información que busca la participación de sus audiencias así como el apoyo económico empresarial mediante programación dedicada a educar, entretener, informar y orientar a los radioescuchas a través del uso de un medio de transmisión.	Participación	Espacios públicos	¿Existen radios Comunitarias en su comunidad?	Técnica: Encuesta  Instrumento: Cuestionario estructurado <b>Anexo 1.</b>
	Medio de transmisión	AM, FM, Internet	¿Qué tipo de radio usted escucha?	
	Audiencias	Rurales, Urbanas	¿Sabe usted que es la Radio Comunitaria?	

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

### Operacionalización de la variable dependiente: Democratización de la palabra

**Tabla 4.** Variable dependiente: Democratización de la palabra

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	INSTRUMENTOS
<p>La democratización es un proceso de desarrollo de las instituciones sociales liberales que conducen al fortalecimiento de la sociedad civil, resguardo de los derechos humanos básicos y la disminución de las desigualdades socio-económicas.</p>	Desarrollo	expresión	¿Considera que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas?	Técnica: Encuesta
	Instituciones Sociales	Procesos	¿Qué programas prefiere?	Instrumento: Cuestionario estructurado <b>Anexo 1.</b>
	Derechos humanos	Derecho a la comunicación	¿En la radio que escucha se puede expresar libremente?	

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

## **Técnicas e Instrumentos**

### **Encuesta:**

Dirigido a los moradores del cantón Pallatanga, cuyo instrumento es el cuestionario, elaborado con preguntas cerradas y que permitirá recabar información sobre las variables de estudio.

### **Validez y confiabilidad.**

La validez de los instrumentos vendrá dado por la técnica llamada “Juicio de expertos”, mientras que, su confiabilidad se lo hará a través de la aplicación de una prueba piloto a un grupo reducido de iguales características del universo a ser investigado, para detectar posibles errores y corregirlos a tiempo, antes de su aplicación definitiva.

## Plan para la recolección de información

### Recolección de información de la Variable Independiente

**Tabla 5.** Variable Independiente: Recolección de Información

Qué?	Para Qué?	A Quienes?	Cómo?	Con Que?	Cuando?	Cuantas Veces?	Dónde?
<b>La radio Privada</b>	Investigar como es la radio privada en Pallatanga	A los moradores del cantón Pallatanga y comunidades.	Con la técnica de encuesta	Con el instrumento cuestionario	9 a 14 Mayo	Una Vez	Cantón Pallatanga provincia de Chimborazo

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

## Plan para la recolección de información

### Recolección de información de la Variable dependiente

**Tabla 6.** Variable Dependiente: Recolección de información

Qué?	Para Qué?	A Quienes?	Cómo?	Con Que?	Cuando?	Cuantas Veces?	Dónde?
<b>Democratización de la palabra</b>	Determinar el nivel democrático de la palabra	Moradores del cantón Pallatanga y las comunidades	Con la técnica de encuesta	Con el instrumento cuestionario	9 a 14 Mayo	Una Vez	Cantón Pallatanga provincia de Chimborazo

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

## **Plan de procesamiento de análisis de la información**

### **Procesamiento de información**

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis:
- Cuadros de una sola variable, cuadro con cruce de variable, etc.
- Manejo de información (reajustes de cuadros con casillas vacías o con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente en los análisis)
- Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

### **Análisis e interpretación de resultados**

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de hipótesis. Para la verificación estadística conviene seguir la asesoría de un especialista.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Análisis e interpretación de resultados de Encuesta a la comunidad Pallatanguña

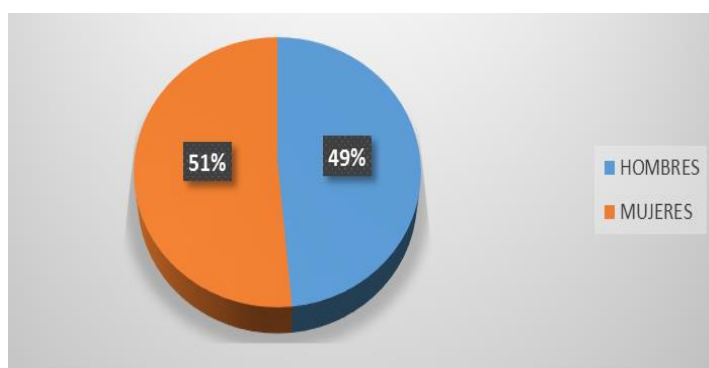
a.) Sexo

**Tabla 7.** Porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad Pallatanguña

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hombres	181	49%
Mujeres	192	51%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 5.** Porcentaje de hombres y mujeres de la comunidad pallatanguña

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 192 son mujeres equivalente al 51.47%; mientras que 181 son hombres equivalente al 48.53%.

**Interpretación de resultados:** Lo que podemos concluir que en nuestra investigación existe equidad de género puesto que las mujeres son ligeramente más que los hombres en el cantón Pallatanga.



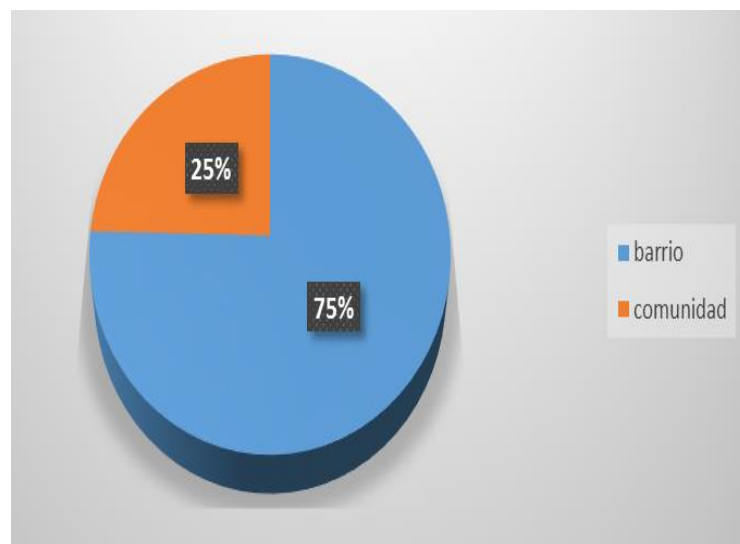
b.) Donde vive (barrio o comunidad)

**Tabla 8.** Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por ubicación

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>Barrio</b>	281	75%
<b>comunidad</b>	92	25%
<b>Total</b>	373	100%

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 6.** Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por ubicación

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 281 viven en la ciudad equivalente al 75.3%; mientras que 92 personas equivalente al 24.7% viven en el disperso.

**Interpretación de resultados:** La población Pallatanguena se encuentra ubicada en la parroquia matriz y las comunidades cercanas en su mayoría, por lo que en nuestra investigación concluimos que es necesario contar con todo el conglomerado sin dejar de lado a las comunidades aledañas.

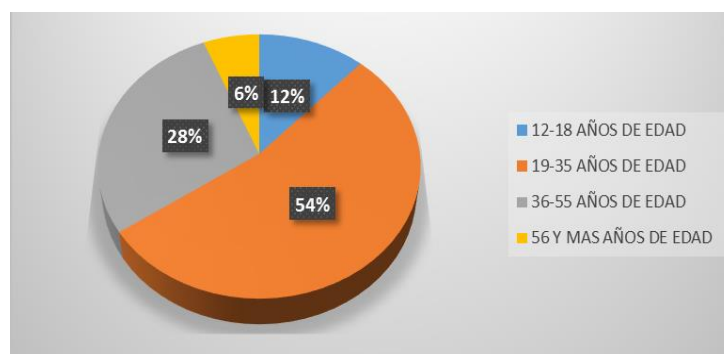
c.) Edad del encuestado

**Tabla 9.** Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por edad

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>12-18 años de edad</b>	44	12%
<b>19-35 años de edad</b>	200	54%
<b>36-55 años de edad</b>	106	28%
<b>56 y más años de edad</b>	23	6%
<b>Total</b>	373	100%

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador



**Gráfico 7.** Porcentaje de personas de la comunidad pallatanguña por edad

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 200 están entre los 19 a 35 años de edad equivalente al 54%; mientras que 106 personas equivalente al 28% se encuentran entre 36 a 55 años de edad, las 44 personas equivalente al 12% están en un promedio entre 12 a 18 años de edad, y tan solo con el 6% que son 23 personas están entre los 56 años de edad y más.

**Interpretación de resultados:** Podemos aseverar como conclusión que en el proceso de investigación se encuentra en su mayoría en edades de 19 a 35 años de edad correspondiendo a más de la mitad de la población de nuestra investigación por lo tanto se deberá tomar en cuenta considerablemente en la toma de decisiones a esta agrupación de personas por edad.

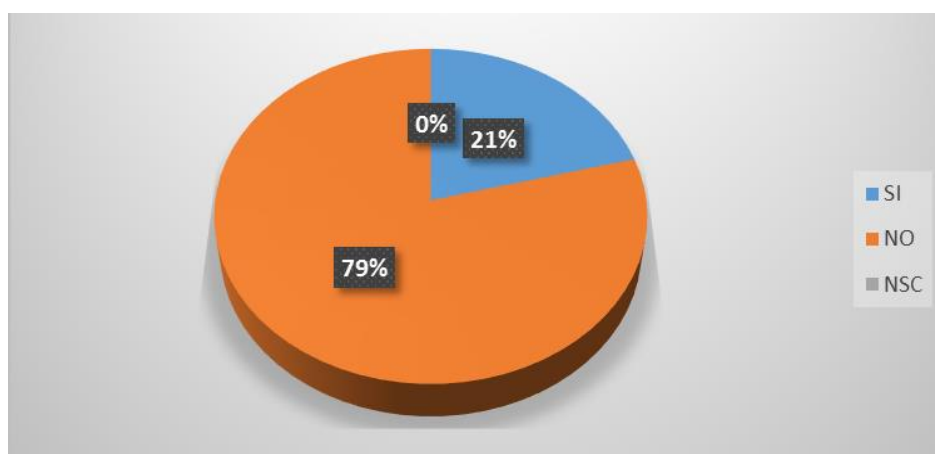
## 1. ¿Sabe usted que es la Radio Comunitaria?

**Tabla 10.** Porcentaje de personas si saben que es la Radio Comunitaria

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
si	78	21%
no	295	79%
NSC	0	0%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 8.** Porcentaje de personas si saben que es la Radio Comunitaria

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 295 que corresponden al 79% no sabe decir que es una radio comunitaria, mientras el 21% si sabe o al menos tiene una idea ligera de lo que significa una radio comunitaria.

**Interpretación de resultados:** Podemos concluir que este tipo de medios alternativos son nulos y que la mayoría de la población no tiene una idea de lo que es una radio comunitaria y con ello desconocen la importancia de su existencia como una herramienta para la democratización de la palabra y la importancia de participación con sus opiniones.

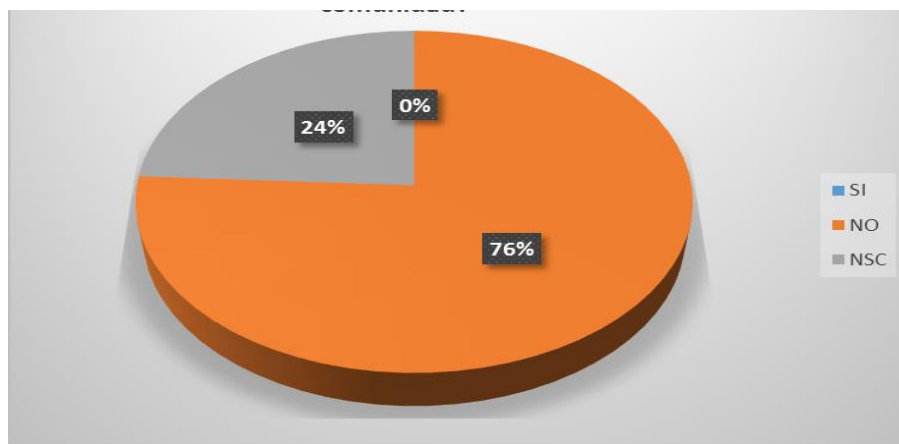
## 2. ¿Existen Radios Comunitarias en su comunidad?

**Tabla 11.** Porcentaje de personas que conocen si existen Radios Comunitarias en su comunidad

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
si	0	0%
no	283	76%
NSC	90	24%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 9.** Porcentaje de personas que conocen si existen Radios Comunitarias en su comunidad

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 283 que corresponden al 76% responden que no existen radios comunitarias, mientras que 90 personas que equivalen el 24% no saben contestar y ninguna persona dice que si existen radios comunitarias.

**Interpretación de resultados:** Se concluye que no existen radios comunitarias donde se pueda expresar libremente, la inexistencia de estos medios tanto en la cabecera cantonal así como en las comunidades permite un desconocimiento total de la realidad en la que se vive, violentando de cierto modo su derecho a la participación e información a través de estos medios.

### 3.- ¿Qué tipo de Radio usted escucha?

Tabla 12. Porcentaje de personas que escuchan el tipo de radio

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRIVADA	263	71%
COMUNITARIA	0	0%
PÚBLICA	0	0%
RELIGIOSA	71	19%
OTRA	39	10%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador

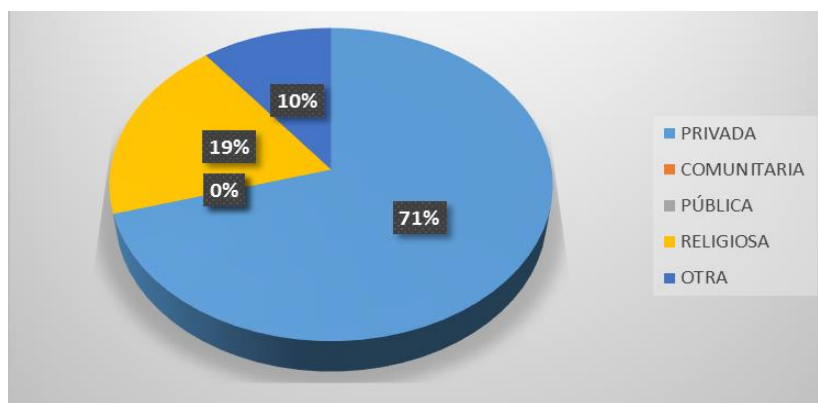


Gráfico 10. Porcentaje de personas que escuchan el tipo de radio

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 263 personas que constituyen el 71% escucha radio privada de la localidad, mientras que 71 personas equivalentes al 19% escucha radio religiosa, por otro lado 39 personas equivalentes al 10% escucha otro tipo de radio.

**Interpretación de resultados:** Se concluye que la mayoría de la población se interesa por escuchar la radio, es así que como en la localidad solo existe radio privada lo que conlleva a escuchar este tipo de emisora local, tratando de satisfacer las necesidades auditivas como una forma de acompañamiento e información.

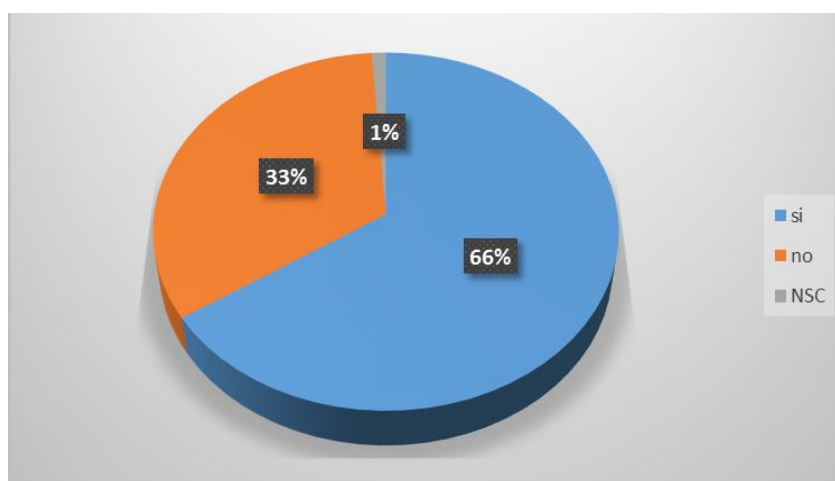
#### 4.- ¿Considera que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas?

**Tabla 13.** Porcentaje de personas que consideran que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas.

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
si	245	66%
no	124	33%
NSC	4	1%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 11.** Porcentaje de personas que consideran que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas.

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 245 que corresponden al 66% consideran que la radio les puede ayudar a expresar sus ideas, mientras 124 personas que corresponden al 33% dicen que no les ayuda y el 1% no sabe contestar.

**Interpretación de resultados:** Se concluye que la mayoría de las personas creen que una emisora radial puede ser una herramienta donde las necesidades de cada comunidad se den a conocer a los entes sociales, además puede ser contado por ellos mismos lo que hace más verosímil la información.

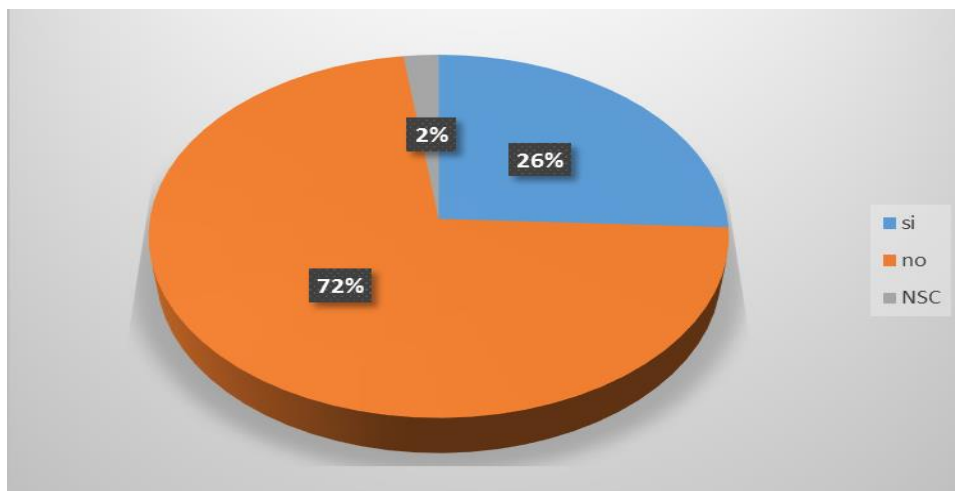
## 5.- ¿En la radio que escucha, usted se puede expresar libremente?

**Tabla 14.** Porcentaje de personas que dicen que se pueden expresar libremente.

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
si	96	26%
no	269	72%
NSC	8	2%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 12.** Porcentaje de personas que dicen que se pueden expresar libremente.

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 269 personas que constituyen el 72% dicen que no pueden expresarse en las radios, mientras que 26 personas equivalentes al 26% dicen lo contrario, y tan solo el 2% prefieren no contestar.

**Interpretación de resultados:** Se concluye que la mayoría de las personas encuestadas no se puede expresar libremente por falta de programas que incentiven a participar con la emisora, aseguran además que es una emisora donde se mantiene al aire con música en su mayor parte de programación lo que impide esa retroalimentación entre medio de comunicación con la sociedad.

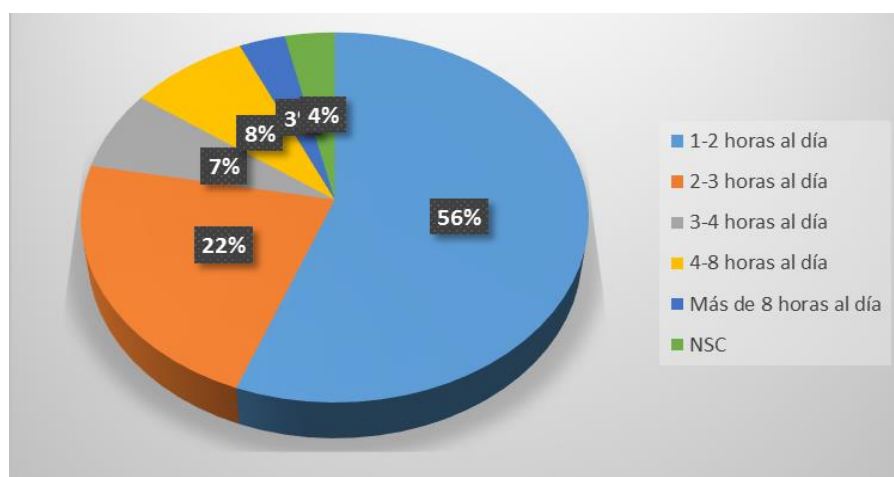
## 6.- ¿Cuántas horas al día escucha la radio?

**Tabla 15.** Porcentaje de horas que las personas del cantón dedican a escuchar la radio

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1-2 horas al día	208	56%
2-3 horas al día	83	22%
3-4 horas al día	26	7%
4-8 horas al día	31	8%
Más de 8 horas al día	12	3%
NSC	13	4%
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 13.** Porcentaje de horas que las personas del cantón dedican a escuchar la radio

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 208 personas equivalente al 56% indican que escuchan de 1 a 2 horas al día, 83 personas equivalente al 22% escuchan de 2 a 3 horas, 31 personas equivalente al 8% escuchan 4 a 8 horas, 26 personas equivalente al 7% escuchan de 3 a 4 horas al día, 13 personas equivalente al 4% no saben, 12 personas equivalente al 3% escuchan más de 8 horas al día.

**Interpretación de resultados:** Se concluye que la gran mayoría de la población Pallatanguña escucha la radio entre un máximo de una a dos horas al día, lo que nos permite saber que un programa radial se puede hacer basándose hasta que tiempo de duración nuestros radio escuchas nos van a sintonizar, además se sabe que en este tiempo de duración es conveniente interactuar con música comentarios entrevistas, y noticias.



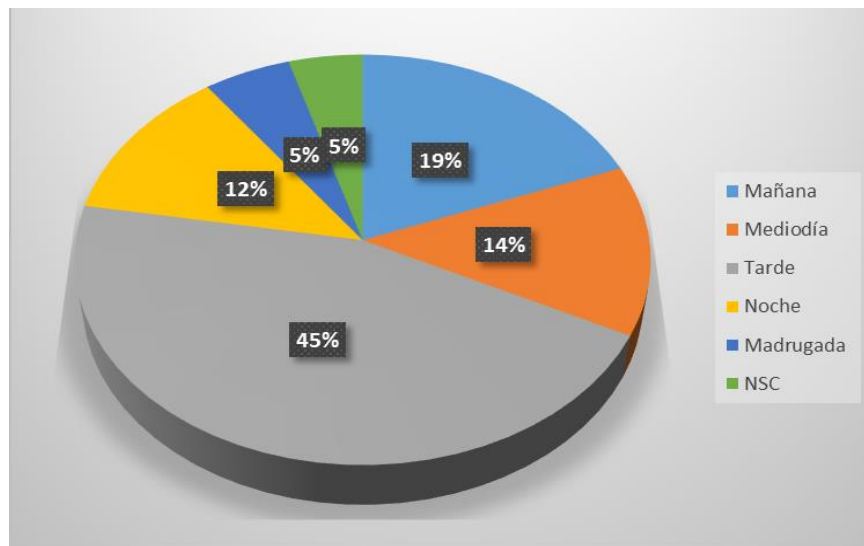
## 7.- ¿Cuál es el horario de su preferencia?

**Tabla 16.** Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a su horario de preferencia

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>Mañana</b>	71	19.%
<b>Mediodía</b>	50	14%
<b>Tarde</b>	169	45%
<b>Noche</b>	46	12%
<b>Madrugada</b>	20	5%
<b>NSC</b>	17	5%
<b>Total</b>	373	100%

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 14.** Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a su horario de preferencia

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 169 personas equivalente al 45% indican que prefieren escuchar radio en la tarde, 71 personas equivalente al 19% prefieren en la mañana, 50 personas equivalente al 14% prefieren al mediodía, 46 personas equivalente al 12% prefieren en la noche, 20 personas equivalente al 5% prefieren en la madrugada, 17 personas equivalente al 5% no responden.

**Interpretación de resultados:** El conglomerado Pallatanguense prefiere escuchar radio en la tarde, entre las razones es que las personas son del campo y por la tarde se dedican a pasar en la casa en compañía de la música, por otro lado los jóvenes al regresar del colegio prefieren hacer sus tareas acompañada de la música que en la emisora les ofrece.

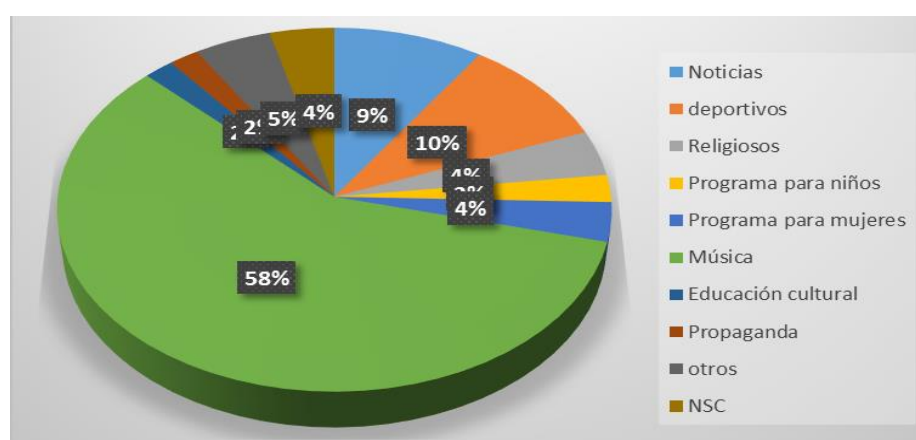
## 8.- ¿Qué programa prefiere?

**Tabla 17.** Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a los programas que prefieren

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Noticias	35	9%
deportivos	36	10%
Religiosos	15	4%
Programa para niños	9	2%
Programa para mujeres	13	4%
Música	218	58%
Educación cultural	7	2%
Propaganda	7	2%
otros	18	5%
NSC	15	4%
Total	373	100%

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador



**Gráfico 15.** Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a los programas que prefieren

**Fuente:** Investigador

**Elaboración:** Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 218 personas equivalente al 58% indican que prefieren música, 36 personas equivalente al 10% prefieren deportivos, 35 personas equivalente al 9% prefieren noticias, 18 personas equivalente al 5% dicen preferir otros tipos de programas, 15 personas equivalente al 4% prefieren programas religiosos, y otras 15 personas equivalente al 4% no contestan, 13 personas equivalente al 4% prefieren programas para mujeres, 9 personas equivalente al 2% prefieren programas para niños, 7 personas equivalente al 2% prefieren programas de educación cultural así como las otras 7 personas prefieren propaganda.

**Interpretación de resultados:** Se concluye que la población prefiere escuchar programación musical en las radios del cantón Pallatanga, es de conocimiento general que con la música el hombre puede expresar sus sentimientos, el hombre al tener una música sonando fácilmente se aísla y no importa del lugar donde se encuentre termina por interesarse de ella, sin embargo la música también une a las sociedades e identifica a todas ellas y les permite relajarse y divertirse a la vez, a la música se la escucha en los momentos de mayor emoción así como de mayor tristeza.

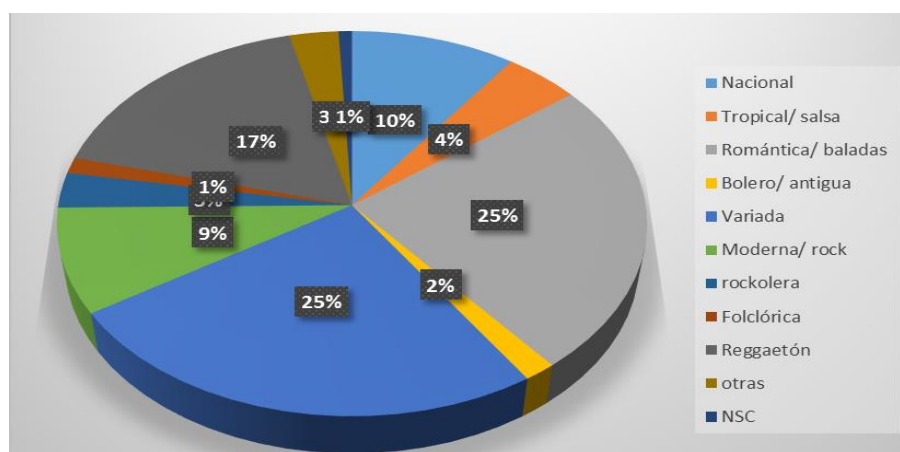
## 9.- ¿Qué música prefiere?

**Tabla 18.** Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a la música que prefieren

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nacional	37	10%
Tropical/ salsa	17	4%
Romántica/ baladas	92	25%
Bolero/ antigua	6	2%
Variada	94	25%
Moderna/ rock	33	9%
rockolera	11	3%
Folclórica	5	1%
Reggaetón	64	17%
otras	11	3%
NSC	3	1
<b>Total</b>	<b>373</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador



**Gráfico 16.** Porcentaje de radioescuchas de acuerdo a la música que prefieren

Fuente: Investigador

Elaboración: Investigador

**Análisis:** De las 373 personas encuestadas y que constituyen el 100%, 94 personas equivalente al 25% indican que prefieren música variada, 92 personas equivalente al 25% prefieren romántica/ baladas, 64 personas equivalente al 17% prefieren reggaetón, 37 personas equivalente al 10% prefieren música nacional, 33 personas equivalente al 9% prefieren moderna/rock, 17 personas equivalente al 5% prefieren tropical/salsa, 11 personas equivalente al 3% prefieren otra música, mientras que las otras 11 personas prefieren rockolera, 6 personas equivalente al 2% prefieren bolero/antiguo, 5 personas equivalente al 1% prefieren folclórica, 3 personas equivalentes 1 no contestan.

**Interpretación de resultados:** Se concluye que la población prefiere escuchar música variada en las programaciones radiales, la música variada moderna normalmente siempre mantiene un ritmo binario es decir la constancia del ritmo y pues como la música nunca deja indiferente a nadie tenemos una gama de ritmos en las cuales podemos refrescar la melodía, además con la música variada se obtiene un volumen inconstante es decir altos y bajos por lo que al escucha tendrá momentos de apartarse solo con la música y después regresar a su actividad actual, pero lo más importante es la letra, al tener una música variada y de diferentes orígenes termina por convencer una de ellas.

## Verificación de la hipótesis

Dónde:

Ho = Hipótesis Nula

H1 = Hipótesis Alterna

Ho = La radio privada no afecta a la democratización de la palabra de los habitantes del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

H1 = La radio privada si afecta a la democratización de la palabra de los habitantes del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

### Variables.

VI: La Radio Privada

VD: Democratización de la palabra

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas se procede a aplicar la prueba estadística del chi cuadrado.

En este tipo de problemas el estadístico de prueba es:

$$X^2 = \sum (O - E)^2 / E.$$

**Dónde:**

$X^2$  = Chi cuadrado

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Datos observados.

E = Datos esperados.

Para aceptar o rechazar esta hipótesis se tomaron en cuenta las siguientes preguntas:

2.- ¿Existen radios comunitarias en su comunidad?

5.- ¿En la radio que usted escucha, se puede expresar libremente?

Como son 2 preguntas, el número de filas es 2 y como cada pregunta tiene 3 respuestas posibles, el número de columnas es 3. Realizando el cálculo de los grados de libertad quedaría así:

$$gl = (f-1) (c-1)$$

$$gl = (2-1) (3-1)$$

$$gl = (1) (2)$$

$$gl = 2$$

Valores observados

**Tabla 19.** Datos observados fo

VALORES OBSERVADOS fo				
	SI	NO	NSC	
SI	0	89	7	96
NO	0	188	81	269
NSC	0	6	2	8
	0	283	90	373

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador

## Valores esperados

**Tabla 20.** Datos esperados fe

		VALORES ESPERADOS fe		
		SI	NO	NSC
SI	0	72,836	23,164	
NO	0	204,094	64,906	
NSC	0	6,070	1,930	

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador

**Tabla 21.** Cálculo del chi cuadrado

fo	fe	(fo-fe)	(fo-fe) <sup>2</sup>	[(fo-fe) <sup>2</sup> ]/fe
0	0	0,000	0,000	0,000
0	0	0,000	0,000	0,000
0	0	0,000	0,000	0,000
89	72,836	16,164	261,260	3,587
188	204,094	-16,094	259,011	1,269
6	6,070	-0,070	0,005	0,001
7	23,164	-16,164	261,260	11,279
81	64,906	16,094	259,011	3,991
2	1,930	0,070	0,005	0,003
				20,129 valor de X <sup>2</sup>

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador

### **Grados de libertad**

$$V = (\text{cantidad de filas} - 1) (\text{cantidad de columnas} - 1) = (3-1) (3-1) = 2 \cdot 2 = 4$$

### **Nivel de significancia**

Nivel de significancia                      0,05 es decir error del 5%

$P = 1 - \text{nivel de significancia}$                        $p = 1 - 0,05 = 0,95$

Para  $p = 0,95$  y  $v = 4$  se tiene según la tabla  $X^2$  crítico = 9,488

$X^2$  calculado                      20,129

$X^2$  tabulado                      9,488

Si  $X^2$  calculado  $\leq X^2$  tabulado se acepta la hipótesis nula

De acuerdo a estos resultados el chi-cuadrado calculado es mayor que el chi cuadrado de la de la tabla, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se da paso a la hipótesis alterna que dice:

**La radio privada si afecta a la democratización de la palabra de los habitantes del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.**

Por otra parte, al realizar el Análisis de porcentajes representativos se aprecia que en un porcentaje amplio del 79% no saben lo que es una radio comunitaria, un 76% dicen que no existen radios comunitarias, y en un 72% dicen que no pueden expresarse libremente corroborándose así los resultados obtenidos por el cálculo del chi cuadrado.

**Tabla 22.** Análisis de porcentajes representativos

Pregunta	Característica/ opción	Porcentaje
¿Sabe usted que es la radio comunitaria?	no	79%
¿Existen radios comunitarias en su comunidad?	no	76%
¿Qué tipo de radio usted escucha?	privada	71%
¿Considera que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas?	si	66%
¿En la radio que usted escucha, se puede expresar libremente?	no	72%
¿Cuántas horas al día escucha la radio?	1-2 horas al día	56%
¿Cuál es el horario de su preferencia?	tarde	45%
¿Qué programas prefiere?	música	58%
¿Qué música prefiere?	variada	25%

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador



## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones**

- La misión de los medios masivos es ineficaz en la localidad, es así que la mayoría de la población no ha tenido acceso a dichos medios en los que se sigue escuchando a los mismos personajes de siempre dejando de lado al habitante común.
  
- Los medios masivos no han dado a conocer la tradición de los pueblos así como su cultura incumpliendo con el deber que le corresponde tal como lo revelan los moradores del cantón.
  
- Las programaciones emitidas en los medios de información privados del cantón Pallatanga no fomentan el desarrollo.
  
- En el cantón Pallatanga se pronuncian muy poco los derechos de la ciudadanía a través de las emisoras privadas existentes.
  
- Aunque a la mayoría de la población le gustaría que existan programas donde se pueda acceder y expresar libremente, acudir al medio y dar su forma particular de ver las cosas sobre lo acontecido, en la mayoría de tiempo aire las emisoras solo programan música, comerciales, y alguna novedad de conveniencia.

## **Recomendaciones**

- Se debe implementar una programación radial comunitaria en el cantón Pallatanga como un instrumento que se utilizará para democratizar la palabra, mediante la participación ciudadana, de forma tal que sea considerada un medio que ayude al desarrollo del cantón.
- El conocimiento de las técnicas de comunicación deberá ser amplio en los profesionales que diseñen y ejecuten la radio comunitaria, para su adecuado manejo.
- La radio en sus políticas y como eje fundamental tiene que buscar la independencia, para que pueda desempeñarse como medio de todos los entes sociales, garantizando así la participación y la libre expresión.
- Considerando que es una comunicación para el desarrollo, la programación tendrá que enmarcarse de preferencia en un formato que le permita educar e informar a más de entretener.
- La producción comunicacional deberá emitir productos bajo estándares técnicos preestablecidos, que garanticen su calidad y que sean realizados con los protagonistas directos, es decir, con la gente de la comunidad.

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **Datos Informativos**

##### **Título:**

Implementar una Radio Comunitaria en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo

##### **Institución Ejecutora:**

GAD del cantón Pallatanga

##### **Beneficiarios:**

Públicos internos y externos del cantón Pallatanga

##### **Ubicación:**

Cantón Pallatanga ubicado al sur occidente de la Provincia de Chimborazo, a 1.285 msnm, limita al norte con el cantón Colta, al sur con Cumandá, al este con Guamote y Alausí y al oeste con la provincia del Guayas.

**Tiempo estimado para la ejecución:** Seis meses.

**Equipo técnico responsable:** Investigador

**Costo:**\$48000

## Antecedentes

Una vez que se realizó la investigación se procedieron a analizar los resultados y se pudo evidenciar la necesidad de democratizar la palabra en el cantón Pallatanga por medio de una radio comunitaria.

Aunque en el cantón existen medios de comunicación, estos no desarrollan programas que permitan la opinión pública con temas o problemas sociales que se generan en la localidad, desatendiéndose así por completo la democratización de la palabra, a pesar de que existen algunos grupos de minorías que se esfuerzan por realizarlo pero apenas queda en una buena intención.

En el cantón no se han encontrado proyectos de este tipo de investigación en cuanto a programación radial se refiere para radios comunitarias enfocadas como una herramienta de la comunicación para el desarrollo; por el contrario se encuentran radios privadas en amplitud modulada AM y frecuencia modulada FM como es el caso de las estaciones radiales: Radio La Voz de Pallatanga (1984), Radio Primavera (2009) Radio Remanente Celestial (2009).

Sin embargo en el Ecuador existe un proyecto que se pretende crear 20 radios comunitarias para finales del 2013, este es un proyecto estatal que ha iniciado en el año 2010 y que los principales pueblos beneficiarios serán los montubios, afro ecuatoriano y también las organizaciones sociales.

[www.telesurtv.net/articulos/2013/10/30/ecuador-tendra-20-radios-comunitarias-a-finales-de-2013-5097.html](http://www.telesurtv.net/articulos/2013/10/30/ecuador-tendra-20-radios-comunitarias-a-finales-de-2013-5097.html) (tomado en diciembre del 2013).

Otra de las radios es La Voz de la NAE en Morona Santiago con una cobertura de 78 comunidades

<http://gestiondesechossolidosamazonia.blogspot.com/2012/07/entrevista-en-la-radio-la-voz-de-la-nae.html> (tomado en octubre 2013)

La radio pública del Ecuador es una emisora estatal a cargo de la Secretaria de Comunicación, comenzó en el año 2008 con un presupuesto de 1,7 millones de dólares que proviene de un crédito no reembolsable del banco del estado. <http://www.radiopublica.ec/radiopublica.php?c=43>. (Tomado en noviembre 2013)

José Miguel Pereira en su libro "Comunicación para el Desarrollo" sostiene que "los medios deberán enfocarse en el nuevo modelo de comunicación que es la democratización de la palabra" dando así la pauta para realizar una propuesta de programación radial comunitaria.

### **Justificación**

Se conoce por sentido general que la escasa democratización de la palabra afecta considerablemente en lo que va con materia de comunicación para el desarrollo, esto no permite que la gente como objeto se interese en los problemas propios y más comunes, evitando la opinión pública en temas cotidianos, existiendo una insatisfacción de todo un pueblo con las autoridades pero sin conocer a fondo las causas de cada tema en cuestión es por ello que se hace necesario cambiar la tradicional programación radiofónica que no considera a la opinión pública como una alternativa urgente principal y de alto interés.

El trabajo investigativo tiene **originalidad** porque busca implementar un medio alternativo en un sector donde aún no se lo ha hecho y cuyos objetivos están enfocados al bien común.

De allí nace la **importancia** de las comunidades rurales en manejar su propio medio de comunicación la cual va enmarcada en la presente propuesta la implementación de una radio comunitaria como gestora de cambio al servicio comunal.

El estudio realizado a través de las encuestas demostró cuan **factible** es poder mantener una radio en el cantón Pallatanga porque existe la predisposición de los

habitantes en mantener la misma por lo que involucrará a los ciudadanos de las localidades que en muchas ocasiones no son tomados en cuenta.

El trabajo investigativo tiene **utilidad teórica** porque se utilizará bibliografía actualizada y especializada para el tema. Asimismo tendrá **utilidad práctica** porque se planteará una alternativa de solución al problema investigado.

Las personas **beneficiarias** de la investigación serán los habitantes del cantón Pallatanga. Así mismo este medio dará apertura al cambio social apuntado siempre mecanismo que faciliten mejorar la calidad de vida e intelectual de cada ciudadano en donde los verdaderos protagonistas serán niños, jóvenes y adultos de las localidades con productos educomunicacionales, culturales y de desarrollo.

## **Objetivos**

### **General**

Implementar una radio comunitaria con una programación diseñada para democratizar la palabra en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

### **Específicos.**

- Aprobar la propuesta planteada.
- Cotizar los equipos y adquirirlos
- Realizar emisiones de prueba.
- Diseñar la programación en base a las necesidades, de la comunidad.
- Difundir la programación diseñada

## **Análisis de factibilidad**

**Política:** Esta propuesta es factible porque pretende hacer cumplir el derecho a la comunicación y se basa en la constitución de la República del

Ecuador, así también se acoge de todos los artículos que le permiten desarrollar en su libre ejercicio de la ley de comunicación, y en los estatutos de la UTA en donde se enmarca en apoyar los proyectos de los estudiantes.

**Socio-cultural:** La necesidad urgente de contribuir con las demandas comunicacionales de la comunidad pallatanguña, ha marcado el camino en la elaboración de esta propuesta, la misma que se interesa por buscar la democratización de la palabra y con ella una identidad cultural propia.

En lo social es realizable, porque el Colegio Técnico Agropecuario "Provincia de Chimborazo" (C.A.P.CH.) aportará a la comunicación con la sociedad mediante la participación activa de la comunidad estudiantil.

Se ampliará la opinión pública ya que el medio no hará diferencias de género, etnia, creencias, posición económica, afiliación política, entre otras.

**Tecnológica:** Tecnológicamente, la propuesta se hace factible, porque el GAD Municipal de Pallatanga, cuenta con una infraestructura adecuada y el conocimiento humano necesario de estas tecnologías.

**Organizacional:** La programación radial que se pretende realizar, organizacionalmente se la hará tomando en consideración las diversas voces de la comunidad quienes interactuarán con las autoridades del plantel y el mentalizador de la propuesta (el Investigador).

**Equidad de género:** Existirá equidad de género ya que el diseño de la programación de esta Radio Comunitaria estará dirigido tanto por mujeres como por hombres y enfocado al interés común de ambos grupos.

**Ambiental:** Esta propuesta es sostenible en el tema ambiental porque en la elaboración de su programación se ha considerado producciones de mensajes que conciencien a la ciudadanía a cuidar el ambiente.

Económico- financiera: Se cuenta con el apoyo del GAD Municipal de Pallatanga para su ejecución. Los costos de los equipos, según proforma recibida de la empresa Ecuatronic que a continuación detallamos:

## RECURSOS OPERACIONALES

### Sistema de transmisión

Excitador FM 30 W.....	1.600,00 USD
45 Mts de cable coaxial ½ .....	860,00 USD
Sistema Radiante de FM.....	1.600,00 USD
Dirección Técnica.....	1.200,00 USD
<b>Subtotal.....</b>	<b>5.260,00 USD</b>

### Sistema de Enlace Estudios-Cerro

Radio-Enlace RVR.....	3.680,00 USD
Antenas Khaterien.....	1.400,00 USD
40 Mts Cable RG 9913.....	320,00 USD
2 Herrajes en tubo 1¼.....	170,00 USD
<b>Subtotal.....</b>	<b>5.570,00 USD</b>

### Procesamiento de Audio

Digital Audio Procesador Orban 5300.....	5.830,00 USD
<b>Subtotal.....</b>	<b>5.830,00 USD</b>

### Equipos Básicos de Estudio (Master)

Consola de Audio AEQ mod. BC-312.....	4.745,00 USD
Hibrido Telefónico 2 líneas.....	1.290,00 USD
2 Micrófono Shure SM58.....	376,00 USD
2 Audífonos Sennheiser.....	170,00 USD
2 Pedestales tipo Brazo.....	380,00 USD
2 Parlantes de estudio auto amplificado.....	324,00 USD
1 CD Player NUMARK MP-102 MP3.....	538,00 USD



1 SOFTWARE/PAQUETE Dinesat 8 XP.....	1.324,00 USD
1 PC para Sistema de Automatización.....	1.200,00 USD
Misceláneos para instalación.....	100,00 USD
Instalacion y transporte.....	800,00 USD
<b>Subtotal.....</b>	<b>11.597,00 USD</b>

A estos valores hay que agregarle:

<b>Estudio de estación radiofónica FM baja potencia.....</b>	<b>700,00 USD</b>
<b>Torre de transmisión.....</b>	<b>7.000,00 USD</b>
<b>Cabina técnica.....</b>	<b>4.000,00 USD</b>

#### RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA

Materiales de Oficina.....	61,00 USD
Mesa de computadora.....	180,00 USD
Mesa para consola.....	60,00 USD
Sillas.....	150,00 USD
<b>Subtotal.....</b>	<b>451,00 USD</b>

Por lo que el costo total del equipo técnico necesario es de \$47.549.

#### RECURSOS HUMANOS

Debido a que las personas que participan en este tipo de medios lo hacen, en su mayoría, de manera voluntaria, el pago que perciben no suele estar acorde a lo que señalan las tablas correspondientes, sino que más bien se establecen en base a acuerdos entre la propia comunidad, sin embargo el director del medio deberá ser profesional y por lo tanto según el dictamen técnico presupuestario para Remuneraciones Unificadas en el Sector Público, emitido por el Ministerio de Economía y Finanzas, constan las remuneraciones mensuales para periodistas profesionales y no profesionales unificadas establecidas en el año 2012.

Director del medio.....	800,00 USD
Reportero.....	631,19 USD
Programador.....	631,19 USD
Locutores.....	631,19 USD

**Legal:** La presente propuesta establecida es factible y viable porque se basa en la Constitución de la República del Ecuador en el capítulo segundo sección tercera el artículo 16 donde se menciona el derecho a tener acceso a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos.

El proyecto también se sustenta en los siguientes artículos de la Ley Orgánica de Comunicación:

Art. 32.- Derecho al acceso a frecuencias.- Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

Art. 34.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir a través de los medios de comunicación y en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Todos los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios tienen el deber de difundir tales contenidos, a solicitud de sus productores, hasta en un espacio equivalente al 5% de su programación, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

Art. 40.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta ley a través de cualquier medio de comunicación social.

Art. 91.-Definición.- Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos u organizaciones sin fines de lucro. No tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. Los medios de comunicación comunitarios no podrán ser sometidos a limitaciones de definición y distribución de contenidos, de cobertura geográfica, ni a controles especiales o cualquier otra forma de discriminación que les impida operar en igualdad de condiciones que los demás medios de comunicación.

Art. 93.- Financiamiento.- Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.

Además en el Art. 2 y 3 del Estatuto de la Universidad Técnica de Ambato se hace hincapié en la generación de proyectos y propuestas como soporte del desarrollo provincial, regional y nacional, mediante el uso de técnicas investigativas, científicas y tecnológicas, para contribuir con el desarrollo de la calidad de vida de los ecuatorianos.

### **Fundamentación Científico-Técnica**

Se comparte con VILLAMAYOR, C. (1998) que “las radios comunitarias constituyen uno de los medios más idóneos para llegar de una manera útil a las

comunidades marginadas porque a través de este medio pueden expresar lo que sienten y piensan sobre sus problemas, sobre su presente y futuro generando de esta manera el desarrollo con identidad y construcción de democracia”

La labor que ha venido desempeñando la radio comunitaria ha sido de gran ayuda para el desarrollo de los pueblos, por su aporte a la transformación la UNESCO define a la radio comunitaria como la unidad básica de una organización social y horizontal, mientras que la Asociación Mundial de Radios Comunitaria AMAR, lo clasifica en tres grupos: por la activa participación en la comunidad, por su esencia, es decir que su fin o labor no sea lucrativo y un tercer lugar corresponde en las programaciones que deben ser designadas por la comunidad. Por eso se puede llamar radio comunitaria a aquella emisora que promociona los valores socioculturales de la comunidad a la que pertenece con la finalidad de mejorar las condiciones sociales y la calidad de vida de sus habitantes.

### **Importancia de la radio comunitaria**

Aparece en los procesos de democracia en América Latina y su importancia es precisamente democratizadora, dando espacio a los públicos menos escuchados y los temas más comunes del diario vivir de cada comunidad y los presenta como protagonistas, es decir que es un proyecto de inclusión de los grupos excluidos por la sociedad.

Parte como un eje de aporte en el desarrollo de una sociedad a través de los medios de comunicación, permitiéndoles participar a todos los grupos sociales.

Estos medios han llamado la atención de las comunidades, básicamente les permite tener una opinión propia y publica desde los sectores más necesitados. Desde el escenario radiofónico buscan el bienestar de la gente y tratan de cambiar la realidad en mejoría. En este proyecto radial se entiende a la participación como

un principal ápice de la democratización y su principal arma es un medio de comunicación radial comunitario, para esto debemos anotar cinco aspectos básicos necesarios.

La radio comunitaria un instrumento de democracia; Pluralista: Horizontal; Integral y Educativa

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera\\_o\\_s/cap3.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera_o_s/cap3.htm) (tomado diciembre 2013)

### **¿Porque es importante que exista la radio comunitaria?**

Este tipo de medios, más que el dinero están preocupados fundamentalmente por el bien de la sociedad, de esa manera no necesitan manipular la información.

Sino que están detrás del bien social y desmerecen la parte lucrativa, es una forma de asegurar de que todos tengan voz y que se cumpla con los derechos humanos.

### **Como debe ser una radio comunitaria?**

Una ventana abierta donde todo el mundo puede expresarse libremente, porque la importancia de crear una radio comunitaria para que sea un instrumento más que la voz de los pueblos marginados necesita que exista diversidad de ideas, pluralidad y así la gente tenga su criterio propio.

### **Principales retos de la radio comunitaria**

Entre los principales retos está el internet, aunque no parezca, la web es una manera idónea de mantenerle a la radio en la cima de la tecnología sin embargo requiere actualizarse en estos conocimientos tales como digitalización,

manejo de software, y capacitación al personal que labora por lo que supone nuevos desafíos y retos.

### **El papel de las nuevas tecnologías en las radios comunitarias**

El internet sigue siendo una plataforma donde a la radio se le puede dar uso de la mejor manera posible, gracias a estas tecnologías la radio puede aprovechar para ser escuchada en cualquier parte del mundo, dar a conocer una noticia con inmediatez y así el receptor puede estar en su casa y la noticia llega de otro continente y no estar aislado.

Sin embargo el acceso a estas nuevas tecnologías supone una separación entre las clases sociales y los grupos de poder con la gente, para quienes puede pagar un servicio de estas tecnologías no representa un mayor esfuerzo, no sucede lo mismo con la gente de escasos recursos económicos el internet supone un gasto más.

[http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2396&Itemid=1](http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2396&Itemid=1) (tomado en diciembre de 2013)

### **¿Por qué se denomina comunitaria a una radio?**

Siguiendo la línea de pensamiento de López Vigíl estos medios están para aportar con el desarrollo de las comunidades y permitir una libre manifestación democrática incluyente.

### **Características de una radio comunitaria**

#### **Una emisora de la organización popular**

Son los moradores de cada comunidad quienes deberán tomar a cargo a las radios comunitarias haciendo la función de dueños y tomando las decisiones sobre

su programación y temática, de la manera que, como cada comunidad tiene su directiva será por ahí que se debe canalizar las orientaciones del medio dentro de un periodo determinado.

### **De alcance local**

A diferencia de las estaciones radiales nacionales, o radios comerciales, estos medios comunitarios accionan sobre cierta comunidad de no muy largo alcance con la finalidad de informar o tratar un tema de interés para la comunidad y por ende la gente tiende a estar pendiente de lo que esta pueda decir.

### **De contacto permanente con los oyentes**

En este sentido la radio comunitaria es un elemento que cumple un rol importante dentro de la comunidad. Los principales temas de transmisión van enfocados a los lugareños para que no exista una barrera que los separe, desde si se ha perdido un animal, entonces será este medio una herramienta para alertar oh también debe identificarse como un campesino, un agricultor o en algo que la sociedad le permita ser parte de ella. Su música algún comunicado de la escuela o de la próxima sesión de la directiva.

### **Traslado fácil**

La ventaja de estas radio es que son portátiles, es decir que se pueden trasladar de un lugar a otro, siempre que se requiera de ella deberá estar ahí para cumplir su rol. Y satisfacer las necesidades de la comunidad.

### **Bajo Costo**

Estos medios normalmente suelen aparecer con una economía reducida, entonces se deberá poner en práctica las habilidades de quienes se encuentren monitoreando, no se debe dejar de lado las oportunidades, si un vecino quiere

aportar prestando un cd bien venido porque ese es el sentimiento de un miembro de la comunidad.

## **Creatividad Popular**

Los programas novedosos están a la orden del día, existiendo una gran variedad de opiniones, como las amas de casa, el maestro que tiene su taller, o el vecino que cuenta su historia.

## **Siete pilares de lo comunitario**

Según: <http://manualradioscomunitariasuno.blogspot.com/> (tomado en noviembre del 2013) podemos nombrar siete pilares fundamentales que le fortalecen a las radios comunitarias.

### **1.- Un voluntariado**

Dentro de las comunidades existen personas que se interesan por participar en estos medios sin recibir ningún rédito económico, lo hacen por vocación y sienten a la emisora desde adentro y lo ponen a un nivel de servicio a la comunidad.

### **2.- Sin fines de lucro**

Estos medios comunitarios han nacido para servir a la colectividad sin perseguir ningún fin lucrativo, es la razón por la que la publicidad generalmente no existe, porque de hacerlo tendrían que empezar ser parte de sus auspiciantes.

Por eso es que a estos medios están enfocados en temas sociales, culturales, educativos etc.

La mayoría de temas locales de la comunidad.



### **3.- Programación**

Los temas de relevancia para la comunidad son primordiales en la programación de estos medios, el principal objetivo pasa por incidir en el desarrollo social.

### **4.- Participativas**

Aquí cada uno de los moradores de la comunidad juega un papel importante en la participación, el derecho a la comunicación se cumple a cabalidad, expresándose pública y masivamente sin ningún tipo de mediación.

### **5.- Comunitarias**

Se centra en lo comunitario y propone pluralizar el criterio común, una de las condicionantes para su creación es preciso democratizar la palabra y su obligación cumplirla.

### **6.-Sustentabilidad**

Con las nuevas reformas radiofónicas, hoy en día las radios comunitarias se pueden permitir brindar un servicio como es el de la publicidad.

Esto significa que busca alcanzar ingresos para su sostenibilidad y mejoramiento técnico.

### **7.- El público hace comunitario**

Los objetivos sociales que se proponen alcanzar concentran su atención al servicio de lo comunitario de este modo la radio solo termina siguiendo los gustos de la comunidad, creando una agenda para satisfacer necesidades de la comunidad y hablando el idioma local.

## **Funciones de la radio comunitaria**

- La defensa de los derechos humanos
- La promoción de un desarrollo humano sostenible
- La equidad de género
- El respeto a las identidades étnicas
- La preservación del medio ambiente
- El protagonismo de los jóvenes y sus propuestas
- La protección a la niñez y de las personas adultas mayores
- La educación y la salud, así como la integración nacional y regional constituyen los ejes fundamentales que determinan el perfil de las radios comunitarias.

**Aspecto financieros económicos:** De los recursos financieros de la radio se constituyen por:

- La publicidad colectiva y de interés común
- Los reportajes
- La publicidad de marca
- Avisos y comunicados
- Alquiler de la antena y
- El patrocinio

**¿Quiénes constituyen el medio comunitario?:** Son todos los miembros de la comunidad según sus intereses y necesidades así como iniciativas comunes los que constituyen estos medios radiales comunitarios.

## **Enfoque básico de la radio**

En el contexto del desarrollo, la radio puede dividirse ampliamente en tres categorías y cada una de ellas requiere un enfoque diferente a continuación se detalla:

- La radio educativa
- La radio documental y cultural
- La radio participativa

### **Los formatos comunes de la radio**

**La lectura o la conversación directa:** Se utiliza para las presentaciones o para la transmisión de conocimientos sobre ciertos temas, estos pueden tener una duración muy corta de tiempo (15 minutos) porque si se pasa puede caer en el aburrimiento o desinterés

**Las entrevistas:** Diferente del formato previo, este requiere varias personas y con sus respectivas opiniones para salir al aire, normalmente se lo hace con un miembro de la comunidad, depende de cómo abordan el tema para que se torne interesante.

**El drama:** Pueden ser temas claramente identificados por la comunidad pero pasada de una forma dramatizada para convencer al público y captar su atención, estos pueden tener un tiempo de duración larga.

**La música:** Dependiendo del lugar, la música ira variando pero generalmente es un ritmo popular, la música además puede ser un acompañamiento perfecto para iniciar una programación o acompañar durante el programa.

**Las melodías y los modismos:** Aquí la música es un instrumento para identificar un programa o un tema, también son utilizados para reconocer a través de esta a cualquier producto de publicidad, pues una música moderna permite que rápidamente relacionemos con un anuncio que se escuchó.

**Las caracterizaciones:** Dentro de estas caracterizaciones el locutor puede utilizar solo la palabra hablada o puede combinar la música con la voz, pero siempre se enfocará en un solo tema.

**Las revistas:** Puede ser producido como un informativo de noticias o tener un número de elementos como: entrevistas, música, palabra hablada, con el fin de informar sobre diferentes temas.

<http://www.kalewchefm.org/kalewche-fm/radio-comunitaria> (tomado diciembre 2013)

### **Elementos básicos para la producción de radio**

**La calidad del sonido:** Es la grabación de audio que precisa de ser bien clara es decir tiene un balanceo los niveles de la música.

**Efectos especiales de sonido:** El sonido de lluvia, del viento dependiendo del tema que este en cuestión estos efectos permiten crear ambientes en los radioescuchas

**Los acentos:** En la lectura de libretos radiales, es conveniente exagerar en la modulación de la voz hasta tener una forma personal de leerlo, es necesario asegurar que ciertas palabras serán enfatizadas. Los locutores se armaran con un estilo de transmisión personal puesto que es un elemento crucial para determinar el éxito de un programa.

**La claridad en el habla:** El locutor necesita articular bien su discurso y de una forma comprensible, además deberá manejar su voz para guiar en los puntos importantes

**La credibilidad:** La credibilidad es importantísima, es la única forma de que el mensaje sea aceptado más fácilmente.

### **Los principios básicos de los guiones de radio**

Es indispensable definir el tema, propósito, la audiencia y el tiempo requerido

**Escribir para el oído:** El lenguaje hablado y el lenguaje escrito difieren mucho, por lo tanto cada palabra del libreto debe oírse bien aunque no se esté leyendo bien. Las palabras complicadas y largas no caben mucho menos las desconocidas.

**La metáfora:** Ser creativo no es preciso entrar en lo metafórico, es más conveniente manejar un lenguaje sencillo y directo.

**Hechos pertinentes:** Estos hechos deben ser conocidos por todos, que la gente está familiarizada especialmente si los escuchas pueden relacionarse con ellos.

**Pronunciar las palabras como se escriben:** Como se escribe para el oído, es una buena práctica pronunciar las palabras al escribirlas en papel: piénselo, dígallo, escríbalo.

**Al grano: Repetir** es una buena opción, utilizando diferentes maneras se podrá repetir porque es muy probable que las personas escucharan el programa una sola vez y por lo tanto entenderán los temas principales.

**Ser informal:** Es una ventaja porque te ayuda mucho a ser creativo, pero puedes caer en la monotonía. Entre otras cosas es mejor decirlo tal cual las personas lo dicen y lo entienden.

<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s03.pdf> (tomado noviembre 2013)

**Áreas o Departamentos:** Todas las radios están divididas en áreas o departamentos para su mejor funcionabilidad, esta forma es la manera más práctica para determinar una cierta cantidad de trabajo a cada persona y que cada una pueda desarrollarse adecuadamente en la agrupación de sus tareas que obedecen a los objetivos y metas del medio. Lamas, Ernesto define al departamento o área como una unidad que se relaciona con el resto de la organización con propósitos definidos, es decir que cuenta con un plan de trabajo, su lista de actividades a realizar.

Los formatos de radios comunitarias siempre suelen ser bastante parecidos entre sí, esto obedece a que se trata de una organización básica y muy sencilla que pretende organizar las tareas y simplificar hacia donde se encamina la emisora. En algunos casos las cosas no marchan tan bien, los organigramas no están bien estructurados por lo que daremos un repaso de los siguientes departamentos necesarios aunque no todos indispensables. Por lo general las radios no precisan de todos estos departamentos:

- Dirección
- Programación
- Técnica
- Producción informativa
- Producción artística
- Administración
- Recursos humanos
- Publicidad
- Prensa y difusión
- Relaciones publicas
- Capacitación
- Mantenimiento

No siempre se encontrara estructurado de esta forma, hay radios que a los departamentos lo llaman de otro nombre, otras simplemente no tienen, o tienen otros departamentos que no se ha registrado.

### **Los locutores comunitarios**

La mayoría de locutores que se escucha en las radios convencionales, imitan estilos de locución de quienes les antecedieron, fingen las voces, pero de esa manera solo terminan alejándose del pueblo, son pocos los locutores que inician su carrera con un estilo personal, pero es precisamente esa naturalidad con la que se sienten identificadas dichas sociedades.

Para acompañar a los locutores locales se tiene una variada elección, dentro de cada sociedad siempre existirán artistas que puedan expresar la música, el folklor, la artesanía ente otras cosas con lo que el locutor cuenta para animar.

Este será de la misma comunidad pero que ha logrado dominar el lenguaje radiofónico. Un artista radiofónico debe ser capaz de alegrar, entretener, orientar, conocer los problemas que agobian y ser un amigo desde el otro lado del parlante.

SABRERA, O. 2003 describen un código de práctica para la radio comunitaria que servirán como principios básicos establecidos.

- Servir a las comunidades
- Aportar con la comunicación para el desarrollo
- Fomentar la participación de la sociedad en los Medios Comunitarios
- Velar que las políticas públicas fomente actitudes de empleo y bienestar
- Reflejar la pluralidad y diversidad de opiniones de la audiencia
- Extraer programación de fuentes regionales o locales
- Estar financiada por más de una fuente
- Tener representantes de sus localidades o comunidades de interés
- Reconocer el derecho de los trabajadores de radio y fomentar el uso de voluntarios

Según ALFARO, M. 1998 la libertad de opinión y expresión, tomado como un derecho de los seres humanos se enfatiza bien en las radios comunitarias, así pues esta libertad de expresión es:

**Universal:** Se refiere en general a todas las personas

**De Doble Vía:** Estar informado oh informar es un derecho básico.

**Responsable:** Nuestro derecho se termina, ahí donde comienza el del otro, y en

este oficio periodismo comunitario no se puede violentar a la libertad de otras personas tomando ventaja desde mi libertad.

## **Objetividad**

La objetividad y más aún la objetividad absoluta es una cosa de llevar porque precisamente no es una índole de los seres humanos, sin embargo está ahí y hay que tratar de llegar a ella en lo mejor posible.

### **¿Qué se entiende por objetividad informativa?**

Las mentiras a medias, y quedarse callado ante un hecho te hace partícipe de la descontextualización de la información.

## **Verificar la fuente**

La mayoría de las veces por sacar una noticia y ganar esa veracidad se comete el error de no verificar la fuente aun sabiendo que esa noticia le puede traer muchos problemas al medio, problemas como perder credibilidad

### **Recurrir a la otra fuente:**

Las noticias antes de ser dadas a conocer se deben comprobar al menos contrastar con hasta dos fuentes independientes

## **Seleccionar hechos positivos**

Es contradictorio conocer que en primera plana o en la primera emisión radial si el caso amerita sacar hechos de crónica roja o desastres naturales con el afán de llamar la atención y vender. Por eso es que en la radio Comunitaria se trabaja temas de construcción ciudadana donde la noticia ayude en comunicación para el desarrollo.



## **Separar hechos de comentarios**

Las funciones periodísticas como como informar y opinar se debe tratar en cuestión pero a veces se confunde y se termina por mesclar, lo que no es aconsejable.

## **Derecho a réplica**

Si alguna razón la noticia no tiene fundamento y por el contrario afecta la integridad de otros, la persona ofendida tiene el derecho de corregir y defenderse en el mismo medio donde esta fue difundida.

## **Lealtad con la ciudadanía**

**Independencia:** La gente de poder siempre trata de tener a su favor a la gente que informa, así anteponen sus intereses.

**Imparcialidad:** Aunque la imparcialidad no existe el periodista siempre tiene que estar defendiendo los intereses del pueblo, ahí es donde empieza el conflicto con los grupos de poder debido a que ellos quieren manipular los hechos a su favor.

**No callarse:** Aunque existirán amenazas por denunciar públicamente los hechos de corrupción, no hay que dejarse intimidar por chantajes o amenazas.

**Tener agenda propia:** Hoy en día las radios comerciales en mayoría suelen llenar sus agendas con ruedas de prensa o boletines informativos de las empresas públicas o privadas. Así solo se termina siendo vocero de los grupos de poder.

**Compromiso con la ciudadanía:** Todos los días, el reportero deberá convivir con la gente, es allí donde encontrara la noticia, y depende su dedicación para que pueda encontrar los problemas sociales es por eso, antes que su institución la primera lealtad será su gente.

[http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM\\_manualdegestion\\_mod4.pdf](http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/PDFs/COM_manualdegestion_mod4.pdf) (tomado en noviembre del 2013)

### **Géneros radiofónicos periodísticos**

Haremos un repaso de los géneros periodísticos que nos permite desarrollar nuestra programación de mejor manera.

**Flash informativo:** A esto se le conoce por ser inmediata, por lo general es lanzada al aire tal cual es su origen, acompañada con una cortina musical para identificarla, es la más rápida y corta y muy sencilla.

**El boletín:** Esta caracterizado por tener un horario definido dependiendo el medio se suelen pasar cada hora o media hora, aquí lo que se pretende es tener informado al radioescucha a cada instante con cortos muy pequeños.

**El diario hablado:** Se lo realiza por lo general en horarios triple A, es un programa muy llamativo por lo que la sociedad necesita estar informada

**La crónica:** Hoy en día esto se ve a menudo en información deportiva donde el reportero cubre la nota entrevistando a los jugadores en la cancha o en el entrenamiento.

**La entrevista:** Existen clases de entrevista

De declaraciones, De semblanza, De actualidad, De divulgación, Testimoniales

### **El documental**

Es un tipo de programa que se investiga a fondo, generalmente informa y educa, a estos programas se suele matizar con una cortina de sonido para amenizar

el relato. [http://www.abrojos.org/attachments/010\\_ManualAbrojos.pdf](http://www.abrojos.org/attachments/010_ManualAbrojos.pdf) (tomado en noviembre 2013)

### **Modelo Operativo**

La implementación de la radio comunitaria será la herramienta que poseerán los comuneros para transmitir las necesidades a las diferentes organizaciones, el mismo que fomentará el desarrollo social y cultural de la ciudadanía a través de las informaciones, con un verdadero trabajo investigativo este espacio abrirá sus puertas para lograr interacción con la comunidad

Es decir participación ciudadana de esta manera harán prevalecer sus derechos y por ende obtendrán un direccionamiento comunal con voz y voto de pertenencia, con la seguridad de que juntos se logrará el propósito de la transformación social a través de este medio comunitario.

De esta manera se ofrecerá un servicio por y para las personas de esta comunidad además se podrá brindar capacitaciones para enseñar a los habitantes del sector el manejo de los equipos así como el aspecto comunicacional en sí, para de esta manera otorgarles su espacio en la programación.

### **¿Cómo acceder a una radio comunitaria?**

Para obtener una frecuencia que permita operar una radio comunitaria en Ecuador, existen tres requisitos: técnicos económicos y legales.

El interesado en la obtención de una Habilidad de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de servicio público, sin fines de lucro y de la concesión de radiodifusión para el uso del espectro radioeléctrico deberán cumplir con la presentación y cumplimiento de los requisitos determinados de acuerdo al

Reglamento General a la Ley de Radiodifusión que son los siguientes:

- a) Solicitud escrita dirigida al CONARTEL, en la que conste los nombres completos del solicitante y su nacionalidad;
- b) Nombre propuesto para la estación o sistema a instalarse;
- c) Clase de estación o sistema comercial privado, de servicio público o de servicio público comunal;
- d) Banda de frecuencias: de radiodifusión de onda media, onda corta, frecuencia modulada,
- e) Estudio de ingeniería suscrito por un ingeniero en electrónica y telecomunicaciones colegiado y registrado en la Superintendencia de Telecomunicaciones;
- f) Ubicación y potencia de la estación o estaciones;
- g) Horario de trabajo;
- h) Dos certificados bancarios que acrediten la solvencia económica del solicitante;
- i) Currículum vitae, para el caso de persona natural;
- j) Partida de nacimiento del solicitante y del cónyuge;
- k) Fotocopias de las cédulas de ciudadanía y certificado de votación de la persona natural o del representante legal de la persona jurídica;
- l) Declaración juramentada que el peticionario no se encuentre incurso en ninguna de las limitaciones establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión en relación con el número de estaciones de las que puede ser concesionario; y,
- m) Copia del Registro Único de Contribuyentes, RUC.

En el caso de personas jurídicas, estas deberán presentar los documentos que acrediten su existencia legal y el nombramiento del representante legal. Para el caso de compañías, corporaciones o fundaciones se debe adjuntar las partidas de nacimiento de los socios.

Resolución 5743-CONARTEL-09 (Registro Oficial 588, 12-V-2009).  
(Tomado en diciembre del 2013)

Las estaciones de radiodifusión sonora comunitarias de servicio público, sin fines de lucro deben operar en la frecuencia asignada por el Ministro de

Infraestructura, la cual estará comprendida en la porción de banda de 88 a 108 MHz.

Igualmente, estas estaciones deberán ubicar el estudio y la planta transmisora en el mismo lugar, que deberá encontrarse dentro de la comunidad donde prestarán el servicio.

### **Factores de riesgo**

Tomando en cuenta el surgimiento de posibles factores que dificulten la consecución de objetivos, a continuación se enlistará algunos factores de riesgos con sus respectivas previsiones administrativas:

PRIMERO: La instauración de una radio comunitaria podría tener cierto desinterés o rechazo entre los habitantes de la localidad.

A continuación se detallan las estrategias de difusión del proyecto:

La población local y colindante a través de conversatorios segmentados (por edad, por género, por ocupación laboral, por intereses económicos) puedan conocer los alcances y beneficios del medio comunitario.

Por medio de los líderes de opinión los residentes de la parroquia conozcan y asimilen la importancia de la radio comunitaria.

A través de estrategias de rumor controlado, los pobladores puedan aceptar la necesidad de un medio radial.

Mediante las autoridades locales, los moradores, puedan apoyar la ejecución del proyecto.

A través de charlas con los establecimientos educativos, se puedan emprender campañas de difusión sobre la importancia del medio.

Para asegurar la participación masiva de los habitantes de la parroquia en el proyecto de radio comunitaria, es necesaria la organización de un proceso lúdico, participativo, en donde se seleccione el nombre, slogan y logotipo del medio radial a través de un concurso en la parroquia y sus comunidades aledañas.

SEGUNDO: Al ser presentado el proyecto radial comunitario en las instituciones locales, no cuente con el respaldo y apoyo económico suficiente para su ejecución.

A continuación se enlistará las previsiones administrativas a adoptarse:

Por medio de una comisión integrada por la coordinación del proyecto y representantes del cantón; se pueda consensuar, sobre la importancia del medio comunitario, con las instituciones locales y provinciales.

Con la organización de debates, foros y conversatorios públicos; se pueda concienciar a las instituciones locales y provinciales; sobre la necesidad de la radio comunitaria.

A través de instituciones nacionales, se pueda obtener el apoyo necesario para la ejecución del proyecto.

Por medio de la difusión en organizaciones sociales, se pueda conseguir el apoyo necesario para solventar el proyecto

Gracias a actividades recreativas dentro y fuera del cantón, se pueda agenciar los recursos suficientes para cristalizar el proyecto.

TERCERO: Que el proyecto no cuente con el apoyo suficiente, de parte de organizaciones sociales.

A continuación se detallará las previsiones:

Por medio de una comisión integrada por autoridades locales y provinciales, la coordinación del proyecto y representantes de la parroquia; se pueda consensuar, sobre la importancia del medio.

Con el diseño de campañas de difusión, se pueda llegar a la mayor cantidad de organizaciones sociales

CUARTO: Que las instituciones nacionales no presten el apoyo y respaldo suficiente para la ejecución del proyecto

A continuación se presentará las previsiones:

Por medio de una comisión integrada por autoridades locales y provinciales, las organizaciones sociales, la coordinación del proyecto y representantes de la parroquia; se pueda consensuar, sobre la importancia del medio.

A través de campañas de difusión masivas, se pueda exigir al estado nacional el apoyo para el proyecto.

Mediante una convocatoria estratégica a los medios de comunicación, se pueda concienciar al estado central, sobre la importancia y necesidad del medio comunitario.

**Tabla 23.** Matriz del plan de acción

FASES	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLES	RESULTADOS
<b>Sensibilización</b>	Sensibilizar a la comunidad pallatanguña sobre la necesidad de contar con una radio comunitaria que permita democratizar la comunicación en el cantón.	Socialización de la propuesta con el personal del GAD Pallatanga y la comunidad.	Humanos Materiales Institucionales	Del 01 al 11 de octubre de 2013.	Investigador, Autoridades del colegio.	Comunidad motivada.
<b>Capacitación</b>	Capacitar al personal que vaya a estar al frente de la programación de la radio.	Entrega, análisis y sustentación del material necesario para brindar la capacitación.	Humanos Materiales Institucionales	Del 14 al 31 de octubre de 2013.	Investigador, Especialistas en el área	Personal capacitado
<b>Ejecución</b>	Puesta en marcha de la radio comunitaria tomando en consideración los aspectos técnicos para la funcionalidad de ésta.	Adecuación de ambientes, infraestructura y equipamiento.	Humanos Materiales Institucionales	Del 04 de noviembre al 20 de diciembre de 2013.	Investigador, Autoridades del colegio, Comunidad pallatanguña.	Implementación de la radio comunitaria en el cantón.
<b>Evaluación</b>	Determinar el grado de interés y participación en la aplicación de la propuesta.	Entrevistas permanentes con las personas involucradas.	Humanos Materiales Institucionales	Permanente, durante cada una de las fases.	Investigador, Autoridades del colegio.	Grado de funcionalidad del proyecto.

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador



## Programación de la radio

**Tabla 24.** Programación de la radio

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>04:00</b>	Presentación Institucional y Música	Presentación Institucional y Música	Presentación Institucional y Música	Presentación Institucional y Música	Presentación Institucional y Música		
<b>05:00</b>	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz	Nuestra Voz		
<b>06:00</b>	El Informador	El Informador	El Informador	El Informador	El Informador	Música	Música
<b>08:00</b>	Casos y Cosas	Casos y Cosas	Casos y Cosas	Casos y Cosas	Casos y Cosas	Música	Música
<b>09:00</b>	Rumbo al mediodía	Rumbo al mediodía	Rumbo al mediodía	Rumbo al mediodía	Rumbo al mediodía	Economía solidaria	Economía solidaria
<b>12:00</b>	Planeta deportivo	Planeta deportivo	Planeta deportivo	Planeta deportivo	Planeta deportivo	La hora de J J	La hora de J J
<b>13:00</b>	Aprendiendo a vivir	Hablemos de ...	Aprendiendo a vivir	Hablemos de ...	Aprendiendo a vivir	Para recordar	Para recordar
<b>14:00</b>	Sin límite	Sin límite	Sin límite	Sin límite	Sin límite	Acordes y talentos	Acordes y talentos
<b>17:00</b>	Ñuca llacta	Ñuca llacta	Ñuca llacta	Ñuca llacta	Ñuca llacta	Música Variada	Música Variada
<b>19:00</b>	El Informador (2 <sup>da</sup> emisión)	El Informador (2 <sup>da</sup> emisión)	El Informador (2 <sup>da</sup> emisión)	El Informador (2 <sup>da</sup> emisión)	El Informador (2 <sup>da</sup> emisión)	Música Variada	Música Variada
<b>20:00</b>	Reprise Nuestra Voz	Reprise Nuestra Voz	Reprise Nuestra Voz	Reprise Nuestra Voz	Reprise Nuestra Voz	Música Variada	Música Variada
<b>21:00</b>	Música	Música	Música	Música	Música	Música Variada	Música Variada
<b>22:00</b>	Cierre	Cierre	Cierre	Cierre	Cierre	Cierre	Cierre

**Fuente:** Encuesta  
**Elaboración:** Investigador

A continuación se detallan las características de los programas planteados en la parrilla de programación:

**Nuestra Voz:** Contenidos de interés de la comunidad con música y temas agropecuarios, salud, cultura. Participación de comunicadores populares del cantón Pallatanga.

**El Informador:** Información local, nacional e internacional. Opinión, comentario, análisis y entrevistas en vivo. Enlace vía streaming con la red CORAPE. Segmento especial sobre la voz de los barrios.

**Casos y Cosas:** Curiosidades del diario vivir, así como del mundo de la política y el entretenimiento.

**Rumbo al mediodía:** Musical, informativa y formativa, comunicados, invitaciones e invitad@s del días. Enlace con la red informativa CORAPE.

**Planeta Deportivo:** Información de los acontecimientos deportivos del cantón, la provincia, el país y el mundo. Comentarios, entrevistas a las personas que practican las diferentes disciplinas.

**Aprendiendo a vivir:** Espacio informativo que pretende difundir los beneficios de aplicar una correcta salud preventiva, para lo cual se contará con la participación de una persona especialista en el tema.

**Hablemos de...:** Espacio de análisis y crítica fundamentada para los habitantes de la comunidad a través de la reflexión en torno a los acontecimientos noticiosos transmitidos por los medios de comunicación.

**Sin límite:** Radio revista musical juvenil en la que se abordará de una manera amena y un tanto irreverente temas sociales, políticos, económicos, etc.

Pauta musical con artistas ecuatorianos y ritmos populares. Mensajes de las personas privadas de libertad.

Ñuca llacta: Programa en idioma kichwa, aporte del sector rural, música nacional popular, invitaciones, llamadas, saludos y comunicados en vivo. Participación de reporteros populares del cantón con noticias y entrevistas de la vida de las comunidades y organizaciones indígenas. Enlaces con redes de emisoras indígenas en Ecuador vía streaming.

El Informador (2<sup>da</sup> emisión): Información actual y fresca del día, entrevista de ampliación de las primicias. Noticias urgentes con reporteros y corresponsales de la comunidad.

Economía solidaria: Estrategias de la creación, difusión y sostenimiento de microempresas. Consejos prácticos de ahorro, tanto en el hogar como en los negocios.

La hora de J. J: Anécdotas y canciones de Julio Jaramillo, “El Ruiseñor de América”

Para recordar: Canciones clásicas del ayer que invitan a revivir momentos inolvidables.

Acordes y Talentos: Programa concurso cuya finalidad es promover y difundir los artistas y talentos existentes en la comunidad a través de una competición sana que sirva de entretenimiento para los oyentes.

### **Administración de la Propuesta**

La programación de la radio estará administrada por el mentalizador del proyecto así como por las autoridades y el estudiantado del Colegio Técnico

Agropecuario "Provincia de Chimborazo". Sin embargo, es necesario acotar que ya que se trata de una radio comunitaria, fue la propia comunidad quien decidió los contenidos que serán transmitidos.

### **Recursos humanos**

- Estudiantes
- Autoridades
- Investigador
- Otros

### **Recursos materiales**

Los que se establecieron como necesarios para el funcionamiento de la emisora.

### **Plan de Monitoreo y Evaluación de la Propuesta**

Es necesario disponer de un plan de monitoreo y evaluación de la propuesta a fin de tomar decisiones oportunas que permitan mejorarla.

Se debe definir períodos en el tiempo respecto del diseño, ejecución y resultados de la propuesta. Las decisiones pueden estar orientadas a: mantener la propuesta de solución, modificarla, suprimirla definitivamente o sustituirla por otra.

A fin de garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta de conformidad con lo programado para el cumplimiento de los objetivos planteados, se deberá realizar el monitoreo de las actividades como un proceso de seguimiento y evaluación permanente, que permita anticipar las contingencias que se puedan presentar en el camino a fin de implementar correctivos a través de acciones que aseguren el cumplimiento de las metas.

Las preguntas que a continuación se detallan ayudarán a cumplir esta tarea:

**Tabla 25.** Monitoreo y evaluación de la propuesta

Preguntas Básicas	Explicación
1.- ¿Quiénes solicitan evaluar?	Las autoridades del GAD Municipal de Pallatanga
2.- ¿Por qué evaluar?	Porque es la forma de constatar que el desarrollo de las actividades sean llevadas a cabo de manera eficiente para asegurar el éxito en su aplicación
3.- ¿Para qué evaluar?	Se debe evaluar porque es importante determinar el cumplimiento de los objetivos planteados en la propuesta con los datos obtenidos durante el período de ejecución
4.- ¿Qué evaluar?	Se deben evaluar todas las actividades que se van a implementar en el desarrollo de la propuesta
5.- ¿Quién evalúa?	La comunidad pallatanguña
6.- ¿Cuándo evaluar?	La evaluación se realizará durante y después del período de implementación de las actividades encaminadas a implementar la emisora
7.- ¿Cómo evaluar?	Mediante indicadores determinados para medir el grado de consecución de los objetivos en términos cuali-cuantitativos
8.- ¿Con qué evaluar?	Se evaluará a través de instrumentos de medición como cuestionarios y observaciones directas según el caso

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Investigador

## BIBLIOGRAFÍA

- BISBAL, M. (2006). El estado-comunicador y su especificidad: diagnóstico inacabado y estrategias.
- GIRARD, B. Pluralismo, Radio e Internet. Revista Chasqui No. 59 (Sep. 1997); p. 26-28.
- GIRARD, B. La radio no está amenazada por Internet. Revista Chasqui No 70 (junio de 2000).
- HERRERA, L. MEDINA, A. & NARANJO, G. (2004). Tutoría de la Investigación Científica, Ecuador, Dimerino editores.
- BORDENABE, J. (1994). Extracto de Comunicación participativa como parte de la construcción de una sociedad participativa.
- LÓPEZ, J. (1992). Manual urgente para radialistas apasionados, AMARC. Quito.
- MAGALLANES, C. (2005). Video, Tecnología y Medios independientes. Un mensaje alternativo al de los medios convencionales.
- BARBERO, J. (2007). Pensar la sociedad desde la comunicación. Revista colombiana de Sociología. Págs. 210 - 227.
- PÉREZ, M. & GÁNDARA S. (2004). Rebelión. Peña Lillo/Ediciones Continente
- SAN FÉLIX, A. (1991) Radiodifusión en la mitad del mundo. Editorial Nacional, Quito, Ecuador, 1991, pág. 14, Biblioteca FLACSO/ Entrevista a Manuel Mantilla Mata tomada del libro “Radiodifusión en la mitad del mundo”
- OBANDO J., VELA M. & RAZA H. (2000). *Proyecto de Creación de una Radio F.M para la Provincia de Pichincha*, Ambato: UTA
- PRIETO, D. (1990). *Análisis y producción de mensajes radiofónicos*. Edit. CIESPAL, Quito.
- RAMONET, I. (1996). *La Tiranía de la Comunicación*, Madrid: Edit. Debate.
- ROBINSON, E. (1974). *Comunicación y relaciones Públicas*. México: Edit. C.E.C.S.A.
- ROGERS, M. & AGARWALA, R. (1976). *The free press*, New York: Macmillan Publishing Co.

- ROTA, J. (1976). *La comunicación Humana: elementos teóricos y prácticos*. México: Universidad Anáhuac.
- SARTORI, G. (1998). *Homo Videns*, Buenos Aires: Edit. Taurus.
- SATIR, V. (1991). *Nuevas Relaciones Humanas en el núcleo familia*. México.
- URIBE, H. (1984). *Ética periodística en América Latina. Deontología y estatuto profesional*. México, D. F., 1ª edición; Universidad Nacional Autónoma de México.
- VERÓN, E. (1971). *Lenguaje y Comunicación Social*. Buenos Aires: Edit. Nueva Visión,
- WOLF, M. (1991). *La Investigación de la Comunicación de masas. Crítica y Perspectivas*. Paidós

## **PÁGINAS WEB**

- [www.google.com](http://www.google.com).toffler.OpCit.240 (2006).
- [www.hostingsolidario.com](http://www.hostingsolidario.com)(2007)
- [www.institutocomunicacionpolitica.org](http://www.institutocomunicacionpolitica.org)(2006)
- [www.monografias.com/trabajos31/la-radio/laradio.shtml#histor#histor](http://www.monografias.com/trabajos31/la-radio/laradio.shtml#histor#histor)(2005)
- [www.motivaciones.org/ctosebienaventuranzasdelos.htm](http://www.motivaciones.org/ctosebienaventuranzasdelos.htm)(2006)
- [www.Radialistas.net](http://www.Radialistas.net)(2004)
- [www.rebelión.org](http://www.rebelión.org)(2006)
- [www.rtve.es/dab/queesdab.html](http://www.rtve.es/dab/queesdab.html)(2007)
- [www.tuemitos.com](http://www.tuemitos.com)(2007)
- <http://smartinseguel.lacoctelera.net/post/2007/04/03/quieres-saber-acomo-instalar-radio-comunitaria->
- <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04202.pdf>
- <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s03.pdf>
- <http://www.telesurtv.net/articulos/2013/10/30/ecuador-tendra-20-radios-comunitarias-a-finales-de-2013-5097.html>
- <http://www.aler.org/index.php/nuestras-redes/77-novedades-desde-aler/151-radios-comunitarias-ya-aviso-importante>

- [http://www.imaginar.org/docs/Radios\\_Comunitarias.pdf](http://www.imaginar.org/docs/Radios_Comunitarias.pdf)
- [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera\\_o\\_s/cap3.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/human/sabrera_o_s/cap3.htm)
- <http://www.envivo.icrt.cu/opinion/362-apuntes-para-la-efectividad-comunicativa-en-la-radio>
- <http://www.radiopublica.ec/doctransparencia/GUIAL%20EDITORIAL%20RTVECUADOR.pdf>
- <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400278>
- <http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/6990/1/PROYECTO%20FINAL%20DE%20CARRERA.pdf>
- <http://www.kalewchefm.org/kalewche-fm/radio-comunitaria>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Radio\\_comunitaria](http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_comunitaria)
- <http://www.radiodelaazotea.com.ar/>
- <http://www.fmbajoflores.org.ar/>
- <http://www.airelibre.org.ar/>
- <http://amarcargentina.org.ar/web/quienes-somos/que-es-una-radio-comunitaria/>
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) [www.amarc.org](http://www.amarc.org)
- Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile (ANARCICH). [www.radioscomunitarias.cl](http://www.radioscomunitarias.cl)
- Lopez Vigil, J. 1997. ¡Adelante Democracia! Revista InteRadio. V.8 N°1. AMARC. <http://web.net/amarcesp.htm>
- 1.- Resolución 5743-CONARTEL-09 (Registro Oficial 588, 12-V-2009).



# **ANEXOS**

## Anexo 1.

### Encuesta dirigida a la colectividad Pallatanguña

Fecha

07	12	2013
----	----	------

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

Tema de la encuesta: "La radio privada y la democratización de la palabra en el cantón Pallatanga"

**Objetivo:** Analizar de qué manera la radio privada afecta a la democratización de la palabra en el cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

A    B    C    1    2    3    4    5

1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								

A. ¿Sexo?

- 1= Hombre
- 2= Mujer

B. ¿Dónde vive?

- 1= barrio
- 2= Comunidad

C. ¿Edad del encuestado?

.....

1. ¿Sabe usted que es la radio comunitaria?  
 1= Si            2= No            99= NSC
2. ¿Existen radios Comunitarias en su Comunidad?  
 1= Si            2= No            99= NSC
3. ¿Qué tipo de radio usted escucha?  
 1= privada    2= comunitaria    3= publica    4= religiosa    5= otra
4. ¿Considera que la radio le puede ayudar para expresar sus ideas?  
 1= Si            2= No            99= NSC
5. ¿En la radio que escucha, usted se puede expresar libremente?  
 1= Si            2= No            99= NSC



**Anexo 2.**  
**Sistema de Trasmisión**



**ecuatronic**  
**+FAX MESSAGE**

<input checked="" type="radio"/> URGENTE <input type="radio"/> NORMAL	RECIBIDO POR : FECHA: / /    HORA:
---	---------------------------------------

DE: ECUATRONIX / SR. ALBERTO FORTUNY / ALEX MONTALVO	
FAX:	No. de Pág. 5
REF.: EMISORA FM BAJA POTENCIA	
ASUNTO: DETALLE DE COSTOS	

Atendiendo a vuestro requerimiento presentamos nuestra mejor oferta:

**I. SISTEMA DE TRANSMISIÓN :**

Cant.	DESCRIPCIÓN	P.UNIT.	TOTAL
1	<b>EXCITADOR FM 30 W , RVR</b> para operar banda 88-108 Mhz Mod.:TEX 30 LCD/S  PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:		1.600,00
45	<b>Mts. de CABLE COAXIAL 1/2"</b> con 2 conectores en sus extremos  PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:		860,00
1	<b>SISTEMA RADIANTE</b> de FM para operar en la banda 88-108 MHz compuesto por 4 radiadores nuevo diseño mecánico y eléctrico para soportar 400W c/u. polarización circular de alta penetración de cobre tratado, , un distribuidor de potencia coaxial de una entrada y 4 salidas simétricas 50 Ohms, 4 arneses, con inclinación electrónica apropiada para el lugar , relación de ondas estacionarias menor a 1.2 capacidad del arreglo de 1.6 KW, ganancia 3.1 dB, con herrajes de sujeción galvanizados.  Precio Especial NETO:		1.600,00
1	<b>DIRECCIÓN TÉCNICA</b> , transportes e instalación de los equipos descritos en el lugar de operación.    PRECIO REGULAR:		1.200,00
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>5.260,00</b>

**II.- SISTEMAS DE ENLACE ESTUDIOS—CERRO:**

CANT	DESCRIPCION	P.UNIT.	TOTAL
1	<b>RADIO-ENLACE RVR</b> para operar en la freq. 940-960 Mhz compuesto: <ul style="list-style-type: none"> <li>• TX PTRL-LCD</li> <li>• RP RXRL-LCD</li> </ul> PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:		3.080,00
2	<b>ANTENAS KHATEREIN SCALA DE 7 ELEMENTOS</b> para la banda 940 -960 Mhz., incluye MOUNTING KIT PRECIO ESPECIAL NETO:	700,00	1.400,00
40 MT.	<b>DE CABLE RG 9913</b> con sus respectivos conectores en sus extremos.    NETO :		320,00
2	<b>Herrajes</b> fabricados en tubo de 1 1/4" con interfase a torre y galvanizados por inmersión    NETO EN ECUADOR:	95,00	170,00
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>US \$ 5.570,00</b>

**Anexo 3.**  
**Procesamiento de Audio**



**III.- PROCESAMIENTO DE AUDIO:**


CANT	DESCRIPCION	P.UNIT.	TOTAL
1	DIGITAL AUDIO PROCESSOR OPTIMOD FM ORBAN 5300 P. Regular \$6.990,00		
	DESCUENTO ESPECIAL PREPAGO		5.830,00
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>5.830,00</b>

**IV.- EQUIPOS BÁSICOS DE ESTUDIO (MASTER):**

CANT	DESCRIPCION	P.UNIT.	TOTAL
1	CONSOLA DE AUDIO AEQ mod. BC-312 (12 CANALES) compuesto de los siguientes módulos: - 2 Módulos ( 4 canales de Entrada Micro/ Línea Mono. - 2 Módulos ( 8 Canales de Entrada Línea Doble Stereo), con un total de 11 Entradas Mono, 17 Entradas Stereo, 3 salidas Mono y 8 salidas Stereo - 1Híbrido Telefónico 1 línea <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>		4.745,00
1	HIBRIDO TELEFONICO 2 LINEAS RADIO SYSTEMS Mod. DI - 2000 <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>		1.290,00
2	MICROFONOS SHURE Mod. SM 58 <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>	188,00	376,00
2	AUDIFONOS SENNHEISER HD 202 <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>	85,00	170,00
2	PEDESTALES TIPO BRAZO <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>	190,00	380,00
2	PARLANTES DE ESTUDIO AUTO- AMPLIFICADO Mod. M-AUDIO BX-9A <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>	162,00	324,00
1	CD PLAYER NUMARK Mod. MP-102 MP3/PLAYER <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>		538,00
1	SOFTWARE/PAQUETE de programación DINESAT 8 XP Incluye opción de pauta para comerciales. (Tiene incorporado una herramienta de ayuda para el pauta de publicidades). <b>PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:</b>		1.324,00
1	TARJETA DE SONIDO		A SER PROVISTO POR LA EMPRESA
1	COMPUTADOR PARA SISTEMA DE AUTOMATIZACION DE AUDIO, incluye: -		A SER PROVISTO POR LA EMPRESA
100 m	Cable de audio BELDEN con Conectores de instalación <b>PRECIO ESPECIAL NETO:</b>		350,00

Anexo 4.

Equipos Básicos de Estudio (Producción)



CANT	DESCRIPCION	P.UNIT.	TOTAL
-	Misceláneos para instalación PRECIO ESPECIAL NETO:		100,00
-	INSTALACION Y, TRANSPORTE de los equipos mencionados PRECIO ESPECIAL NETO:		800,00
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>10.397,00</b>

III.- EQUIPOS BÁSICOS DE ESTUDIO (PRODUCCIÓN):

CANT	DESCRIPCION	P.UNIT.	TOTAL
1	CONSOLA SOUNDRAFT mod. EPM8 PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:		378,00
2	MICROFONOS SENNHEISER Mod. E358 PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:	190,00	380,00
2	AUDIFONOS SENNHEISER PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:	85,00	170,00
2	PEDESTALES TIPO BRAZO PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:	190,00	380,00
2	PARES PARLANTES DE ESTUDIO AUTO- AMPLIFICADO Mod. M-AUDIO BX-5A PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:	162,00	324,00
1	PROCESADOR DE VOZ LEXICOM MX 200 PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:		305,00
1	DISTRIBUIDOR DE AUDIFONOS ROLLS 5 channel PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR		170,00
1	SOFTWARE/PAQUETE de programación DINESAT 8 XP Incluye opción de pauta para comerciales. (Tiene incorporado una herramienta de ayuda para el pauta de publicidades). PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:		1.323,00
1	TARJETA DE SONIDO		A SER PROVISTO POR LA EMISORA
1	COMPUTADOR PARA SISTEMA DE AUTOMATIZACION DE AUDIO, incluye: -		A SER PROVISTO POR LA EMISORA
100 m	Cable de audio BELDEN con conectores PRECIO ESPECIAL NETO EN ECUADOR:		350,00
-	Misceláneos para instalación		100,00
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>3.880,00</b>

**Anexo 5.**  
**Presupuesto**



	SUBTOTAL:	US \$	30.937,00
	12 % IVA :		3.712,00
	TOTAL PUESTO EN ECUADOR:	US \$	34.649,00

**NOTAS:**

- Debido a inconvenientes de demora en las Aduanas, el plazo de entrega puede sufrir retrasos de hasta 10 días adicionales.
- Incluye Instalación.
- **GARANTÍA DE 12 MESES CONTRA DEFECTOS DE FABRICACIÓN**

**PLAZO DE ENTREGA:** 4 - 6 SEMANAS EN FABRICA + 20 días en Ecuador  
+ 5 días instalado y funcionando

**FORMA DE PAGO:** 70 % con la confirmación de la orden.  
30 % contra entrega en fabrica, previo embarque al Ecuador.

**VALIDEZ DE LA OFERTA:** EL PRECIO PODRIA VARIAR DE ACUERDO AL CAMBIO  
EURO/ DOLAR