



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Propuesta Periodística Radiofónica para programas educativos en turismo sostenible que beneficie el desarrollo comunitario, a través de la coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), en las comunidades rurales del cantón Tena

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de:

Periodista

Profesor Guía:

Dr. Hugo Semidio de la Torre

AUTORA:

DANIELA ALEJANDRA NARANJO ESPINOSA

Año

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Hugo Semidio de la Torre Cadena

Doctor

C.I.: 170333004-1

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Daniela Alejandra Naranjo Espinosa

C.I.: 172129758-6

AGRADECIMIENTO

Ante todo a Dios por la vida, a mi madre Alexandra, y a mi padre Francisco quienes con su esfuerzo y amor han sacado adelante una gran familia responsable, solidaria y honesta. A mis hermanos Francisco y Matías quienes engalanan mi hogar como principio de alegría, inocencia, curiosidad y creatividad.

A la memoria de mi abuelita, quien me dejó como legado una actitud de entrega, perseverancia y lucha por mis sueños e ideales.

A mi novio Andrés, con quien comparto la certeza de que estamos unidos no solo para estar juntos sino para crecer juntos, apoyándonos mutuamente.

A mi abuelo el Comunicador Social, Jorge Espinosa quien me ha inculcado la convicción de que nuestra obligación profesional es defender la verdad a ultranza, responsabilidad y calidad para defender los más caros principios que ennoblecen al ser humano.

A la Universidad de las Américas; a mis maestros, en especial a mi tutor Sammy de la Torre; a mis compañeros quienes en el día a día, han contribuido a mi formación como persona y profesional consciente de que debemos trabajar por una sociedad humana y justa.

DEDICATORIA

A las Comunidades Rurales del Tena, fuente de inspiración: mi capacidad, esfuerzo, solidaridad y apoyo por su dinámica de renovación social, por su pasión en vencer los obstáculos, por su convicción de que la realidad se puede cambiar, por su lucha y trabajo diario, por su coraje y sacrificio para alcanzar su desarrollo sostenible.

RESUMEN

“La Lora Sabia”, es un programa educativo en formato variado o misceláneo, transmitido dos veces por semana con una duración de 30 minutos en el horario de 5h00 a 5h30, en donde se tratan temas sobre cómo realizar turismo sostenible, los beneficios para el desarrollo de las operaciones turísticas, experiencias de la comunidad, leyendas que identifican al cantón Tena, intervenciones de especialistas invitados, programas educativos dramatizados para la educación, la conservación del medio ambiente y la importancia de su cultura; con la finalidad de buscar un justo y armonioso equilibrio en lo económico, sociocultural y ambiental.

El programa busca promover las buenas prácticas en los tres ejes fundamentales del turismo sostenible, buscando concienciar y despertar el interés de las comunidades.

Será transmitido por medio de la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), a través de la Radio Ideal Tena dial 98.9 FM, dirigido para todas las comunidades rurales del cantón Tena.

Es un programa llamativo, con lenguaje claro, sencillo, conciso y coloquial en el que se cumplen los tres ejes del comunicador como son: Informar, entretener y educar sin olvidar el sentido de orientar.

ABSTRACT

“La Lora Sabia” is an educative program in a varied or miscellaneous format, transmitted twice a week during 30 minutes from 5h00 am to 5h30 am, in which themes how to implement sustainable tourism its benefits for touristic operations, experiences of the community, tutorials of experts, educational dramatized programs for education and conservation of the environment and the culture of the communities, legends that identify the Tena area, and this all with the purpose to find a correct and harmonious balance between the economy, social cultural and environment.

This program promotes the three main segments of good practices in sustainable tourism, awakening the interest of the local communities.

The program will be transmitted by the Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) through the signal of Radio Ideal Tena dial 98.9 FM for all the rural communities of Tena.

It is an interesting program with a clear, simple and direct message, taking into account the three communicative principals: inform, entertain and educate, without loosing the spirit of guidance.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1 LA RADIO, ¿UN MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVO O DE INTERACCIÓN?	3
1.1 ¿QUÉ SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS?	3
1.1.1 Medios Escritos	5
1.1.2 Televisión	8
1.1.3 La Radiodifusión	10
1.1.4 El Internet	12
1.2 BREVES RASGOS DE LA RADIODIFUSIÓN EN EL MUNDO	15
1.2.1 Las Radioemisoras como una alternativa	19
1.2.2 Definiciones de Radio	21
1.2.3 Características de la Radio	24
1.2.4 Funcionamiento de una Radio	26
1.2.4.1 Técnico	27
1.2.4.2 Humano	28
1.3 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO	29
1.3.1 La Música	32
1.3.2 El Silencio	34
1.3.3 El Sonido	35
1.3.4 La Palabra	37
1.4 LOS FORMATOS DE LA RADIO	40
1.5 GUIÓN RADIOFÓNICO	46
1.5.1 El Esquema	48
1.5.2 Elaboración del Guión	48
1.5.2.1 Escritura del Libreto	50
1.6 PROGRAMACIÓN RADIAL	56
1.6.1 Técnicas de Programación	62
1.6.2 Cuestionario para la Construcción de un Programa	65
CAPÍTULO II	67
2 CORRIENTES COMUNICATIVAS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS	67
2.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA	68
2.2 ¿QUIÉNES FINANCIAN LAS RADIOS COMUNITARIAS?	71
2.3 LA VINCULACIÓN DE LAS RADIOS CON SU PÚBLICO	72
2.4 GESTIÓN DE LA RADIO COMUNITARIA	73

2.5	LAS RADIOS COMUNITARIAS EN AMÉRICA LATINA.....	75
2.5.1	Democratización de la Palabra	75
2.6	DESAFÍOS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS	76
2.7	PROGRAMACIÓN E INFORMACIÓN.....	78
2.7.1	Producción Radiofónica Comunitaria.....	79
2.8	COORDINADORA DE RADIOS POPULARES	80
2.8.1	Coordinadoras Nacionales.....	82
2.9	COORDINADORA DE RADIO POPULAR EDUCATIVA DEL ECUADOR (CORAPE)	83

CAPÍTULO III..... 93

3 TURISMO SOSTENIBLE COMO FUENTE DE DESARROLLO 93

3.1	EL TURISMO	93
3.1.1	Clases de Turismo	95
3.1.1.1	Turismo de Masas.....	95
3.1.1.2	Turismo Individual	96
3.1.1.3	Turismo Natural.....	97
3.1.1.4	Turismo Cinegético	97
3.1.1.5	Turismo Activo	98
3.1.1.6	Turismo Social	98
3.1.1.7	Turismo de Negocios	99
3.2	EL TURISMO, UNA FUENTE FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO.....	99
3.3	EL TURISMO EN EL ECUADOR	102
3.4	EL TURISMO COMO FENÓMENO DE MASAS	103
3.5	TURISMO SOSTENIBLE UN EQUILIBRIO DE VIDA.....	106
3.5.1	Turismo Sostenible una nueva tendencia	108
3.5.2	Guías en Turismo Sostenible.....	112
3.5.3	Características del Turismo Sostenible.....	114
3.6	BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN SUS TRES ÁMBITOS DE EQUILIBRIO	115
3.7	TURISMO RURAL SOSTENIBLE	126
3.8	TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR.....	129
3.8.1	Turismo Comunitario.....	130
3.8.2	Turismo Comunitario en el Ecuador.....	132
3.8.2.1	El Turismo Comunitario y su Sostenibilidad	135

CAPITULO IV..... 137

4 EI TENA UMBRAL HACIA LA CULTURA Y BELLEZA AMAZÓNICA..... 137

4.1	IDENTIDAD KICHWA: AGRICULTURA Y FAMILIA.....	138
4.2	TURISMO EN EL TENA	141

4.3	EL MINISTERIO DE TURISMO Y SUS PROYECTOS EN EL TENA.....	144
4.4	PROYECTOS COMUNITARIOS EN EL TENA	146
4.5	PROBLEMAS DE TURISMO SOSTENIBLE EN EL TENA	149
CAPÍTULO V		154
5	ANÁLISIS PERIODÍSTICOS RADIALES PARA EL SECTOR RURAL DE LAS COMUNIDADES DEL TENA.....	154
5.1	METODOLOGÍA.....	154
5.2	ALCANCE	155
5.3	DETERMINACIÓN DE PARÁMETROS	156
5.4	ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	157
5.4.1	Entrevistas.....	158
5.5	ANÁLISIS DE DATOS Y CONCLUSIONES	205
CAPÍTULO VI.....		211
6	PROPUESTA DEL PROYECTO	211
6.1	CONTEXTO	211
6.2	FORMULACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	212
6.3	NATURALEZA DEL PROYECTO.....	215
6.4	OBJETIVOS	215
6.5	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	217
6.5.1	Análisis FODA.....	217
6.6	ESTUDIO TÉCNICO	218
6.6.1	Duración del Proyecto.....	218
6.6.2	Lugar donde se desarrolla el Proyecto	218
6.6.3	Título del Proyecto	218
6.6.4	La Audiencia	219
6.6.5	Contenido del Producto	220
6.6.6	Elaboración del Guión.....	221
6.7	PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA	222
6.8	ESTUDIO JURÍDICO.....	224
6.9	PRODUCTO FINAL.....	227
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		229
Bibliografía.....		231
Anexos.....		236

INTRODUCCIÓN

“Nos urge un espacio que posibilite la autoafirmación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva, contribuyendo al fortalecimiento socio-organizativo y a la preservación y manejo sostenible del medio ambiente.

Carlos Sihuango

Ubicado en un lugar privilegiado del planeta, en la mitad del mundo. Ecuador es un país del buen vivir. Nuestra constitución garantiza los derechos de la naturaleza, el territorio es fácil de recorrer y fantástico para vivir experiencias únicas.

Algunos especialistas afirman que Ecuador es el país más biodiverso del mundo por Km², el 11% de la biodiversidad del planeta está en Ecuador. Solamente el Tena, ciudad en la que me enfocaré, está llena de ríos que forman varias lagunas de interés botánico y zoológico, siendo uno de sus principales atractivos.

Las comunidades en general no están conscientes de sus potenciales recursos, tanto humanos como naturales; existiendo desconocimiento sobre conceptos como: sitio prioritario, biodiversidad, turismo sostenible, patrimonio natural, especies endémicas, etc.; es así, que surge la propuesta periodística radiofónica, para programas educativos en Turismo Sostenible que beneficie el desarrollo comunitario, a través de la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), en las comunidades rurales del cantón Tena.

Existen debilidades en las comunidades como es la falta de capacitación, de formación de difusión, de medios de comunicación, y como consecuencia la ausencia de empoderamiento. Es fundamental que estén claros y posicionados.

De por sí, el turismo sostenible es una actividad comunitaria, que genera beneficios económicos para las comunidades involucradas, saben que contribuye a la conservación de su patrimonio natural y fortalece su diversidad étnica y cultural, visión que ratifica una racionalidad distinta a la de mera actividad económica rentable y se propone una concepción más integral; lo que no saben es cómo hacerlo, cómo lograr un turismo sostenible como alternativa para un estímulo económico para mantener sus tradiciones culturales, fortalecer su autoestima e identidad.

Elementos propios como las artesanías, la vestimenta, las fiestas populares o la ecogastronomía, pueden ser objeto de valorización a partir del turismo, contribuyendo no sólo a su divulgación, sino al aumento de la autoestima, autovaloración y orgullo por la cultura local.

A través de esta investigación y por medio de la radio como el mejor canal de comunicación para los más vulnerables, es esencial promover una actitud más responsable que asegure el presente y el futuro del medio ambiente y de la sociedad en la misma actividad turística, ayudando a transformar sus prácticas de negocio para disminuir su impacto negativo sobre el ambiente y las comunidades.

Propender a la concientización ambientalista y el apoyo a la conservación de la biodiversidad, la cultura y las tradiciones por parte de los turistas se convierte en una estrategia clave.

Así los turistas aprenderán de las comunidades, a viajar de forma responsable, respetando y teniendo cuidado del patrimonio humano, cultural, natural y de la economía local del lugar que visita.

CAPÍTULO I

1 LA RADIO, ¿UN MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVO O DE INTERACCIÓN?

1.1 ¿QUÉ SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS?

Según el sociólogo alemán Niklas Luhmann, medios de comunicación de masas son “todas aquellas disposiciones de la sociedad que se sirven para propagar la comunicación de medios técnicos de reproducción masiva”, excluyendo la interacción entre presentes. Algunos textos distinguen los medios de comunicación de masas como tecnologías organizadas que posibilitan la comunicación de masas de la institución de los medios de comunicación que suele denominarse con el plural los media.

El término también es utilizado como mass media, que se entiende como los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia y equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo de público.

Los medios son las tecnologías de la comunicación a través de las cuales se transmiten contenidos, pero involucran los valores culturales y las representaciones sociales que ponen en circulación, y que tienen que ver con el funcionamiento de una comunidad.¹

La comunicación es un intercambio que puede ser personal, político o social, y logra mediar opiniones privadas o públicas.

Los ciudadanos solían discutir los temas públicos en lugares físicos, como las plazas. Hoy una parte de esta discusión se lleva a cabo en el lugar simbólico al

¹ AMADO, Adriana. ¿Qué es un medio de comunicación?: Prensa y comunicación. Argentina: La Crujica, 2010. 27 p.

que alude el concepto de medios de comunicación masiva, que son subsidiarios de la existencia de una comunidad.

A pesar de que dejamos atrás el siglo XX, muchos siguen pensando en los medios de comunicación con la mirada del pasado. O bien, discuten sus “funciones”, como planteaban las primeras teorías de la comunicación. O peor, les exigen un lugar de racionalidad y neutralidad en la discusión pública, como si la participación de los medios pudiera entenderse sin los intereses (privados, gubernamentales, sectoriales) que los atraviesan.²

Los medios de comunicación de masas se atribuyen a una sociedad que tiene su origen en la Edad Contemporánea, y que se caracteriza por la revolución industrial, que produce el abandono de la agricultura en favor de la industria y los servicios, estos grandes movimientos demográficos incluyen la mecanización del trabajo, donde las máquinas sustituían a los artesanos.

Se entiende como medio, a todo recurso que modifica las condiciones naturales de emisión y recepción de los mensajes, permitiendo el intercambio a un número amplio de personas que posibilitan:

Difusión de un mensaje: Admiten la recepción de una información entre personas que no necesariamente tienen contacto entre sí.

Mediación entre un emisor y varios destinatarios: Se habla de medios masivos de comunicación cuando se llega a un colectivo de personas que conforman una comunidad de lengua, valores y referencias.

Soporte del mensaje: Un medio permite que el mensaje perdure a lo largo del tiempo. El lenguaje de cada soporte es lo que da la especificidad de cada medio: la radio, por ejemplo sigue siendo radio, así lo haga a través del internet.

² Op. Cit., pág. 23

Las funciones atribuidas a los medios de comunicación de masas son teóricamente tres:

- Entretener, que habitualmente se indica en tercer lugar, pero que suele ser la más importante el cual contribuye a la estabilidad social, pero también al embrutecimiento e insensibilización del público.
- Formar o educar, cuya finalidad sea la adquisición de conocimientos por parte del espectador como es la televisión educativa.
- Informar, dar a conocer todo aquello que pueda ser relevante para el público.

Los Medios Masivos

Los medios se clasifican en gráficos (diarios, periódicos y revistas), audio gráficos (radio) y audiovisuales (televisión, cine, internet). En 1835, Tocqueville, político e historiador francés, decía: “nada como los diarios para llevar un pensamiento común a miles de personas en un mismo momento”. Hoy el impacto lo tienen los medios audiovisuales, aunque los diarios siguen siendo una fuente de referencia tanto para las élites y para los otros medios, que toman de los matutinos la agenda de temas a discutir durante el día. La radio y la televisión permiten la cobertura inmediata de los sucesos cotidianos, pero como medios efímeros, pasan constantemente de un tema a otro.

1.1.1 Medios Escritos

Prensa

Ciento cincuenta años después de la creación de la imprenta, comenzaron a darse los primeros pasos de la prensa moderna. El desarrollo de la prensa escrita ha ido de la mano del desarrollo de la técnica y de la transformación de

la demanda de los individuos como consumidores de la información. En este sentido se ha dado una relación dinámica entre la transformación del medio de comunicación y los cambios en la opinión pública.

El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad, la cual puede ser diaria conocido como diario o periódico. Si se manejan temas específicos toman el nombre de revistas.

Los periódicos se destinan al público en general, por lo cual su estilo es claro, conciso, y su contenido variado, pero siempre dividido en dos secciones generales: información y opinión, divididas a su vez en: información nacional, internacional, local, sociedad, cultura, ciencia, salud, economía, deportes, agenda, anuncios y en el caso de la opinión en: editorial, artículos, cartas al director, columnas, críticas ya sean cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical, crónicas, humor, etc.

Los diarios son medios con una fuerte llegada en su zona de influencia, las ediciones digitales hoy extienden el área de cobertura aunque los públicos consultan prioritariamente al diario de su localidad.

“La prensa posee, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener, es por esto que los diarios tienen un alto contenido informativo, que debe renovarse cada día”.³

Las noticias del diario tienen mucho impacto el día de su publicación, las redacciones trabajan con un criterio de brevedad.

Para competir con las transmisiones en directo de la radio y la televisión, los diarios suelen cubrir las mismas noticias de los medios audiovisuales con más profundidad, agregando comentarios, columnistas y explicaciones. Es un buen

³ Op. Cit

espacio para hacer llegar información complementaria sobre temas de actualidad.

Revistas

Existen revistas de información general y una gran cantidad de publicaciones especializadas. Estas llegan a una menor cantidad de personas que las generalistas pero alcanzan a una audiencia más multitemática.

Suelen ser menos selectivas geográficamente que los diarios, ya que pueden tener un mayor alcance.

Tienen una mayor permanencia que el resto de los medios y una alta tasa de circulación. La periodicidad de las revistas les concede un tiempo de producción mayor que el que tiene los periódicos, por lo que pueden ocuparse de noticias con un mayor grado de detalle.

Generalmente son impresas en papel de mejor calidad, las imágenes son vitales en la medida en que su contenido gráfico es mayor que el textual, por ejemplo: las de espectáculo, viajes, tiempo libre, entre otros temas.

Camilo Taufic, en su libro "Periodismo y Lucha de Clases", menciona que los instrumentos que hacen ahora posible la comunicación, como los medios, son objeto de un extendido fetichismo en la sociedad capitalista contemporánea, donde se les atribuye cualidades positivas o negativas, que están lejos de poseer por sí solos, independientemente del uso que se les asigne y de las relaciones de propiedad que se establezcan sobre ellos. Tanto los que se maravillan como los que se aterrorizan por el poder "de los medios" olvidan que este poder es sólo un reflejo de las condiciones sociales en que éstos operan.

En la sociedad capitalista, los mismos dueños de los diarios son los dueños de las agencias de noticias, los accionistas de las editoriales también manejan capitales

en el cine, etc. En los Estados Unidos los propietarios de periódicos tienen en sus manos además, la tercera parte de las estaciones de televisión.⁴

Los más desarrollados medios de masas, tienden bajo el capitalismo cada vez más a excluir a las masas de su control, a las que se relega un papel pasivo, ya sea como lectores o auditores, bombardeados por ideas, noticias y entretenimientos elaborados sin su más mínima participación y sin considerar sus reales intereses.

La variedad temática de un diario, revista, film o un programa de radio buscan satisfacer todos los gustos e intereses, de modo de obtener el consumo máximo, en eso se ha transformado hoy en día los medios de comunicación como las revistas.

1.1.2 Televisión

La televisión es uno de los grandes constructores de realidad, no sólo por la cantidad de horas que las personas le destinan, sino también por los modelos y formas de socialización que transmite.

La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que busca entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas.

Tiene alto impacto masivo, por su amplia cobertura y por su predominio de imágenes. Aquello que se difunde en la televisión en horario social adquiere rápidamente relevancia pública.

⁴ TAUFIC, Camilo. La Comunicación de Masas y sus funciones: Periodismo y Lucha de Clases. Ecuador, 1987. 48 p.

“La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento”.⁵

La programación televisiva privilegia el entretenimiento y las variedades. Hasta los temas más serios se vuelven ligeros en la pantalla, como resultado de las operaciones de simplificación, fragmentación y dramatización a las que se someten los contenidos televisivos.

“El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico debido a su percepción audiovisual”.⁶

La televisión es parte de nuestro ambiente, incluso en ocasiones es considerada como un miembro más de la familia. No cabe duda de que nuestra conducta está influenciada, al menos de cierta forma por la calidad de programas y contenidos que nos presenta.

La televisión es el único medio que desempeña la función no solo de informar o entretener, sino además de generar tranquilidad otorgando compañía.

La televisión es el medio que “cultiva” a todos los miembros de una comunidad en una visión global del mundo” El “cultivo” depende del tiempo de exposición al medio cuando más dependencia tengamos de la televisión mayor poder tendrá esta de moldearnos la ideas de manera particular, pero son ideas que van a parar y a formar la Opinión pública de una comunidad⁷

Hoy en día como menciona Taufic, en la sociedad de clases se pretende ocultar el trasfondo de fuerzas e intereses que manipulan los factores de la comunicación, trasladando las aberraciones de tal forma de sociedad a su expresión por los canales masivos.

⁵ FERNÁNDEZ, F. Clase social: Exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión. Chile, 1994. 12 p.

⁶ CEREZO, M. Teorías sobre el medio televisivo y educación: El discurso de la televisión. Granada: Grupo Imago, 1994. 16 p.

⁷ ALVES, Walter. La radio como vehículo visual: La mayor pantalla del mundo. Ecuador: CIESPAL, Revista Chasqui, 1982

“No es que millones de personas estén “alienadas por la televisión” sino que están alienadas por el capitalismo; no es que la prensa sea “el cuarto poder del Estado”, sino que está al servicio de los poderosos y es una de las formas concretas que asume su poderío”

Ahora el propósito de la televisión es alcanzar la máxima audiencia, con el máximo de rapidez y de simultaneidad en el envío de sus mensajes, de acuerdo a los instrumentos y a las técnicas disponibles en cada época; para así coordinar mejor a los distintos grupos y componentes de la sociedad, en torno a los intereses de los dueños de los medios.

1.1.3 La Radiodifusión

La radio es un medio de gran versatilidad, que lejos de perder vigencia, adquiere renovadas fuerzas. De formato muy sencillo, llega a toda hora a sus públicos, con noticias, personajes o música, creando un vínculo muy estrecho con las audiencias.⁸

Una ventaja de la radio es la inmediatez que permite: un simple llamado telefónico alcanza para poner al aire una entrevista o el reporte de un acontecimiento en el momento en que se está produciendo.

La oferta de radios nacionales convive con un espectro amplio de emisoras locales que tienen llegada directa a la comunidad de origen. Las de mayor cobertura geográfica serán más selectivas con la información atendiendo a intereses más generales. Esta cobertura actualmente se refuerza con transmisión satelital y por Internet. Por su parte, las locales siempre estarán dispuestas a dar un espacio a las novedades de la comunidad.

A la hora de informar se debe ser muy preciso y claro en las expresiones.

La radio confía considerablemente en la palabra hablada como un arte en sí misma. También tiene, dentro de su campo, el poderoso dominio del sonido.

⁸ Op. Cit., Pág. 29.

La forma de una frase puede tener tal lógica estética que evoque la sensación de lo bello. Pero palabras como “muerte”, “madre”, “parto”, “agua”, tienen el poder de crear innumerables imágenes en la imaginación de un ser humano. Al combinarlas con el siniestro sonido de un viento gimiente y tempestuoso, es posible colocar al oyente en un sueño propio, que seguirá sendas independientes del control del productor.⁹

Una de las características de la radio es ser unisensorial ya que por medio del oído se despierta la imaginación y tiene doble ventaja: le permite al oyente cierta libertad de movimiento para desarrollar otras actividades, a esto hay que añadir la instantaneidad y rapidez en la transmisión de los mensajes y el costo casi nulo de su utilización.

La gran ventaja que tiene el medio hablado sobre el escrito, reside en el sonido de la voz humana, el calor, la comprensión, la ira, el dolor y la risa. Una voz tiene la capacidad de impartir mucho más que la palabra impresa. Tiene reflexión y acento, duda y pausa y una variedad de énfasis y ritmos.¹⁰

Ahora la rapidez del periodismo y la instantaneidad a través de la radio relatando un hecho que sucede en este momento, provoca efectos inmediatos, no solo en la mente de sus receptores, sino en la actividad social misma, pero no hay que olvidar que el objetivo del medio de comunicación de masas no solo es llegar al mayor número de individuos posible, con el máximo efecto, sino también al mismo tiempo recoger todas las manifestaciones de la vida social y de la naturaleza cuya divulgación sea útil para la sociedad.

Con el pasar de los años la comunicación de masas se ha vuelto un sistema donde los ejecutores prefieren la cantidad por sobre la calidad, porque cuanto mayor sea el número de los receptores, mayor será la influencia social de los emisores; cuanto más grande sea su público, más crecerá su propio poder. Ya sea en el socialismo o capitalismo que se vive, la búsqueda del máximo beneficio es el motor del consumo máximo, es decir, del máximo de lectores,

⁹ ALVES, Walter. La Radio como vehículo visual: La mayor pantalla del mundo. Ecuador: CIESPAL, 1982

¹⁰ CEPEDA, José. Características de la radio. Madrid, España, 1987. 18 p.

de oyentes, de espectadores. Es el interés del Estado ideológico o político el que impulsa al mayor consumo.

1.1.4 El Internet

El Internet se ha integrado a los medios tradicionales y ha aportado nuevos espacios, como las radios de la red, los blogs, las redes sociales.

Internet es un canal de comunicación cuya principal ventaja es su cobertura global, lo que hace que su llegada sea a la vez amplia, pero dispersa.

Los sitios de la web suelen tener públicos muy estables, que configuran en algunos casos una comunidad de intereses. Contrariamente a la globalidad que implica la red, quizás su mayor fortaleza es la de esta conformación de comunidades.¹¹

José Luis Orihuela, escritor del libro “Nuevos Paradigmas de la Comunicación”, menciona que el Internet ha alterado gran parte de los paradigmas que hasta ahora nos ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos. Los cuales se sistematizan en siete paradigmas:

Interactividad

Frente a la unidireccionalidad propia del modelo de la prensa, la radio y la televisión, los proveedores de contenidos y los usuarios pueden establecer en este canal un vínculo bilateral, ya que la interactividad cristaliza en sistemas de feedback más dinámicos, inmediatos y globales, que se transforman en mecanismos de encuestas online, ya utilizados para orientar el sentido de las campañas electorales.

¹¹ AMADO, Adriana. Distintos tipos de medios masivos: Prensa y comunicación. Argentina: La Crujica, 2010. 27 p.

Personalización

Los servicios de información online no sólo se orientan a targets con perfiles demográficos, profesionales o económicos, sino que se orientan a individuos, ya que la Red permite responder a las demandas de información específicas de cada usuario.

Multimedialidad

La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte. Esto ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet.

Hipertextualidad

El hipertexto es la última frontera tecnológica de la escritura que exige nuevas destrezas comunicativas y un mayor esfuerzo de lectura. Tiene la virtualidad de dotar a la escritura y a la lectura de un modelo estructural muy próximo al del pensamiento, que funciona por procesos asociativos y no de modo lineal.

Actualización

La Red hace posible el seguimiento al minuto de la actualidad informativa, y ya se utiliza en paralelo a la televisión para retransmitir acontecimientos a escala mundial en tiempo real, como es con la ceremonia de los premios Oscar.

Abundancia

El espacio en los medios impresos, y el tiempo en los medios electrónicos, han sido tradicionalmente los recursos escasos en el sector de la comunicación. Por otra parte, la complejidad de los sistemas de producción de medios escritos

y audiovisuales hacen que sólo algunas empresas puedan disponer de las costosas infraestructuras para poner a disposición del público sus mensajes.

Mediación

La mediación profesional de los comunicadores en los procesos de acceso del público a las fuentes y a los propios medios han hecho buscar información, filtrarla, contrastarla, editarla y publicarla decidiendo acerca de su relevancia, oportunidad e interés.

Hoy día, después de más de un siglo de tecnología de la electricidad, se ha extendido el sistema nervioso central como una red por todo el mundo, aboliendo así el espacio y el tiempo.

Las computadoras dejaron de ser consideradas instrumentos para operaciones de contabilidad y cálculo, hoy se estima que su aporte esencial es ser instrumentos de transferencia y de tratamiento de la información, por tanto los métodos tradicionales de transferencia de nuevas informaciones científicas y técnicas, tales como las revistas para especialistas, ya no son útiles y un nuevo medio de comunicación, el informe técnico, hizo su aparición y se multiplicó.¹²

Sin embargo, mientras los dueños de los medios no hagan que éstos reflejen fielmente, verazmente toda la realidad de la sociedad, sus aspectos característicos y sus conexiones, la comunicación masiva no será de las masas sino para las masas y no se retroalimentará de las manifestaciones más fundamentales de su actividad y su espíritu, sino que les impondrá formas y contenidos que le son ajenas.

El sistema de comunicación social dispone de recursos para manipular a las masas a su amaño, es la verdad, pero las masas también tienen recursos tan poderosos como los contrarios, aunque de distinta naturaleza para no dejarse manipular.¹³

¹² Op. Cit., pág. 35

¹³ Op. Cit., pág. 5

1.2 BREVES RASGOS DE LA RADIODIFUSIÓN EN EL MUNDO

Como en todos los campos de la ciencia, son muchas las personas que han puesto su “granito de arena” para el logro de los mayores éxitos. Este fue el caso de la radio, a cuyo descubrimiento, desarrollo y técnica se han ligado sus beneficios para una mejor comunicación.

Los nombres del italiano Gugliermo Marconi, del alemán Heinrich Hertz, de los ingleses James Clerck Maweil y John Ambrose Fleming, de los norteamericanos Dr. Lee de Forest y Reginald A. Fessenden, están íntimamente vinculados al origen de la radio, puesto que cada uno de ellos puso parte vital para que el hombre dispusiera de uno de los medios de comunicación más asombrosos.

Partiendo de los principios físicos del funcionamiento del telégrafo electrónico, y sobre la base de una serie de avances lentos y laboriosos, el físico italiano Gugliermo Marconi, a sus 22 años, inventó en 1895 la radiotelegrafía, un sistema de comunicación telegráfica por medio de ondas radioeléctricas.

La voz humana a través de ondas electromagnéticas, recién se empezó a transmitir en 1900. Y en 1907, aparece un tubo vacío con tres electrones llamado audión, que servía para emitir y recibir mensajes. Esto marco la aparición de la radio telefonía que permite al emisor recibir la comunicación del receptor.¹⁴

Un año antes, en 1906, el profesor de física de la Universidad de Pittsburgh trasmite, desde Massachusetts, modulaciones de voz humana por medio de ondas radioeléctricas con un alcance de 300 km.

En ese momento se rompe los conceptos de radio telefonía y radiodifusión, pues incluso este hecho es para algunos historia, el de la fecha del nacimiento de la radiodifusión. Aquella emisión contaba con voces de ambos sexos, música, etc.

¹⁴ VILLAMARÍN, José. Primeras formas del Periodismo: Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo. Ecuador: RADMANDI, 1997, 46 p.

Confusión que se mantuvo hasta 1920, cuando Frank Conrad dotó a la radiodifusión de una característica fundamental: la periodicidad.¹⁵

En 1901 el mismo Marconi, descubrió que las ondas electromagnéticas, aunque se propagaban en línea recta, eran reflejadas en la ionosfera o capa superior de la atmósfera, de manera que podían ser revisadas por receptores ubicados a grandes distancias del lugar de la emisión. De este descubrimiento surgió el servicio radiotelefónico internacional.

A partir de 1907 se iniciaron las transmisiones de programas musicales. Pero resulta realmente inútil, buscar cual fue la primera emisión en el mundo o en un país, aunque es indiscutible que Estados Unidos ocupó los primeros lugares en la mayoría de los aspectos de la actividad radiofónica.

A fines de la segunda década de este siglo, la radio tuvo un giro muy importante: se convirtió en instrumento para la transmisión de información pública, lo que le confirió un poder que fue sobrevalorado hasta la omnipotencia, convirtiéndole en un apetecido medio de comunicación.

El acontecimiento que inaugura oficialmente la función informativa de la radio, a criterio del catedrático Balle Francis, está relacionada con la revolución rusa:

... el 6 de noviembre de 1917, dice desde el crucero Aurora, la radio difunde a todos los distritos de la capital rusa un mensaje según el cual el soviet de Petrogrado se coloca a la cabeza de la resistencia contra los conspiradores del gobierno legal. Algunas horas antes el primer ministro Kerenski había destruido las máquinas de dos periódicos bolcheviques.¹⁶

Las demás potencias del mundo, se ubican en la misma línea: en 1921, los 50 mil receptores de radio norteamericanos siguen de cerca la campaña presidencial; en noviembre de 1922 se difunde el primer radio-periódico

¹⁵ ZECCHETTO, Victorino. En medio de la comunicación. Buenos Aires: Don Bosco, 1995. Pág. 19

¹⁶ BALLE, Francis. Comunicación y sociedad: Evolución y análisis comparativo de los medios. Bogotá Tercer Mundo, 1994. 111 p.

francés, y una semana más tarde, la futura BBC de Londres transmite también sus primeras noticias.

Después de la segunda guerra mundial, frente a la competencia de la televisión, las radios necesitaban programas pocos costosos pero atractivos para los anunciantes locales. Entonces se volvieron hacia los discos y aparecieron los disc jockeys. Se segmentó a la población para proporcionarle una programación de música selectiva.

En los primeros años de 1960 apareció la radio de frecuencia modulada, FM.

Al principio solo interesaba a los grandes aficionados de la música, pero menos de dos décadas más tarde en 1978, la frecuencia modulada superó a la de amplitud modulada.

Para revitalizarse, la frecuencia FM inició sus transmisiones en estéreo, a mediados de la década de los 80. Pero hasta el momento FM, amenaza las transmisiones de AM, ya que está mejor adaptada a las grandes ciudades, además tiene una mejor calidad en sonido, y en el modelo de la radio citadina se le ha dado el papel de un medio de consumo para la ciudad.

La Radiodifusión en el Ecuador

Después de lo suscitado internacionalmente, Ecuador también avanzó tecnológicamente, es así que en 1929 se destina un local que fuera bodega de una fábrica textil como lugar de la primera radiodifusora del país con el nombre de radio "El Prado", en la ciudad de Riobamba. El precursor riobambeño de la radiodifusión ecuatoriana es Carlos Cordobés que había estudiado en los Estados Unidos.

Es así que detrás de varios experimentos, logra instalar la primera emisora de radio en el Ecuador. Las emisiones se producían a través de un transistor de 25W en transformador y 5 watios en antena que operaba en 60 metros.

Las emisiones se realizaban de 21 a 23 horas durante varios días por 5 horas diarias.

Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión actual, únicamente se establecía una identificación; así por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E, por lo que en una primera instancia Radio el Prado utilizó la sigla SE1FG hasta que se le designaron las actuales HC.¹⁷

La radioemisora no tuvo carácter comercial y se convirtió en la primera en grabar discos de aluminio con participación de artistas nacionales como el dúo Ecuador, Carlota Jaramillo, Carlos Brito, Luís Cisneros entre otros.

La emisora realizó sus últimas transmisiones deportivas en 1939, año en el que sus dueños radican en los Estados Unidos.

Este acontecimiento se convierte en el punto de partida para que en los años siguientes se instalen nuevas estaciones radiales en Guayaquil y Quito, fenómeno que va con el desarrollo de la radio en la América Latina.

El 16 de junio de 1930 surge la segunda emisora ecuatoriana y la primera estación comercial bajo la dirección de Juan Sergio Berh en Guayaquil.

Con el conocimiento que tenía sobre este nuevo descubrimiento, con dedicación construyó su primer equipo de 20 watios de salida en onda corta con las siglas HC2JSV.

Con este pequeño transmisor difundía principalmente música y se convierte en el primer anunciador comercial, la nueva estación se llamó Ecuador radio.

Desde ese entonces, en el Ecuador surgieron nuevas radios y a medida que la tecnología avanza la radiodifusión ha ido transformando nuevas herramientas de comunicación.

¹⁷ BASSETS, Lluís. Introducción: Elogio de la radiodifusión. Elementos de la Historia de la radio. 1951, p. 7

1.2.1 Las Radioemisoras como una alternativa

Para Antonio Calderón, ejecutivo de la sociedad Española de Radiodifusión, hay que aceptar como “arte radiofónico” aquella parcela más especializada de la actividad radiofónica, en razón de que cultiva el producto que configura, define y diferencia a nuestro medio (la radio).

A la radio se le niega la calidad de arte, argumentando que carece de forma definitiva de expresión, de creatividad y de imaginación, y que, sobre todo, no tiene mensaje para su permanencia, característica vital que se reconoce al arte.

Simplemente se le otorga calidad de artesanía y de una técnica que no es de su propia creación, sino que procede de la electrónica de la que se vale para expresarse.

La investigación de nuevas formas de expresión en la radio, la creación y diseño de métodos y caminos para llegar al oyente con mayor fluidez, claridad y comprensión, serían argumentos de que la radio es un arte que se expresa a través de un “lenguaje” propio.¹⁸

La radio se plantea situaciones de diverso orden, responde a un contexto social y expresa una imagen definida. Los planificadores, programadores, escritores, compositores, etc., al servicio de la radio, están en constante y continuo proceso de observación y experimentación, elementos que son también característicos en el arte.

Si la radio es un medio de expresión, el guión es el producto que resulta de la utilización de aquellos elementos que adquieren categoría del lenguaje al ser sometidos a los recursos de la técnica radiofónica. La práctica de esta técnica a mayor o menor nivel, es lo que ha dado en llamarse “arte radiofónico”.¹⁹

¹⁸ ERAZO RODRÍGUEZ, José Luis. La Radio: Manual práctico de radiodifusión. Ecuador: Municipio de Quito, 1980 59 p.

¹⁹Op. Cit., pág. 59

La Radio: Una Técnica

Se reconoce a la radio la calidad de técnica, partiendo del hecho de que se expresa a través de los medios electrónicos que utiliza para llegar con su mensaje a la audiencia.

La radio se identificó desde sus comienzos con los elementos físicos de que se sirve para expresarse, situando en segundo plano al hombre. Todo el crédito y reconocimiento fueron para los equipos, convertidos en asombrosa maravilla que revolucionó a la humanidad, al punto que se identificó a la radio solamente a través de ellos.²⁰

Los procesos sorprendentes logrados por la electrónica, cada día más impresionantes en el campo de la radio, han contribuido a que el concepto se afiance más, en el sentido de que la radio y la radiodifusión son simplemente una técnica de la que se beneficia el hombre.

No se puede desconocer que gracias a los inventos y descubrimientos científicos el avance de la radio ha sido cada vez más apresurado, hasta ocupar el sitio en que ahora se encuentra y que alcanzará en el futuro.

Los recursos técnicos destinados a la radio, le van otorgando posibilidades sorprendentes. El transistor es uno de los logros más impresionantes, puesto que puso en manos del hombre un sistema de receptores de radio que funcionan sin problemas en los lugares más solitarios y alejados de los centros poblados.

La Radio: Arte y Técnica

Se reconoce que la radio es un medio idóneo de comunicación social, lo que implica que tiene que disponer de recursos humanos e intelectuales de alto nivel, en capacidad de elaborar un producto que sea asimilable por una audiencia completa.

²⁰Op. Cit., pág. 60

La radio está en permanente búsqueda de un lenguaje propio cada vez más comprensible y aceptable para las mayorías, para así poder llegar al mensaje especializado, destinado a un público selectivo.

La creatividad a la que hay que añadir la imaginación, ingenio y talento, están presentes en el fenómeno de la producción radiofónica diaria, se reconoce a la radio haber incentivado cambios sustanciales en la sociedad, ya que cuenta con una personalidad definida que se expresa a través de un “lenguaje” propio.²¹

Se menciona variedad de formas de “lenguaje” radiofónico que utiliza la radio para llegar a la audiencia; es una realidad, que todos los segmentos que usa el medio para manifestarse, son el resultado de la creación en muchos casos y en otros de la adaptación, que también es una forma de expresión creada obligadamente para la radio.

“Lo esencial es que el lenguaje radiofónico, usado primero para servir como medio de comunicación social y por último como medio de comunicación de masas”.²²

Los elementos técnico y humano, van de la mano en el proceso radiofónico para el logro de un objetivo común, la expresión y la personalidad de la radio se configura gracias a la creación inteligente, imaginativa y constante de un elemento vital e insustituible: el hombre.

1.2.2 Definiciones de Radio

La radio es un medio de difusión múltiple, por su estructura técnica, y soporte electrónico.

La radio es un instrumento dinámico que se va convirtiendo en elemento vital en el ambiente en que se desenvuelve, con la condición de diversión y entretenimiento.

²¹ KAPLUN, Mario. El lenguaje radiofónico: Producción de programas de radio. Ecuador, Colección Intiyan CIESPAL, 1978. 80 p.

²² Op. Cit. 64 p.

La gente que trabaja en la radio, para la radio y su audiencia, enfrenta presiones de todo orden, provenientes de los diferentes estratos sociales que buscan aprovechar el medio para llegar con su mensaje a los demás.

Los intelectuales, los artistas, músicos, poetas, filósofos, sociólogos, científicos, etc., atisban que la radio les ofrece un canal de comunicación multifuncional que jamás imaginó que podía ser tanta utilidad para la difusión y conocimiento del pensamiento.²³

Entonces la radio ya no es simplemente un instrumento emisor y trasmisor de recreación, sino que acepta el reto de examinar, estudiar y analizar el comportamiento de una sociedad con la que convive y sobre la que sabe ejerce particular influencia.

La audiencia se vuelve exigente y selectiva y no admite una radio que se limite a emitir programas de puro entretenimiento, sino que obliga al medio a buscar una producción que sea de calidad, donde haya contenido de interés colectivo.²⁴

La programación de buena calidad sin una adecuada planificación no entusiasma al oyente; es por eso que siempre está en la búsqueda de formas de expresión que se pongan a la altura de la demanda.

Vale citar aquella premisa que señala que la radio no tiene que ser hecha simplemente para que se la oiga, sino para que se la escuche. Así la radio comienza a crear y buscar un estilo y lenguaje propio.

“El escritor se convierte en guionista, el informador en reportero, el conferenciante en comentarista, el locutor en presentador”.²⁵

La radio, es un medio de expresión que debe ser desarrollado a partir de la premisa del respeto a los valores que son inmanentes a la personalidad de la persona.

²³ ERAZO RODRÍGUEZ, José Luis. Definiciones de radio: Manual práctico de radiodifusión. Ecuador: Municipio de Quito, 1980. 66 p.

²⁴ Op.Cit. 67 p.

²⁵ ALVES, Walter. Manuales didácticos: La cocina electrónica. Ecuador: CIESPAL, 1994. 2 p.

“La tarea más noble que puede proponerse un medio de expresión y comunicación es ayudar al hombre a practicar la facultad de imaginar, reactivando sus estímulos perceptivos”.²⁶

La radio es un buen recurso de apoyo para incentivar el progreso y el desarrollo de un pueblo. Su acción tiene que ser activa desde que sea considerada como elemento participante en la toma de decisiones.

En un estudio realizado por el Licenciado Marco Encalada Reyes de CIESPAL, en que aborda el tema “La Radiodifusión y el Desarrollo en Ecuador”, señala que:

“La preocupación de activar la participación de la radiodifusión al proceso de desarrollo ha llegado también a las puertas de los propios radiodifusores, quienes de múltiples maneras han manifestado su interés por efectivizarla”.

El referido autor agrega que en la denominada “declaración de Quito” en 1966, los radiodifusores de Ecuador, Bolivia, Colombia, Panamá, Perú y Venezuela afirmaron que:

“La radiodifusión asume conscientemente el rol que le corresponde en la lucha contra los males sociales que aquejan a nuestros países, mediante su inmediato y efectivo aporte en espacios variados, al servicio de los altos intereses públicos y que es de ver en toda radio su contribución inmediata en esta campaña”.

Igualmente se pronunciaron la Asamblea Interamericana Extraordinaria de Radiodifusión celebrada en Quito, entre el 12 y 17 de febrero de 1968 y el Seminario sobre la Radiodifusión y la Televisión frente a la necesidad cultural de América Latina, celebrada por iniciativa por CIESPAL en Quito, en julio de

²⁶ Op. Cit., pág. 69

1966, con la participación de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER).

Es evidente que la decisión de los medios, en este caso la radio, de contribuir al progreso, no funciona en Ecuador. El Estado reclama alternativas para implementar programas destinados a producir cambio en las estructuras sociales, que hagan posible que se vea a la radio como un instrumento idóneo para el progreso y desarrollo de un país.

1.2.3 Características de la Radio

Una de las primeras características de la radio es:

La Universalidad, ya que es un canal de comunicación de fácil acceso, de gran popularidad, sin resistencia en la colectividad por alejada que se encuentre de los centros poblados.

Su trascendencia es de tal naturaleza que por igual ingresa a un hogar de personas cultamente formadas, como a la casa humilde del campesino. Su capacidad de ubicuidad es tal, que ahora “viaja y camina” junto al hombre a donde se desplace.²⁷

En todo caso la universalidad de la radio se ha convertido en un medio de comunicación cómodo y barato, sin exigencias mayores hasta en espacios de ocupación, particularmente desde que apareció el transistor que permite disponer de aparatos receptores y transmisores que pueden acompañarnos a cualquier parte, lo que popularizó más a este medio.

Llega más fácilmente a un mayor número de personas sin consideración a su edad, color, preparación o sexo. Tampoco se fija en clases sociales, en posiciones políticas o credos.

²⁷ ERAZO RODRÍGUEZ. José Luis. Características de la radio: Manual práctico de radiodifusión. Ecuador: Municipio de Quito, 1980. 75 p.

La Instantaneidad es otra de las características de la radio, la facilidad de ubicuidad en los lugares menos esperados. La radio vuelve al acontecimiento instantáneo, inmediato y accesible.

“El hombre mismo, dentro de este contexto social, quiere saberlo todo al instante, en el menor tiempo posible, en la forma más concisa y concreta”.²⁸

La instantaneidad debe ser vista desde diversos puntos de vista: Cuando el radioescucha lo desea, enciende su receptor y al instante encuentra una emisión radiofónica que le está enviando un mensaje.

Desde otro ángulo la instantaneidad se relaciona más con la transmisión del hecho noticioso o informativo que puede ser escuchado en forma inmediata, el mismo momento en que se está produciendo el acontecimiento. La instantaneidad con que transmite la noticia le hace atractiva al público.

La Espontaneidad es otra de las características distintivas porque particularmente esta llena de vitalidad y humanidad a la emisión radiofónica que le vuelve más asequible al oyente.

Cuando se le habla al oído por así decirlo se siente más a gusto. Un error en la pronunciación por parte del locutor le hace pensar y reaccionar de diferente manera. Hechos que van acompañados de las manifestaciones normales en la vida diaria, interesan profundamente al radioescucha. Una carcajada oportuna, una historia bien contada, la sonrisa de un niño, la indignación, el sollozo y hasta las lágrimas, tienen un sabor vital que hace que el oyente se identifique mejor con la estación que está transmitiendo programas que hay calor humano.²⁹

La Agilidad es otra característica de la radio, para mantener a los oyentes pendientes de la programación que se le ofrece. Nada más agotador para el oyente que la monotonía de un programa, en el que se advierte de inmediato la falta de preparación, personalidad, carencia de imaginación y la ausencia de atractivos. La agilidad en la radio significa actualidad en los temas a tratarse,

²⁸ Op. Cit., pág. 76

²⁹ Op. Cit., pág. 79

de manera que refleje que la estación está al día en aquello que más interesa a la audiencia.

Las estaciones de radio se valen de multitud de recursos técnicos y humanos para alcanzar el mayor grado de agilidad en los programas que ofrecen a sus oyentes.

La Claridad en la emisión del mensaje radiofónico es otra de las características que distinguen al medio. Es preciso considerar que el mensaje en radio es muy fugaz lo cual exige que sea claro, conciso, preciso, sencillo o universal. La falta de enfoque adecuado en la programación provoca confusiones las cuales generan desagrado en los oyentes.

1.2.4 Funcionamiento de una Radio

En el Ecuador, existe el sistema analógico, dentro de algunos años entrará la tecnología digital radiofónica.

En el libro "Revolución digital en la radio", el autor Marco Vinicio Escalante nos habla acerca de las características del sistema analógico:

Tabla 1.1 Sistema Analógico

Sistema Analógico
Al captar, grabar y procesar el sonido se utilizan ondas eléctricas y electromagnéticas. Los equipos utilizados en este sistema pierden la señal original.
Mientras más se utiliza, se reproduce o se copia más se pierde la fidelidad del sonido original. Igual que en el sonido de los viejos discos de acetato. Los ruidos del scratch y las distorsiones afectan la calidad del sonido final.
Materiales y equipos necesitaban mucho espacio. Las inmensas discotecas de las radioemisoras necesitaban grandes salas para almacenamiento y organización.
En los discos, era frecuente ver los radio-operadores o sonidistas haciendo función de precisión manual para ubicar determinado corte de un LP o a un radioyente, afinando su oído para ubicar con precisión una emisora en el dial. AM- onda terrestre y FM- onda aérea.
Se ha descontinuado la producción de equipos y aparatos de reproducción analógica.
Analógico: Dicho de un aparato o de un instrumento de medida: Que la representa mediante variables continuas, análogas a las magnitudes correspondientes.

Elaborada por: Alejandra Naranjo bajo los conceptos de Marco Escalante

En algunos años, la tecnología de transmisión de sonido digital ofrecerá algunas ventajas técnicas sobre el sistema análogo, mejorando la calidad de las transmisiones, textos, el audio podrá ser transmitido en una sola frecuencia simultáneamente. El oyente elige el programa y el receptor automáticamente sintoniza la frecuencia.

1.2.4.1 Técnico

Sobre este departamento recae la responsabilidad de que todo el proceso sonoro de una emisora responda con calidad, prontitud y acierto.

Equipo transmisor

Es el equipo que lanza la señal al aire, junto con su antena radiadora.

En el mercado hay diferentes marcas y es aconsejable invertir en un transmisor de estado o sólido (transistorizado).

Las potencias van desde los 100 watios 5, 10, 15, 25, 50 hasta lo que determine el estudio técnico y el tipo de frecuencia en el que se está trabajando. A mayor potencia mayor precio.

En el caso de la FM. Los equipos transmisores no son de menor potencia y para su reproducción con mayor alcance necesita repetidoras.

Antenas

La antena en el caso de la AM requiere para su mejor funcionamiento un entramado con cable de cobre enterrado en la tierra a manera de radios de bicicleta que van desde la base de la antena hasta la periferia, teniendo su radio el largo correspondiente a la altura de la antena. Las láminas toman el nombre de radiales.

En el caso de la FM, el elemento significativo para su alcance es la altura en que colocamos el lugar de transmisión.

1.2.4.2 Humano

Según el tipo de radio en el que vamos a trabajar, sea esta de carácter comercial y dedicado a la emisión de música, la organización interna es mínima y operativa.

Si hablamos de una estación que trabaja formatos diversificados, realiza producción diferente para cada programa, el número de personas crecerá por las necesidades de operación de la estación.

El personal que está detrás de cada producción radial, tiene una tarea, un trabajo y una responsabilidad profesional.

Las áreas básicas que deben corresponder a la estructura de una radio difusora debe ser la de administración, producción y técnica.

En cada una de ellas iremos encontrando las especificidades respectivas de acuerdo a la configuración, tamaño de la estación en lo productivo, en el alcance social y las características de equipamiento instalado.

Área de Administración

Pueden estar incorporados quienes trabajan en la dirección del medio en general como gerente, administrador, ventas y una secretaria.

Área de Producción.

Las labores que se desarrollan en esta área tienen que ver con todos los elementos de difusión, información y comunicación que salen al aire, en que

formatos, en que horario, para que público. Está formado por el personal que maneja la operatividad de equipos, contenidos y formas.

Aquí constarían productores, locutores, operadores (de estudio, producción y de transmisión) actores y en el caso de tener manejo de información, periodistas o reporteros.

Área Técnica

Tiene que ver con la instalación y funcionalidad de todo el equipo técnico que corresponda a la estación, ya sea AM o FM.

Indefectiblemente se debe contar con un especialista de alto nivel que es un ingeniero técnico conocedor en telecomunicaciones y electrónica que será quien brinde el soporte para instalación y mantenimiento de equipo mayor como transmisores, antenas y equipo menor con la ayuda de técnicos de menor rango para estudios de producción y emisión.

1.3 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO

El lenguaje constituye un código del que se sirve el hombre para comunicarse y especialmente para entablar comprensión entre el que emite los signos del código y el que los recibe. En el campo de la radio, la palabra constituye el soporte que se utiliza para que el código funcione como medio de comunicación y comprensión.

Mario Kaplún, menciona que se viene probando sistemáticamente que la radio tiene un lenguaje propio, que se expresa de forma permanente, en la medida que se ha propuesto no ser solamente recreativa, informativa, sino, en particular, comunicativa y creativa.

El lenguaje radiofónico resulta profundamente dinámico, si responde a un entorno social en constante búsqueda e investigación.

En su libro “Radio, la Mayor Pantalla del Mundo”, Walter Alves escribe: “Uno debe oír lo que escribe y sentir cual es el peso sonoro de nuestras palabras para el oyente”.

Este es un punto de partida que nos permitirá tratar de comprender la dimensión del lenguaje radiofónico.

Las palabras tienen peso, forma, color, textura, ritmo, poder. Si se usan apropiadamente pueden crear un mundo visual coherente que para los propósitos de la educación, puede ser de supremo valor.

Cuando uno escribe para una entrega sonora, debe oír lo que pone en el papel. El ojo ve el peso visual de una palabra cuando ésta golpea al lector; nosotros debemos ver con nuestros oídos; uno debe oír lo que escribe, y sentir cual es el peso sonoro de nuestras palabras para el oyente.³⁰

Mario Kaplun, en su libro “Producción de programas de radio”, señala que toda comunicación, por simple que sea el mensaje que deseamos comunicar, implica:

Una codificación: Se escribe la idea en palabras, se la expresa con signos audibles y se la codifica. Se elige del conjunto de signos (el idioma español), una serie de signos (palabras) que expresan la idea, se agrupa y ordenan los signos de acuerdo con una determinada estructura convencional gramática: un sujeto, un verbo y un predicado.

Una decodificación: El destinatario percibe, oye o lee esos signos, los entiende e interpreta, les da su sentido y registra la información; capta la idea que se le quiere comunicar.

³⁰ ALVES, Walter. La radio como vehículo visual: La mayor pantalla del mundo. Ecuador: CIESPAL, 1982. P. 14

El código lingüístico o verbal que cada uno maneja, representa el conjunto de experiencias que se ha conocido y cuyo nombre se ha aprendido. Se decodifica y se entiende un mensaje si podemos asociar los signos y palabras a esas experiencias.

No hay un solo código verbal sino varios. Uno es el lenguaje común y corriente que se habla todos los días y que se utiliza en la relación cotidiana para comunicarse con los demás.

En segundo lugar, el lenguaje “culto”, selecto, más amplio y elaborado, por ejemplo: cuando se escribe un artículo o se debe pronunciar un discurso en público. Y si es profesional, existe un tercer código: El lenguaje especializado y completo, el vocabulario técnico de la profesión.

Los comunicadores de la escuela pragmática insisten en que es necesario escribir para la radio, de tal manera que el oyente pueda captar el mensaje mediante el mínimo esfuerzo posible.

El comunicador Willbur Schramm, ha traducido la ley del menor esfuerzo al campo específico de la comunicación, diciendo que el éxito o eficacia está en proporción inversa al esfuerzo que demanda: cuanto mayor esfuerzo demanda del destinatario, menor será la posibilidad de que la comunicación sea recibida y resulte eficaz.

En síntesis, “la cuestión de los códigos verbales no se agota diciendo que debemos adaptar nuestro código al destinatario; implica también que, al menos en cierta medida, debemos adoptar el código de la comunicación a la que nos dirigimos”.³¹

Es conveniente a nivel significativo estimular el trabajo de decodificación por parte del destinatario. No es aconsejable darle las cosas ya interpretadas, y

³¹ Op. Cit., pág. 88

“masticadas”. Se debe codificar el mensaje de tal modo que tengan que poner de su parte para decodificarlo.

Es una realidad que el lenguaje radiofónico es más sencillo y directo, se vuelve coloquial y, en consecuencia resulta más íntimo para el espíritu del oyente lo que contrasta seriamente con la indiferencia de la prensa escrita y la frialdad de la televisión. El oyente de radio “siente y sabe” que tiene el derecho a la respuesta, acceso a la conversación.³²

Hay que agregar que el lenguaje radiofónico busca ahora el más alto grado de eficiencia para ser mejor recibido, partiendo de la sencillez, la claridad y la pureza en la expresión del contenido.

El autor Hugo Semidio de la Torre, en su libro “Introducción a la Producción Radiofónica”, menciona las cuatro herramientas fundamentales para construir el mensaje en la radio producción. Estos son: La música, el sonido, la palabra y el silencio.

1.3.1 La Música

“Cuando usted escucha un programa de radio, si este le gusta o le llama la atención, es porque ha sido construido con una buena organización de los elementos del lenguaje radiofónico”.³³

Al transformar el maravilloso mundo visual en imágenes auditivas, mucho tiene que ver la utilización de la música.

Semidio, dice: el oyente verá en su imaginación el momento dramático, el lugar, el tiempo en que transcurre una escena y la fuerza que se le imprime a cada acción.

La música puede reforzar un estado anímico, al transmitir las emociones, la sensibilidad del ser humano, sea de alegría, de placer, pena, odio, angustia,

³² Op. Cit., pág. 119

³³ DE LA TORRE CADENA, Hugo. Manual de Producción para Radio. UTA año 2003

desesperación, terror etc., que se quiere transmitir con dramatismo en un momento determinado. Además nos permite con lógica y ubicación separar segmentos, tiempos y acción.³⁴

La música se clasifica en:

Música para identificación: En cualquier producción de radio se piensa que la primera opción para ser escuchados, es una buena característica musical

- Género.
- Ritmo.
- Instrumentación.

La música de identificación ofrece una idea global de lo que se va a presentar.

Este es el primer acercamiento del oyente al programa, la identificación es el fragmento de un tema musical que va al inicio y final de un programa y se denomina presentación y despedida.

Música de ambientación: Crea una atmósfera emocional, es parte de un ambiente a destacar.

Debe corresponder con lógica y ubicación:

- Al lugar
- Al escenario que estamos transmitiendo
- A momento dramático
- Al texto

Música de puntuación: Cuando en un programa se quiere hacer traslación de tiempo o de lugar, Semidio explica en su libro los siguientes elementos:

³⁴ Ibídem.

- **La cortina:** Es un fragmento musical de corta duración que separa escenas o bloques de programas, que puede ser escogida para cualquier instante de guión. No se puede dejar este recurso incompleto porque le quita sentido y le resta gusto.
- **Las ráfagas musicales:** Equivale a la representación más corta en tiempo y de espacio más cercano. Es un recurso de descanso cuando los parlamentos son continuos y el punto permite hilar entre oraciones e ideas.

La duración de una ráfaga es muy corta pero utiliza frases musicales de más movimientos de rapidez, de menos extensión, pero también utiliza frases completas. La ráfaga resalta estados de ánimo o refuerza escenas de tipo oral.³⁵

- **El puente:** es un elemento más rápido y puntual que la cortina y la ráfaga.

Música de Fondo: La música de fondo se ubica como parte de un formato en donde acompaña a la expresión de la palabra (poemas). El fondo musical se lo debe utilizar con medida y buen gusto. No es aconsejable poner música de fondo mientras no se justifique, ya que distraería al oyente. Estas también pueden ser cuñas.

Música de recreación: Se utiliza para el descanso y esparcimiento espiritual. Existen muchos géneros como popular, folclórico, romántica, etc.

1.3.2 El Silencio

Semidio plasma en su libro, que al hablar del lenguaje radiofónico casi nunca se incluye al silencio, sin embargo en la producción se la debe valorizar.

³⁵ Ibídem.

Clasificándole en:

- **Silencio absoluto:** Es el silencio de palabras y se indica dando pausa.

Según el instante dramático el silencio puede suplantar a la cortina.

- **Relativo:** Ilustra movimientos o estados anímicos como: ansiedad, angustia, jadeo, respiración.
- **Intermitencia:** Es la mínima separación que existe entre palabras.

Para empezar a sensibilizar el oído, buscar la medida, intensidad, oportunidad, duración de los sonidos y aplicar a la producción de la radio; se debe abrir la imaginación, ejercitando en el lugar donde uno se encuentre.

1.3.3 El Sonido

Efectos de Sonido

El efecto de sonido es el elemento representativo de lo cotidiano, la representación exacta de la realidad.

“El sonido tiene la capacidad de humanizar la acción, el mismo que le da realismo y se convierte en la vida de cualquier programa”.³⁶

Es una regla de casi todos los movimientos de la radio, que el sonido antecede a la acción.

Semidio de la Torre, en su libro “Producción Radiofónica”, clasifica los roles que cumple el sonido en el lenguaje radiofónico:

³⁶ Ibídem.

- **Rol ambiental o descriptivo:** Se cumple cuando el sonido acompaña una escena, es el complemento natural que permite visualizar un lugar.
- Va con la acción y con el diálogo de los protagonistas; además permite reconocer el escenario y sus características de lugar.
- **Rol protagónico o expresivo:** Se refiere a cuando tienen acción, sugieren, crean la atmósfera emocional y expresan la historia.
- **Rol complementario o narrativo:** Este tipo de sonido complementa el mensaje oral, lo concluye, le da una finalización con fuerza.
- El efecto de sonido completa la secuencia que pudo haber dicho el narrador.

Como auxiliares existe:

Sonido grabado:

En el mercado o en el archivo de la estación, se encontrará colecciones de sonido de todo tipo. Si los discos que tienen en su fonoteca son de buena calidad, es indudable que serán de gran utilidad en la producción, pero deben tener cuidado de que al utilizarlos estos correspondan a la realidad de la que se está hablando.

Sonidos en vivo:

Este cobra real dimensión cuando se logra en estudio o en exteriores, para acompañar la producción con perfección.

El continuo seguidor de la acción se llama contra-regla.

1.3.4 La Palabra

En la producción de radio, la palabra define el rol de cada persona que interviene en la misma.

La palabra hablada en nuestro medio ocupa el 90% de la expresión radiofónica.

“Al escribir para radio se debe tener un estilo claro, conciso, preciso y para mejor comprensión, sencillo, por lo mismo, es necesario el ahorro de palabras en la estructuración del mensaje”.³⁷

Define acciones y formas de decir, la palabra en radio es expresada por:

- Narrador
- Locutor
- Conductor
- Animador
- Actor
- Locutor Comercial

Sencillo

Se puede clasificar las palabras en tres tipos:

Lenguaje activo: Son las palabras que la gente usa en su vida diaria. Por ejemplo, dolor de barriga.

Lenguaje pasivo: Son las palabras que la gente entiende pero no usa frecuentemente. Por ejemplo, malestar estomacal.

³⁷ Ibídem.

Lenguaje dominante: Son las palabras que la gente ni usa ni entiende. Por ejemplo, complicaciones gástricas.

Lenguaje Claro y Directo

Claro: Es el hecho de no poner varias ideas en un mismo párrafo, es aconsejable hacer un párrafo de cada idea y no usar palabras difíciles de entender.

“Todo está en el tema y a qué público hablamos, se debe pensar siempre en el oyente al que se dirige el mensaje, de lo contrario el trabajo y el esfuerzo que implica realizar un programa de radio, no tendría validez”.³⁸

Directo

Lo mejor es hablar sin rodeos, en forma directa. Para esto no hay que olvidar la regla gramatical al construir una oración:

SUJETO – VERBO - PREDICADO

El estilo tiene que ser narrativo, los hechos se cuentan de forma sencilla, se busca la visión realista.

Para Semidio, los estilos que hay que tener en cuenta son:

Cortado, sencillo y coloquial

Cortado: Si escribe oraciones cortas, evita cansar al oyente, las palabras deben ser de pocas sílabas, se redondea la idea con el punto aparte.

³⁸ *Ibíd.*

Sencillo.- En la radio el destinatario es importante, por ello el productor debe cuidar de ubicarse con exactitud en su lugar.

Coloquial.- Se trata de establecer un diálogo, hablar a una sola persona, no hay que enfocarse en un público amplio.

Quando se escribe o habla a una sola persona siéntala, describa lo que conoce de ella y su entorno, parta de su experiencia para que encuentre la identificación que busca con su programa, de esta manera, puede confeccionar su diálogo, pensando en ella, antes que en usted.³⁹

Así como nos preocupamos del lenguaje por construir, hay otras formas que se encargan de destruirlo. Por eso es necesario conocer acerca del Ruido.

Los problemas que se generan en los elementos de la comunicación si se utilizan incorrectamente pueden ser los siguientes:

- El ruido es el primer enemigo de la comunicación y producción radial.
- Se lo define como la alteración que sufre un mensaje afectando a cada uno de los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación. EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR.
- Por su naturaleza se pueden dividir en:
 - **Ruidos Semánticos:** Aparecen cuando en la estructura del texto de un mensaje, no se conoce al público para el que se trabaja y por lo tanto no se conoce su código, su nivel cultural y su medio.

“Al utilizar la palabra, se harán presentes términos desconocidos, que carecen de significado para el receptor o que se pueden interpretar con varias connotaciones o acepciones”.⁴⁰

³⁹ Ibídem.

⁴⁰ Ibídem.

- **Ruidos de Influencia:** Se produce al procesar la información y se puede presentar en el emisor, mensaje o receptor. Puede pasar que en este caso se halle manipulación por falta de explicación, claridad en los contenidos o intención escondida de quién realiza el primer paso de la comunicación.
- **Ruidos Técnicos:** Es la interferencia que se produce en el equipo técnico con el que se elaboran los mensajes, el equipo de emisión y recepción. Se cuentan además los ruidos provocados por la mala utilización de los elementos del lenguaje como: música, sonido y silencios o el mal manejo del libreto en estudio.
- **Ruidos Estructurales:** Cuando por la importancia de la información no se trabaja en formato adecuado o no se ha dado la dimensión correcta según el momento histórico.
- **Ruido Fisiológico:** Son los defectos que se pueden encontrar en el receptor, sordera, distorsión, a pesar de que el programa sea normal.

1.4 LOS FORMATOS DE LA RADIO

La palabra FORMATO viene del vocablo latino “forma”. Los formatos son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos.

La radio se ha mostrado eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes.

“Existen varios factores que determinan los formatos como: la cantidad de elementos de lenguaje que se utiliza, tiempo de duración y sensibilidad artística para mezclar los elementos del lenguaje radiofónico”.⁴¹

⁴¹ KAPLÚN, Mario. Producción de Programas de Radio CIESPAL, Quipus Quito Ecuador 1999 p. 157

Es posible a través de la radio llevar a una reflexión sobre valores y actitudes, estimular el raciocinio, favorecer la formación de una conciencia crítica.

Walter Alves en su libro “Estrategias de los pequeños formatos”, nos indica los distintos formatos que se pueden utilizar para estos diferentes propósitos.

La Noticia: Los noticieros son el principal elemento de una programación que más credibilidad y respeto confiere una emisora de radio. Como en todos los formatos, la noticia debe ser ágil y concisa. Su claridad depende de sus bloques: introducción, desarrollo y conclusión.

Debe haber investigación exhaustiva de los hechos, contrastación de fuentes, variedad de las mismas, análisis de las versiones disponibles; el archivo que toda radio debe mantener para dar una visión más cercana y completa de un hecho. Es importante que la voz del noticiero suene con convicción.

El Comentario: Es esencial que el tema a abordar este vinculado con el aquí y el ahora, estar en conocimiento de la realidad actual a la que se va a referir.

“Debe ser suficiente para que el comunicador cumpla con uno de sus objetivos básicos: problematizar al público, ponerlo de cara a cuestiones fundamentales y apuntar al crecimiento de la conciencia social”.⁴²

El tiempo máximo que debe tener un comentario en radio es de 3 minutos. El abordaje del tema debe poseer fuerza para que motiven al oyente a seguir su desarrollo. El comentario se deriva de las noticias y escudriña el por qué de los hechos.

El Editorial: Mientras que el comentario es la opinión de un especialista, el editorial es la opinión de la institución. Su diferencia con el comentario es de seriedad, es institucional, mientras que el comentario es personal.

⁴² ALVES, Walter “Estrategia de los pequeños formatos” CIESPAL, Digraf Quito, Ecuador 1988 p. 81

La Charla: Ideal para tratar temas ya desgastados, una de ellas es la narración de una historia que permite contar un suceso con arte y sutileza. Toda charla debe empezar con una introducción que sea atrayente, para despertar la curiosidad del oyente, el lenguaje usado en la charla debe ser lo más descriptivo posible. El charlista no es necesariamente miembro permanente de una radio.

Alves dentro de este formato distingue tres variantes:

La charla expositiva: es la más corriente, alguien que habla por radio con el fin de divulgar conocimientos.

La charla creativa: es vivencial, debe establecer con el oyente una comunicación humana y suscitar en él una respuesta personal.

La charla testimonial: se habla en primera persona y comunica su propia experiencia directa.

La Entrevista: Existe la entrevista en vivo que quizás es la más difícil por limitaciones del tiempo y existe la entrevista grabada y después editada donde se usan los puntos altos del contexto. Se puede definir esquemáticamente como un diálogo basado en preguntas y respuestas.

La Rueda de Prensa: Vale más como información que el reportero apunta e ilustra con algunas frases como grabación.

Debate, Panel y Mesa Redonda: Son formatos que por naturales tienen duración más larga.

El debate como en la entrevista, el moderador se enfrenta a dos personajes que representan puntos de vista opuestos, el moderador debe estar bien informado sobre el asunto que se va a discutir. Debe mantener imparcialidad y debe ser duro cuando sea necesario y suave cuando el caso lo requiera.

El panel, se maneja por el acceso del oyente al programa a través de preguntas por teléfono. Los expertos pueden llegar a cinco, los interrogadores pueden ser hasta dos. El tema debe ser previamente explicado por el presentador a los participantes y a la audiencia. Terminando el programa radial cabe una recapitulación de las principales conclusiones.

La mesa redonda es una discusión informal del tema escogido, pueden participar de tres a cinco personas. Se debe evitar los discursos y el monopolio de la palabra por uno o más de los participantes, se limitan las respuestas a un número específico de minutos.

Vox Populi: Consiste en la compilación de pequeñas declaraciones de gente en la calle, en el campo, en oficinas, talleres, etc. Es la palabra del pueblo, sin adulteraciones. Puede ser una especie de encuesta sobre determinados asuntos. Su principal atractivo está en manera tan espontánea de la gente al momento de expresarse.

La Tertulia: Es un formato de larga duración, llevado por dos personas de preferencia una pareja, invitados al estudio a través de entrevistas pregrabadas. Es un show de variedades llevado con humor e intimidad. Dentro de la tertulia hay varias secciones según la audiencia a la cual esté dirigida el programa: hogar, moda, etc.

El "Talk Show": Es el programa de una personalidad. Tiene las mismas características de la tertulia a diferencia que es llevado por una sola persona. Puede durar una o dos horas, dependiendo de la competencia del presentador y el número de secciones e invitados.

El "Sketch": Diálogos cortos, cómicos que pueden ser insertados en cualquier momento de la programación, para burlarse inteligentemente de un problema, o para divertir al oyente.

El Programa Musical: Se comparte información relativa a la música disponible, sus autores o intérpretes, el país al que pertenece, el tipo de instrumento utilizado, el cantante y si es del caso el género (tango, samba, merengue, balada).

El Retrato Sonoro: Se trata de describir o contar, sin necesidad de usar narrador, un lugar o una historia determinada. Hay que lograr que los sonidos remplacen el papel que desempeñan las cámaras. Exige mayor conocimiento, práctica y experiencia de un trabajador radial.

“En este formato radial puede desarrollar ampliamente sus capacidades imaginativas y su poder de percepción”.⁴³

Informe Documentado: Consiste en el tratamiento de un tema, analizándolo desde distintos ángulos a su vez pueden emplearse los otros formatos de radio como la noticia, comentario, charla, entrevista, reportaje, mesa redonda, etc.

Existen dos tipos de informes: El narrado, en el que predomina el formato “charla” con ilustraciones, música, poesía, entrevistas. Y el dramatizado, en el que predominan las escenas dramáticas. No hay que olvidar que una narración dramatizada larga se torna aburrida para el oyente, la música y los efectos sonoros resultan invaluable.

El Reportaje: Contempla entrevistas, vox populi, sonidos locales, narración y descripción. El lenguaje visual juega aquí un papel fundamental.

El profesional que sale a la calle o a un evento para cubrir en vivo tiene que tener todos sus sentidos aguzadísimos, el reportero hace sus consideraciones iniciales, indica la importancia del evento, describe la muchedumbre, los individuos presentes. Las voces a su alrededor sube con entusiasmo.⁴⁴

⁴³ Ibídem. Pág. 92

⁴⁴ Ibídem. Pág. 87

Existen 3 modalidades de reportajes: la directa, en vivo; la editada sin narrador y la narrada.

El Radio periódico: Se reelaboran las noticias para dar a conocer los hechos, no es una simple lectura de lo que se dice en los diarios.

No solo brinda información, sino crónicas, análisis, comentarios de opinión, tiene su comentario editorial. Suele durar hasta una hora por su variedad de secciones y dinámica.

La Radio revista: Incluyen de preferencia notas sobre moda, belleza, recetas de cocina, horóscopo y curiosidades.

Utiliza en sus secciones diversos formatos como: entrevistas, crónicas, encuestas, charlas testimoniales, comentarios, y generalmente intercambia piezas musicales. Puede programarse una radio revista dirigida a una audiencia general, pero lo recomendable es destinar a un sector determinado. Por ejemplo una radio revista para la mujer o para los jóvenes.

El Misceláneo: Se basa en temas y secciones variadas, en este tipo de programa se trabaja con formatos pequeños sin poner tiempos de lo que le corresponde, noticia 30 segundos cada una, comentario 3 minutos, adaptación 5 a 6 minutos sin perder la línea informativa y de temática.

La Novela: Una novela con capítulos que desarrollan una obra larga y cuya base fundamental es el radio drama. “Es recomendable la utilización de un excelente narrador que la conduzca con arte”.⁴⁵

El Radio drama: En lugar de un locutor que narra una historia, los personajes de la historia se animan y hablan por sí mismos, en las voces de los actores que los encarnan.

⁴⁵ Ibídem. Pág. 96

La historia puede ser real o imaginaria. Si la obra suena a vida real, si se relaciona con situaciones, ambientes y hechos que son familiares al oyente; es más fácil mantener la atención que con cualquier otro formato.

La Radionovela se deriva del radio drama, es la clásica novela con una trama continuada, si se pierde algún capítulo es difícil reubicarse.

1.5 GUIÓN RADIOFÓNICO

Cada programa responde a un plan de trabajo diseñado y preparado previamente bajo un esquema que se conoce con el nombre de guión, al que se ciñen los productores y realizadores.

El guión se identifica con el libreto, es decir con la creación que ha sido elaborada previamente con la finalidad de producir un programa de cualquier naturaleza.

El guión constituye una pauta escrita o libreto cuyo contenido acontece en un programa.

El guión o libreto permite examinar con la debida anticipación el material que se va a ser convertido en programa.

En el proceso de producción, el guión o libreto puede tener modificaciones con el propósito de que el elaborado sea de mejor calidad. Hay que tener presente que un programa radiofónico procura incentivar la imaginación del oyente para que interprete a su gusto un hecho determinado.⁴⁶

Todo guión marca los pasos a realizar en la producción de un programa radiofónico, en la medida que contiene los detalles, los espacios, sonidos, párrafos, personajes etc., que forman parte del plan a realizarse.

⁴⁶ DE LA TORRE CADENA, Hugo. Manual de Producción para Radio. UTA año 2003

El guión radiofónico bien escrito y con todos los detalles permite elaborar programas que despiertan la imaginación del radioescucha, cuando el programa le describe hechos y circunstancias que le permiten imaginar situaciones y momentos a su gusto y entendimiento.

La riqueza del guión radiofónico, deja percibir al oyente, detalles que se van generando en su imaginación.

El libreto constituye un elemento indispensable para la radio y en él, se insertan en forma fiel todos los detalles que visualiza el autor. El libreto es la expresión escrita de la obra, en el se conjugan los elementos del lenguaje radial que solicita además una mezcla coherente de estos, para formar imágenes auditivas que transportan al oyente a un mundo de ensueño.⁴⁷

La originalidad está en la concepción del guión radiofónico, si el guión no es original, es por una adaptación simple, será una lectura ilustrada, con música o con efectos de una obra ajena.

No hay manifestación del saber humano que no pueda ser elevado a guión radiofónico con sencillez y claridad.

Muchas ocasiones, los autores de obras, procuran que producciones que han elaborado sean elevadas a la condición de guión radiofónico, donde adquieren una dimensión que contribuye a poner en valor a la obra original.

El aspecto fundamental en la elaboración de un guión para la producción radiofónica es que el libretista o productor, cuente con mayor cantidad de información posible, la que puede obtenerse de diferentes fuentes bibliográficas, entrevistas, conversaciones con especialistas o tomados de la vida misma de quienes se ha escogido como público receptor.

⁴⁷ Ibídem.

No es honesto dentro de la producción radial, hacer referencia a hechos que no se han constatado o que no se conocen, porque esto disminuye la credibilidad de los oyentes frente al programa.

1.5.1 El Esquema

Es el esqueleto que luego servirá de base para la edificación de una creación radial.

Según Semidio de la Torre, el libreto debe contener los siguientes aspectos:

Introducción.- El objetivo de entrada es motivacional, para atraer la atención, hay que enganchar al público para ser escuchado.

Desarrollo.- Es seguir un orden lógico de exposición de ideas con cronología, procurando que exista coherencia entre los diferentes hechos que se narran o describen. En el caso de los radiodramas no se debe olvidar realizar una esquematización de las escenas y su ubicación en ambiente.

Cierre.- Cuando existe una motivación inicial y un desarrollo lógico y atractivo del contenido, se puede decir que el oyente es llevado de la mano.

Conviene crear un ambiente favorable, para que los programas siguientes sean escuchados con el mismo interés, esto se consigue al planificar un cierre sugerente, en donde se pone de manifiesto en forma clara, la habilidad del productor.⁴⁸

1.5.2 Elaboración del Guión

El libreto de radio se escribe para decir y no para leer. En su elaboración hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

⁴⁸ Ibídem.

Redacción.- La construcción debe ser: clara, concisa, precisa, en base a los códigos comprensibles para el público escogido, que permita con claridad la traducción de las imágenes auditivas en imágenes visuales.

Lenguaje.- En la escritura debe utilizarse palabras fáciles de entender, oraciones cortas en extensión y cada idea debe corresponder a la presentación de un párrafo de texto.

“Es el oído el que se encarga de encontrar la imagen visual, no es conveniente el uso de oraciones subordinadas o metáforas”.⁴⁹

Escritura.- Se escribe conforme a las reglas de la construcción gramatical, usando siempre la voz activa y ordenando los elementos de la oración: SUJETO+VERBO+COMPLEMENTO.

Estilo.- La radio ofrece una sola oportunidad de escuchar el mensaje, su estilo debe ser cortado, sencillo y coloquial.

“El programa radial deber ser una conversación íntima con el oyente lograda a través de una identificación con el uso de un lenguaje cotidiano”.⁵⁰

Reiteración.- Es el desarrollo general de los programas, cada cierto tiempo deberá reiterarse la idea central por necesidad de transmisión de mensaje, no tiene nada que ver con una situación de repetición.

Dentro del proceso de la producción y con el fin de facilitar el trabajo radiofónico, los libretos se desarrollan en base a un formato establecido, que permite una lectura y seguimiento cómodo por parte de quienes participan en el programa.

⁴⁹ Ibídem.

⁵⁰ ALVES, Walter. Lenguaje Radiofónico: Estrategias de los pequeños formatos. Ecuador: CIESPAL, 1998. Pág. 40

En la elaboración del libreto, el autor Semidio de la Torre destaca los siguientes aspectos:

- a) Escribir en singular y en presente.
- b) Escribir pensando en el oyente o como si uno fuera él.
- c) Escribir en forma descriptiva de tal manera que lo que nosotros visualizamos sea interpretado por el oyente de la misma manera.
- d) En la descripción se apela a los órganos de los sentidos: ver, oler, tocar, gustar, oír. Se deben describir personajes concretos, reales, vivos y que partan de su experiencia, de su conocimiento.
- e) Como productor de un programa y al escribir un libreto, se deberá hacer conocer las posibilidades del estudio y control en donde se realizará la producción del programa.

1.5.2.1 Escritura del Libreto

De igual manera, De la Torre, menciona que para escribir un libreto, existen normas para su manejo:

- 1) Se escribe en papel periódico, es el material que menos ruido produce en el manejo de libreto. Ahora hay que tener cuidado en el manejo del papel bond que produce más ruido que el periódico.
- 2) La escritura es realizada a máquina, a doble espacio. Liberando márgenes izquierdo y derecho, que nos da la capacidad de poder escribir desde el filo izquierdo hasta el filo derecho.
- 3) Se escribe por un solo lado de la hoja.

- 4) Se enumeran todas las líneas en el margen izquierdo, esto ahorra tiempo en la producción. Cuando existen equivocaciones en la grabación, los números son una guía rápida para retomar el texto y continuar.

Esta numeración, al terminar una página continúa en la siguiente en seguimiento de la numeración, no se empieza de nuevo.

Tabla 1.2 Manejo del Libreto

Ejemplo 1. INCORRECTO	Ejemplo 2 CORRECTO
PAGINA 1 01 -Pág. 2 01	Pág. 1 01-Pág. 2 28
002	023
003	024
004	025
005	Continua para Pág. 2
006	026
007	027 etc.

Elaborada por: Semidio de la Torre

- 5) El texto se comienza a quince espacios contados desde el margen izquierdo. Ej.

001.....TEXTO.....

- 6) Se escribe de preferencia líneas de 14 o 15 cm de longitud. Apelando a la construcción de las oraciones SUJETO- VERBO- COMPLEMENTO.

- 7) Deje un margen superior derecho ancho.

- 8) En el margen derecho se pone el título, capítulo y número de página. Ejemplo.

EL AMOR CAP. 3 PÁG. 4

- 9)** Los nombres de los actores, locutor, narrador, y control se ponen a la izquierda, en el espacio entre la numeración de línea y el espacio de 15 para inicio de escritura de texto.

Ejemplo

005 ACTOR (APENADO) Es ahora que te necesito. !!!
 006 NARRADOR TEXTO).....

- 10)** La indicación de tipo técnica deberá estar subrayada desde el margen izquierdo hasta el margen derecho en forma completa.

CONTROL CORTINA (DISCO 36 LADO A CORTE 3 FADE IN) ENTRA,
 MANTIENE, BAJA Y DESAPARECE.

- 11)** La música que se va a utilizar se escribe en MAYÚSCULAS, entre paréntesis y subrayado.

CONTROL (MÚSICA HUAYANAY)

- 12)** Los efectos de sonido se escriben entre paréntesis y con mayúsculas, no se subrayan y pueden colocarse en medio de un parlamento para economizar una línea.

CONTROL (SONIDO DE CAMPO)
 005 MARIO No sé lo que pasa..... (PASOS NERVIOSOS).

- 13)** Las introducciones a los actores y narrador para ordenar la intensidad, fuerza dramática, cambio de tono, de plano, se ponen antes de empezar el texto y dentro de él en mayúsculas y entre paréntesis.

005 (IRRITADA)!!! Entiéndelo!!!.

especificaciones sean hechas en forma clara, precisa y de completo acuerdo con él.

21) Cuando se procede a la grabación en el estudio, ningún libreto deberá tener grapa o clip porque esto dificulta el manejo de las hojas y provoca ruido.

22) En las especificaciones para el técnico hay un código de palabras que son las que dan el movimiento a los elementos del lenguaje radiofónico y se tendrán que utilizar para explicitar cada acción. FADE IN, FADE OUT, ENTRA, SALE, SUBE, MANTIENE, BAF(baja a fondo) cross fade.

23) Es necesario que la utilización de discos de música o efectos, para la producción, sean señalados en el libreto técnico con toda claridad:

NOMBRE del Cd, NUMERO. TITULO.

LADO A o B si ES LP, CORTE O SURCO, 1, 2, 3, 4, 5, 6.

24) Si se utiliza algún efecto especial, indíquelo en el libreto para que el operador lo prepare y esté atento.

001 DIOS (CON ECO) Estoy aquí, junto a ti.....

25) Es posible que en la producción se pida determinado plano para lograr un sentido de realidad, un cambio de tono o un estado de ánimo, es necesario indicarlo en el guión.

Póngalo en mayúsculas y entre paréntesis sean para actores, música o sonido.

(T) (IRÓNICO) (FUERTE) (REMORDIDO) (GRITANDO)

PRIMER PLANO

- 26) Es necesario que en la realización de todo libreto se adjunte siempre una hoja descriptiva o técnica, que contenga todos los elementos de identificación e información necesaria para todo el equipo de producción.

Tabla 1.3 Hoja Técnica

SERIE	Así es mi pueblo
CAPITULO	Cuarto
AUTOR	Sammy de la Torre
PRODUCCIÓN	María Elena Rodríguez
DURACIÓN	Treinta minutos
PERSONAJES	Doña Juana, El tendero Juan
FECHA	20 de Noviembre año
HORA EMISIÓN	17 horas
ELENCO	Sonia Jiménez, Juan Araujo, Pedro Luna, Jacinto Liz
LIBRETISTA	Fernando Calderón
OPERADOR	José Rivas
DIRECCIÓN	Yolanda Benalcázar
LOCUTORES	Manuel Román, René Espín
NARRADOR	Germán Carvajal

Elaborada por: Hugo Semidio de la Torre

Estos datos son el resumen general de toda la obra en cuanto a forma, elaboración y datos de emisión. Es el ajuste final de las personas que han intervenido y sus papeles, en la construcción del programa de radio y que deberá ser la hoja #1 es decir, la presentación de la obra radial.

El importante desarrollo que ha logrado el periodismo radiofónico, ha dejado por fuera en muchas ocasiones el utilizar un guión para la transmisión de noticias. Hay una fuerte tendencia a limitar la utilización del guión radiofónico escrito, como lo demuestran la mayor parte de emisoras que confían en la capacidad profesional de locutores y realizadores para la emisión de programas.

Elaborado el guión o libreto radiofónico, pasa por un proceso de estudio y análisis por parte de directores, productores y realizadores, antes de llegar a la etapa de producción. Se buscarán los recursos humanos y técnicos aptos para la edición del guión, todo con el propósito de ajustar su contenido al objetivo que se quiere alcanzar. Terminando el guión, queda la alternativa de escuchar en su totalidad el programa editado, que puede ser modificado.

1.6 PROGRAMACIÓN RADIAL

La creación de programas, es el elemento fundamental para la buena marcha de la empresa. Se trata de:

Diseñar programas (productos), para el mercado (oyentes) con unos medios (sistema técnico) y unos equipos humanos (los distintos departamentos de una emisora), con una materia prima (la información, la opinión, el entretenimiento) y con las apariciones del diseño (creación de programas) para conseguir un producto diferenciado y enriquecido (la emisión o la programación).⁵¹

El programa es un conjunto de contenidos ordenados en torno a un título, con una duración determinada, con una estructura propia y un tratamiento narrativo concreto.

Se define por su contenido, por su estructura y por su alineación en la parrilla de programación.

1.- Elementos previos: Determinación del público, objetivo destinatario del producto, selección de contenidos, función en la parrilla de programación.

2.- Elementos actuantes: El conductor- Equipo humano (periodistas, técnicos, colaboradores, especialistas, corresponsales, invitados).

La producción- los materiales (la palabra dicha, la música, los apoyos sonoros, la publicidad).

⁵¹ MARTÍNEZ, María del Pilar y DIEZ, Ramón. La creación de programas: Lenguaje, géneros y programas de radio. España: EUNSA. s.f. Pág. 157.

Géneros a utilizar:

Estructuras, ritmos, tiempos.

La participación del oyente.

3.- Elementos Instrumentales: Guión textual y técnico, la realización, búsqueda de estilo y estética radiofónica.

Los requisitos que se deben tener en cuenta para la elaboración de un programa son:

- Presentación
- ¿Qué es Programar?
- Estructura de la Programación
- La Audiencia
- Factores del Éxito
- La Estrategia del Horario

La programación debe ser: Atractiva, interactiva, amena, relevante, exitosa y rentable.

Programar: Es un proceso que utiliza y combina productos de la experiencia para crear formas de comunicación expresión y de información.

“El proceso de programar es creativo y por tanto se lo considera un arte”.⁵²

Características de la Programación: Atractiva, compañera, ambientadora, Interactiva, balanceada, coherente, variada, orientadora, amena, relevante y rentable.

⁵² Ibídem. Pág. 158

Factores determinantes:

- La audiencia
- La filosofía del medio, dueños, directores.
- Categoría: comercial, pública, comunitaria
- Imagen: Identidad, credibilidad
- Competencia
- Personal
- Fonoteca
- Sentido radiofónico
- Planificación
 - Objetivos
 - Horarios
- Investigar - Evaluar

Factores Limitantes:

- Económico
- Técnico
- Personal capacitado / creativo
- El medio /competencia

Programación por Bloques

Tabla 1.4 Programación por bloques

FRANJA	HORARIO	CONTENIDO / AUDIENCIA
1	5:00 a.m. - 8:00 a.m.	Noticia para adultos (hombres y mujeres).
2	8:00 a.m. - 12:00 a.m.	Franja hogar para amas de casa.
3	12:00 p.m. - 2:00 p.m.	Noticias y humor. Audiencia adulta ambos sexos. Algunas estaciones pautan radionovelas.
4	2:00 p.m. - 6:00 p.m.	Franja hogar para amas de casa. Empiezan a dedicar más música para público infantil.
5	6:00 p.m. - 8:00 p.m.	Franja especializada en noticias para personas que regresan al hogar. También se toma en cuenta a la familia.

Elaborada por: Rosario Amable.

Tabla 1.5 Programación por Bloques 2

Nº	HORARIO	FRANJA	RANKING EN EL CONSUMO DE MEDIOS	RANKING GRUPOS DE CONSUMIDORES
1	5-7	Del al Ba	Radio- prensa	Visuales-auditivos
2	7-9	Del movimiento	Radio- prensa	Interactivos-visuales-auditivos
3	9-12	Productiva	Radio-prensa-TV	Interactivos-visuales-auditivos
4	12-14	Nutritiva	Prensa, TV, radio	Virtuales-interactivos visuales
5	14-17	Laboral	Radio- TV	Virtuales-visuales-auditivos
6	17-19	Del retorno	Radio, TV, prensa	Virtuales-interactivos-visuales
7	19-23	Hogareña	TV, prensa, radio	Interactivos-virtuales-visuales-auditivos
8	23 o más	Noctámbula	TV, radio	Interactivos-visuales

Elaborada por: Rosario Amable.

Radio para todos los públicos: Radio Total (formatos diversificados). Radio en bloques o de variedades.

La Audiencia: Toda programación es la resultante de una consulta con los públicos que están alrededor del medio, utilizando la encuesta y la entrevista.

La propuesta debe ser atractiva para la audiencia, captarla y hacer que se quiera escuchar el medio y sus mensajes; además debe ser interactiva y participativa; desde el mismo momento que se está concibiendo la programación, se deben analizar cuáles serán los contenidos más participativos, los espacios de diálogo, cómo se va a intercambiar con los interlocutores. En definitiva la programación debe ser amena.

“Si la organización interna y los equipos forman la contextura de la emisora, la programación es el rostro que aparece ante sus oyentes”.⁵³

El Público Objetivo: El público se fragmenta. En la actualidad, los publicistas segmentan el público de acuerdo con sus necesidades, siguiendo un enfoque psicográfico denominado VALS (Valores y estilos de vida).

La Segmentación: Según este enfoque existen cinco públicos de ciudadanos.

El integrado: Tradicionalista, conservador, precavido, conformista. Cree en Dios, en la patria y en la familia. Tiene una fuerte conciencia comunitaria y sentimiento de autosuficiencia. Es incapaz de sobrevivir sin una sociedad segura, estable y estructurada.

Los émulos: No saben bien cuál es su camino, son jóvenes, faltos de auto confianza, confusos y vulnerables. Buscan desesperadamente un lugar en el mundo de trabajo de los adultos. Harían cualquier cosa por acomodarse en su mundo.

Los émulos realizados: Son amantes del éxito y del buen gusto.

⁵³ AMABLE, Rosario. Programación para Radiodifusión: Desafíos de la radio en el nuevo milenio. Ecuador: Quipus CIESPAL, 2005. Pág. 115

Los realizados socio-conscientes: De la sociedad consumista, individualistas, preocupados por su paz interna, por su autovaloración y de la seguridad del medio ambiente. Amantes de los experimentos y amigos de aire libre. Prefieren realizarse más como personas que como profesionales.

Dirigidos por la necesidad: Son los supervivientes, los que apenas subsisten.

Muchos de ellos viven de la Seguridad Social o de la Beneficencia.

Factores para el éxito: El ingrediente local, buenos locutores, Consistencia: en calidad, en formato, en balance; participación, promoción, competencia y recursos.

El ingrediente local:

Devolver la realidad

Servicios al oyente: Hora, tiempo, tráfico, cine, economía, educación.

Buenos Locutores:

La estrella

Personal profesional:

- Creativo
- Dedicado
- Comunicativo

Consistencia:

Fidelidad

Línea de acción/coherencia

Audiencia conocida

Calidad/producción y material

Formatos diversificados

1.6.1 Técnicas de Programación

Las técnicas son: Horarios, públicos, formatos, contenidos, participación, variedad, profesionalismo.

El nombre o título del programa: Debe responder a su contenido, ser corto y fácil de memorizar para lograr que en la mente de los oyentes se vaya creando un audio-tipo que con sólo su enunciación se predispongan a escuchar lo que desean.

La presentación del programa: De su manera de presentarlo, depende que se cautive la atención del oyente y se quede en espera de cosas que de entrada le llamen la atención. Si no se capta la atención en los primeros treinta segundos, es muy posible que se pierda la audiencia.

El cuerpo del Programa: Debe tener variedad y amenidad necesaria para mantener la atención y el interés. Ser breve, concreto y tratar los temas desde los diferentes ángulos. Cada tema no debe tener una duración mayor a cinco minutos.

El respaldo de lo que se dice, son cortos testimonios a nuestras palabras, le da más fuerza y veracidad. Por ello el buen uso de las entrevistas y los reportajes, sin abusar de las mismas, es buen ingrediente de autenticidad y matiz.⁵⁴

Las voces que se escojan para el programa son importantes, ya que esto es parte de la conquista del oyente.

El uso de la música y los efectos especiales son el decorado del programa y con estos recursos se logran verdaderos impactos sonoros.

⁵⁴ GARCÍA, Jimmy. Elaboración de Programas: La radio por dentro y por fuera. Ecuador: Andalucía, 1980 Pág. 305

Al ser humano le gusta ser el centro de atención, sentirse en forma directa o indirecta importante de tenerse en cuenta.

En el momento que se esté escribiendo se debe visualizar y pensar en ese alguien al cual se está dirigiendo.

Los temas deben ir hilvanados, sin cambios bruscos de una idea a otra y sin distorsiones del sonido o interpretación que distraigan el enfoque principal.

Cuando se está escribiendo para radio es importante ir leyendo cada frase, cada concepto en voz alta para tomar conciencia de cómo suena y si tiene la fuerza necesaria, la sencillez, la facilidad de comprensión y la claridad que se requieren.

Es importante ensayar el libreto antes de pasarlo al aire o grabarlo, ya que se podría hacer las acotaciones necesarias para una mejor interpretación.

Es necesario, conservar siempre de cada programa un libreto para el archivo, esto nos permite en cualquier momento remitirse a él, ya sea para consultar algo que se dijo anteriormente o para hacer referencia a un determinado dato y citar la fecha y número de programa.

Es bueno numerar los programas para llevar un orden cronológico.

Todo programa lleva una carga ideológica, y constituye un factor educativo ya que sea cual fuere su contenido, contribuye a la formación de valores y de pautas de comportamiento.

La radio debe hablarle a la audiencia de su vida cotidiana, de sus necesidades, de sus esperanzas, sus angustias. “Si no tenemos una programación relevante, para qué tenemos una radio”.⁵⁵

⁵⁵ Op. Cit., Pág. 116

Hay que ser creativo para lograr una programación exitosa que además brinde réditos económicos.

Principios que debe tener una programación:

- El punto de partida de toda programación es siempre la realidad concreta en la que se encuentra el oyente, el conocimiento de esta realidad le permitirá a la radio tener identidad propia y generar una programación diferente, balanceada, variada, coherente y familiar.
- La investigación es de vital importancia para la radiodifusión.
- Un buen equipo de programación debe contar con el asesoramiento de psicólogos, sociólogos, para saber qué programar a qué hora colocar los programas, para qué público y con cuál formato.
- Decidir el perfil de la audiencia y el segmento de la población con la cual queremos trabajar para que se pueda dar una mayor participación en la programación, devolver al público su derecho a expresarse, respaldar a las instituciones y defender intereses.
- Es importante definir hacia dónde vamos, definir la oferta y que es lo que se va a ofrecer, cuáles son los productos y programas, también es necesario conocer el mercado en que se desenvuelven las otras emisoras con las que se va a competir y a interactuar.
- En la sociedad actual, los consumidores de medios no quieren sólo contenidos y productos, demandan estilos, formas personales de comunicar, estrellas de la radio.

Definidos estos parámetros, la emisora proyecta su programación, el diagnóstico de la realidad es apreciado con la visión del personal profesional de

la radio y de ahí surge la línea ideológica que enmarca toda actividad de la radio, de la emisora y los contenidos del programa.

Otro elemento básico en la programación es la realidad sobre la vida cotidiana de su audiencia, ya que da una opción clara y definida.

Los noticieros, la música, los mensajes de reflexión, el análisis, los espacios de los niños y de participación popular tendrán su momento específico dentro de la programación, fijado a base de nuestro conocimiento del perfil de la audiencia.⁵⁶

Mantener la coherencia en los programas es fundamental, especialmente cuando se trata de contenidos sociales, educativos e incluso religiosos. Ejemplo: Se difunde programas en contra del alcohol o el cigarrillo y luego pasan cuñas comerciales promocionando marcas de licor o cigarrillos.

1.6.2 Cuestionario para la Construcción de un Programa

Siempre hay que cuestionarse preguntas para la elaboración de un programa ya que es necesario visualizar el porqué y el objetivo que tiene la programación para la audiencia.

1. Fundamentos del Programa:

- ¿Por qué hay que hacer este programa?
- ¿A quién va dirigido este programa?
- ¿Qué formato radiofónico se va a emplear?
- ¿Con qué duración y periodicidad?
- ¿Qué contenidos utilizará?

⁵⁶ MARTÍNEZ, María del Pilar y DIEZ, Ramón. La creación de programas: Lenguaje, géneros y programas de radio. España: EUNSA. s.f. Pág. 168

2. Realización del programa:

¿Quiénes harán el programa?

¿Qué funciones se distribuirán al equipo humano (redacción, locución, producción, técnica)?

¿Qué perfil tendrá el locutor?

¿Qué papel desempeñará la música?

¿Cómo se puntuará la publicidad?

¿Qué tipo de estructura definiremos?

¿Qué papel tendrá el programa en la parrilla de programación?

Es así como se puede lograr la realización de un programa radial, para satisfacer a las necesidades del oyente.

CAPÍTULO II

2 CORRIENTES COMUNICATIVAS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

Las radios han pasado a llamarse educativas, populares, libres, alternativas, asociativas, participativas, comunitarias, ciudadanas, de acuerdo a los modos de organización y a las respuestas sociales que correspondieron en cada tiempo.

Se puede decir que las primeras experiencias de radio comunitaria se iniciaron en América Latina hace casi medio siglo, y durante muchos años los pueblos indígenas, sindicatos, universidades, iglesias, sectores privados y Estados combinaron sus esfuerzos, así bajo diferentes filosofías de trabajo o de compromiso han hecho de la radio la región más dinámica y diversa del mundo. El rasgo característico de una radio comunitaria es la naturaleza participativa, de integración y apuntalamiento a lo local basándose sus relaciones entre ésta y la comunidad.

La mayoría de las radioemisoras, ya sea comunitarias o de otro tipo, participan de alguna manera en la vida de sus oyentes anunciando sus noticias y eventos, difundiendo su música y reflejando su cultura.

La radio es denominada de muchas maneras. Se la conoció como radio popular o educativa en América Latina, radio rural o local en África, radio pública en Australia o radio libre o Asociativa en Europa. Todos estos nombres describen el mismo fenómeno, el conseguir hacerse oír y democratizar la comunicación a escala comunitaria.

2.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA

El autor Carlos Camacho, menciona que en Ecuador las radios y televisoras comunitarias y populares se convierten en espacios de participación ciudadana donde se espera que se expresen todas las voces y se defiendan la diversidad de idiomas y culturas.

La defensa de los derechos humanos, el respeto a la identidad étnica, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes, la protección de la niñez y la tercera edad, la educación y la salud, la denuncia de la corrupción, así como la integración regional, construyen prioridades de nuestro quehacer comunicacional.

La radio comunitaria crea ciudadanía y se define por la comunidad de intereses compartidos y por los objetivos políticos, culturales, comunicacionales y empresariales coherentes con los mismos.

Muchas de estas radios están organizadas a nivel nacional con el fin de apoyarse mutuamente, generar espacios de reflexión, intercambio de experiencias y redes desde las cuáles generar servicios útiles para todos.

En la práctica, el concepto de radio comunitaria y su movimiento tiene la connotación de lo pequeño, de lo local o, inclusive, de la micro-regional. Pero está también el hecho histórico del surgimiento y el enorme crecimiento de radios pequeñas en prácticamente todos los países del continente.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), se construyó desde un principio en el lugar de encuentro y de apoyo institucional y político de estas radios que se autodenominan 'comunitarias' y lucharon por conseguir frecuencias, aunque para una mínima cobertura.

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

- Lógica de Rentabilidad Económica
- Lógica de Rentabilidad Política
- Lógica de Rentabilidad en el desarrollo de lo Sociocultural.

De esta manera se define la radio comunitaria:

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende 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 homogeneización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando las palabras de todos vuelan sin discriminaciones ni censuras... esa es una radio comunitaria.⁵⁷

El movimiento de radios comunitarias se compromete en cuatro líneas de acción concretas:

- Contribuir al desarrollo
- Ampliar la democracia
- Defender los derechos humanos
- Proteger la diversidad cultural.

Las radios comunitarias asumen la responsabilidad social y cultural de todo medio de comunicación, y deben orientar su programación al servicio y desarrollo de las comunidades a partir de las características y prioridades de cada una de estas.

Objetivos de las Radios Comunitarias

En un análisis realizado por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y el radialista José Ignacio López Vigil, se destacan los principales objetivos de una radio comunitaria:

⁵⁷ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?, Chasqui # 52, Quito, 1995. Pág. 51-54

Contribuir al desarrollo.- Se comprende a la comunicación y su papel en la sociedad como un espacio de diálogo, de interacción entre sujetos y no como una labor meramente técnica o de difusión. Es importante la motivación a los proyectos de desarrollo rescatando el protagonismo de los ciudadanos desde sus factores culturales como costumbres, prejuicios, estados de ánimo, voluntades, sensibilidades, etc.

Ampliar la democracia.-

“Las radios comunitarias deben asumirse como “parlamentos al aire libre”, como “ágoras de ciudadanía” donde se ejerzan permanentemente mecanismos de participación y fiscalización por parte de la población”⁵⁸

Defender los Derechos Humanos.- Donde se deben constituir como tribunales para defender el cumplimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Proteger la diversidad cultural.- Las radios comunitarias en general, se constituyen en reserva de valores propios, que promueven el derecho a ser diferentes por medio de los idiomas, medicina natural, música, fiestas tradicionales y otras manifestaciones culturales propias de cada país.

Los autores Villamayor y Lamas corroboran las aseveraciones de López Vigil, al apuntar que las radios populares o “comunitarias” y “ciudadanas” como ellos las denominan, son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia.

⁵⁸ CAMACHO, Carlos. Compromisos estratégicos de las radios populares: Las radios populares en la construcción de ciudadanía. La Paz: Amaru, 2007. Pág. 108

2.2 ¿QUIÉNES FINANCIAN LAS RADIOS COMUNITARIAS?

El tercer sector se define como el ámbito no lucrativo de la sociedad civil, bajo una condición impuesta por el sector privado.

Está compuesto por organizaciones localizadas fuera del aparato formal del Estado que no tienen como razón última la acumulación de beneficios económicos, sino que ponen los recursos económicos obtenidos al servicio del logro de sus objetivos políticos, culturales y sociales.⁵⁹

Las radios comunitarias se ubican prioritariamente en el tercer sector, estas pertenecen a grupos o instituciones sociales ligadas al quehacer de los sectores y sus tareas son desarrolladas de acuerdo a las condiciones de operación pactadas con la comunidad y sus componentes de producción del medio.

En el espacio que llamamos tercer sector de carácter no lucrativo podemos reconocer a las asociaciones de servicios a terceros, de auto beneficio, educativas, religiosas, políticas, sindicales y organismos no gubernamentales ONG's.⁶⁰

“No lucrativo” quiere decir que no se privatizan las utilidades, los recursos que generan pertenecen a las organizaciones y se destinan a su reinversión para su desarrollo, es decir, al cumplimiento de sus objetivos.

Lo deseable es que en el sector no lucrativo todas las instituciones sean rentables, pero bajo la perspectiva de no acumulación. Se hace sostenible por la proyección que tiene como medio.

Las radios comunitarias deben generar los recursos necesarios para desarrollar de manera adecuada sus objetivos, se trata de recursos de reinversión destinados a usos públicos.

⁵⁹ LAMAS, Ernesto y VILLAMAYOR, Claudia. Radio, ciudadanía y tercer sector: Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Quito: Artes Gráficas Silva, 1998. Pág. 214

⁶⁰ Ibídem. Pág. 221

Las radios comerciales viven casi exclusivamente de la publicidad o de espacios vendidos, las fuentes de financiamiento de las radios populares son también diversas. Las tres fuentes tradicionales son:

- La ayuda de agencias de cooperación internacional
- Los convenios con entidades públicas.
- Autofinanciamiento con productos que pueden ser difundidos.

Las radios comunitarias se definen como medios de comunicación que asumen un lugar en la construcción democrática en relación con los demás actores sociales.

Es así que es un ámbito para el ejercicio de la ciudadanía como en su forma de organización ciudadana, autogestionaria y autónoma, expresión de intereses colectivos político-culturales en el marco de un proyecto comunicacional, en el cual un grupo de personas hace uso de sus derechos a la comunicación y a la expresión.⁶¹

2.3 LA VINCULACIÓN DE LAS RADIOS CON SU PÚBLICO

Un productor de Radio Latacunga en Ecuador lo dice así:

“No conocemos en profundidad a nuestro público. Tenemos solo intuiciones. Sabemos que tienen problemas, pero no sabemos exactamente qué. Sabemos que los sueños y el imaginario de nuestra gente ha cambiado”.

Las radios que mantienen una buena vinculación con actores sociales y que manejan mucha información sobre la realidad regional o nacional son las más aventajadas.

“En las coordinadoras nacionales y continentales tampoco existe una cultura del estudio. Generalmente las coordinadoras nacionales organizan por lo menos una vez al año una actualización de la realidad nacional”.⁶²

⁶¹ Op. Cit

⁶² Op. Cit., “ La razón de ser de las radios populares” Pág. 70

Tipos de Públicos de las Radios Comunitarias

En la gran mayoría de las radios comunitarias se mantiene la opción preferencial por los pobres que durante tantos años marcaron este movimiento. Se habla de los pobres y marginados del campo y de los barrios de las ciudades, campesinos, mineros, fabriles, indígenas, amas de casa, jóvenes, migrantes.

Las radios con una opción de público muy clara, son las radios indígenas; todas las radios que transmiten en lengua indígena y se identifican con los intereses de su gente, logran una alta respuesta de sintonía con el sector por pertenencia. La población indígena reconoce a estas radios como suyas.

2.4 GESTIÓN DE LA RADIO COMUNITARIA

Gestión es la forma a través de la cual un grupo de personas establecen objetivos comunes, que organizan, articulan, y proyectan la fuerza, los recursos humanos, técnicos y económicos.

Es el resultado de una decisión común y compartida de la organización que se transforma en una institución cuando, por decisión propia o por las circunstancias, adquiere formas jurídicas destinadas a expresar de manera legítima sus relaciones de poder y la toma de sus decisiones.

Las formas jurídicas de nuestras radios comunitarias y ciudadanas intentan organizarse en medio de las limitaciones que impone sistemas legales que no comparten el mismo horizonte conceptual e ideológico desde la perspectiva del ejercicio de los derechos ciudadanos y del derecho a la comunicación.⁶³

Nuestras radios comunitarias, han apuntado a que cada persona se sienta “parte” de un grupo, de un colectivo de trabajo y de una idea que permita dar salida a su problemática.

⁶³ LAMAS, Ernesto y VILLAMAYOR, Claudia. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Quito: Artes Gráficas Silva, 1998

Así como la radio se hace y se construye desde el grupo de compañeros que trabajan día a día en ella, también va tomando forma a partir de sus múltiples relaciones con 'el afuera'. Es decir, los modos que la radio tiene de relacionarse con la comunidad, con la audiencia, con las organizaciones sociales, con el Estado, con otras empresas.

Por este motivo, cada radio es de alguna manera, única e irrepetible en el tiempo y en la historia.

La gestión en la radio comunitaria es un proceso de construcción colectiva desde las identidades, las experiencias y habilidades de quienes allí participan. Para esto es necesario el diagnóstico, que se define al ver, conocer o reconocer, para poder comprender las causas de la situación que se vive en la comunidad.

El comunicador, Daniel Pietro Castillo se refiere al diagnóstico participativo diciendo:

“La gente (sea de una institución o de una comunidad en general) reconoce su situación, selecciona problemas, se organiza para buscar datos, analiza, saca conclusiones, ejerce en todo momento su poder de decisión, está al tanto de lo que hacen los demás, ofrece su esfuerzo y su experiencia para llevar adelante una labor común”

La clave es un trabajo comunitario, solidario y a la vez crítico, que se cuestionador con la vocación de la transformación social.

Es expresión de las búsquedas de los trabajadores comunitarios del continente que quieren construir, a través de redes solidarias, una comunicación democrática capaz de respetar la pluralidad de voces y el ejercicio de sus derechos ciudadanos.

2.5 LAS RADIOS COMUNITARIAS EN AMÉRICA LATINA

Existen en América Latina 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.

En nuestra realidad, el fenómeno de la radio en el campo privado quedan reducidas a la libertad de empresa, que no atiende a los intereses de grandes sectores de la sociedad que por el mismo motivo, se ven privados del ejercicio efectivo del derecho a la comunicación.

En nuestra región, existe lugares en los que la radio es el único medio de comunicación con el que cuenta la comunidad, la radio se ubica cerca de las necesidades de la ciudadanía, refleja y ayuda a construir las identidades, habla las lenguas locales. En circunstancias como estas, la radio asume el papel de los medios ausentes y se convierte en un servicio y en una herramienta comunitaria imprescindible.

Una radio comunitaria se define como ciudadana en la medida que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de derechos ciudadanos. Esto es válido para las zonas urbanas, suburbanas y rurales.

Se identifican por sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos. Las radios comunitarias constituyen una alternativa. Son junto a otros medios ciudadanos la esperanza de la sociedad civil de tener voz pública y de contar con medios que expresen y acompañen transformaciones reales.⁶⁴

2.5.1 Democratización de la Palabra

Los mensajes emitidos desde el sistema de medios impactan de manera decisiva en la vida cotidiana de las personas y de las comunidades. Las radios

⁶⁴ Op. Cit., Pág. 218

comunitarias están insertas en un contexto político, económico, cultural y mediático.

La democracia necesita de pluralidad de medios y pluralidad de voces. Los medios comunitarios son espacios de participación ciudadana donde se expresan todas las voces, se defiende la diversidad cultural y se muestran las desigualdades.

Se trabaja para que la libertad de expresión no sea sinónimo de la libertad de las empresas propietarias de los medios. La radio comunitaria hace posible el acceso al espacio público de aquellos que la gestionan pero también de los integrantes de la comunidad a la que pertenece.

Es un objetivo de nuestras radios convertir a los invisibles en visibles, en audibles. Se trata de otorgar voz pública, de abrir espacio de expresión y de multiplicarlo para colaborar a la construcción de una historia verdaderamente colectiva, que incluya los grandes relatos pero que al mismo tiempo, sume versiones multiplicando las voces.⁶⁵

La radio comunitaria se constituye en un lugar que facilita mecanismos y herramientas, al mismo tiempo que impulsa la creatividad para la construcción de alternativas.

2.6 DESAFÍOS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

De mediadoras a movilizadoras: Al decir que el medio no es un instrumento sino un sitio de encuentro comunicacional, nace el concepto de mediaciones.

Como ejemplo: La radio Marañón en la cual se ve lo que es movilización social.

⁶⁵ LAMAS, Ernesto y VILLAMAYOR, Claudia. Democratizar la palabra pública: Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Quito: Artes Gráficas Silva, 1998. Pág. 226

“Esta emisora trabaja totalmente con su audiencia en proyectos de conservación, medio ambiente, ecología, pero no señalando lo que se quiere hacer desde el micrófono sino metiendo el hombro”.⁶⁶

Esta radio moviliza 450 promotores de salud, 54 ingenieros, 144 técnicos agrícolas, 80 personas de comunicación para el desarrollo, etc. Las ideas nacen del propio pueblo, a través de las personas que están todos los días con los campesinos, los jóvenes, etc.

Otras ideas surgen del personal de la emisora, buscando implementar técnicas agrícolas baratas y respetuosas con el ambiente, mejorar la productividad de los cultivos para mejorar los recursos económicos y la salud de las familias, en suma busca el bienestar de la gente. Así la radio se convierte en un actor social, que sale a la calle pone los micrófonos, busca estar en los mayores sitios posibles y trata de escuchar a la población para ofrecer una programación de utilidad.

Los resultados de los proyectos se convierten en programas radiales y toda la población se informa de lo que beneficia. En este siglo, la radio no debería valorarse por el rating, sino por su capacidad de movilización social, en función de proyectos de beneficio comunitario y ciudadano.

Lo local dentro de lo global: La localidad debe verse a sí misma, en vez de ver realidades ajenas. En este sentido la radio debe ser un actor social que en cada localidad contribuya al fortalecimiento económico y político de las comunidades, partiendo de las distintas formas culturales de entender y expresar la vida.

⁶⁶ LÓPEZ, José Fernando. Retos de la radio en la actualidad: Desafíos de la radio en el nuevo milenio. Quito: “QUIPUS” CIESPAL, 2003. Pág. 37

Problemas presentes en las Radios Comunitarias

Según Rosario Amable y Antonio Cabezas en su libro *La Emisora Popular*, los problemas que se hacen presentes son:

La tecnificación del medio: Las comunidades indígenas, todos los días se pasean por el dial de sus receptores buscando la frecuencia prometida. Se han dado cursos especializados a reporteros populares y líderes comunitarios para que usen el medio. Pero ese medio se resiste a salir, por falta de la tecnología necesaria.

Falta de profesionalización: La mayoría de componentes de la radio no están capacitados, ni han tenido la formación suficiente para la operación del medio. Es por ello, que es necesario tener una visión clara de lo que significa tener un medio y los requerimientos que este tiene.

2.7 PROGRAMACIÓN E INFORMACIÓN

La mujer, el medio ambiente, la democracia y la participación ciudadana, es la programación más adaptada según una investigación de radios comunitarias realizada por CIESPAL; luego están otros ejes como: desarrollo local y producción, derechos humanos, y cultura propia. Otros temas que aparecen en varios países son: religión y valores evangélicos, salud, educación, derechos de los jóvenes, valores de la familia.

En general en las radios populares los programas informativos son considerados estratégicos. En varios países existen redes informativas nacionales que a su vez estimulan el trabajo informativo local.

Las radios deben tomar en cuenta que la mayoría de los oyentes de la radio popular no tiene gran interés en la noticia internacional. Hace falta organizar programas de motivación, de vinculación y de traducción. Las radios deben buscar la forma de distribuir estas noticias. Es por eso que se debería crear un banco de producciones radiofónicas, partiendo de las mejores producciones de cada emisora. Luego se pueden socializar los productos radiofónicos más

competitivos e intercambiar guiones, series, catálogos y otros insumos. También se podría hacer programas colectivos.⁶⁷

En sí, en una radio comunitaria, la comunidad es la que se vuelve emisora, debe decidir su programación, los ciudadanos llegan a participar de los efectos comunicacionales que ellos mismos producen, los ciudadanos deben convertirse en dueños legítimos del medio para que se vuelvan participes en el quehacer diario, a través de organizaciones ciudadanas, de entidades representativas en la sociedad civil.

Según la declaración de radio apasionados y televisionarios que se dictó en el año 1995, las prioridades en el quehacer comunicacional son los derechos humanos, la identidad étnica, el medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes, la protección de niños y ancianos, educación, salud, denuncia de la corrupción, integración regional, igualdad de género, todos estos temas deben ser incorporados al trabajo y a la preocupación de las radios comunitarias y ciudadanas.

2.7.1 Producción Radiofónica Comunitaria

Los formatos más utilizados son:

- Cuñas educativas 74%
- Radio Revistas 60%
- Microprogramas 54%
- Informativos 40%
- Programas Educativos 40%
- Radioteatro y novelas 34%

⁶⁷ GEERTS Andrea y VAN OEYEN, Víctor. La articulación de lo local, lo nacional y lo latinoamericano: La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia. Quito: Efecto Grafico, 2001. Pág. 218

Anteriormente el producto típico de los centros de producción estaba en los géneros dramáticos (radioteatro y novelas) y la radio-revista. Hoy el rubro dramático está en quinto lugar con un 34%. La radio-revista, otra producción clásica, se mantiene todavía con un 60% en segundo lugar. Mientras tanto se ve claramente cómo va creciendo la producción de los formatos cortos (cuñas con 74% y microprogramas con 54%).⁶⁸

En muchos casos se trata de reportajes desde la vida real. Cada vez más los centros trabajan desde la cotidianidad fuera del estudio y con más participación de su público.

Los principales clientes de los centros de producción, en el sentido de instituciones que encargan las producciones, son las ONG's (64%), las instituciones estatales y las organizaciones de base (47%), y solo en cuarto lugar las radioemisoras populares, comunitarias y religiosas con el (42%).

Una radio ciudadana tiene que incluir programas que permitan poner en evidencia la vida cotidiana de los vecinos, sus formas de organización, sus celebraciones y sus problemas, sus necesidades y sus demandas. Pero al mismo tiempo, en la programación deberían quedar en evidencia la pluralidad de propuestas existentes, las diferentes opciones políticas en juego a través de propuestas y estéticas distintas. Los mismos contenidos los expresan de una manera los jóvenes y de otra las personas de la tercera edad.

“La radio construye también la relación con la audiencia dejando en claro su identidad a través de toda su programación”.⁶⁹

2.8 COORDINADORA DE RADIOS POPULARES

Las observaciones que se dieron acerca de las radios populares se aplican a grandes líneas, también a las coordinadoras y asociaciones nacionales. En general se construyen vinculaciones estratégicas con actores sociales en

⁶⁸ Ibídem. Pág. 224

⁶⁹ LAMAS, Ernesto y VILLAMAYOR, Claudia. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Quito: Artes Gráficas Silva, 1998

función de la búsqueda de un proyecto nacional. Hay coordinadoras que demuestran que si es posible y que esta estrategia es reconocida y apreciada por los mismos actores.

La CNR en Perú ha establecido alianzas de trabajo con 8 instituciones y organizaciones públicas y sociales alrededor de temas como 'educación política, derechos humanos, salud, evangelización y otros'. Además, forma parte de varias redes nacionales: economía solidaria, de políticas de salud, contra el hambre, y la red ecológica.⁷⁰

La Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), ha establecido una relación de trabajo con distintos actores estatales y de la sociedad civil, especialmente con el movimiento indígena a quienes se les ofrece un espacio semanal en los informativos de la Coordinadora.

También participan con otras instituciones de comunicación alternativa en un espacio llamado "Altermedios".

El grueso del relacionamiento de las coordinadoras con la sociedad civil no rebasa la cobertura periodística (donde hay informativos nacionales) y una relación utilitaria. Esta última puede ser de dos tipos: El apoyo económico mediante la venta de espacios, la búsqueda de publicidad o el co-financiamiento. Y apoyo político, especialmente en la lucha de las radios comunitarias por la legalidad.⁷¹

En varios países, las coordinadoras o asociaciones no tienen política clara de relacionamiento con los otros actores de la sociedad civil. Parecen no ver la importancia de su presencia pública.

La Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), proporciona información satelital a diferentes comunidades, crea espacios de comunicación para los sectores excluidos de los grandes medios, difunde de manera objetiva e inmediata la información generada en dichos sectores y en toda la sociedad ecuatoriana, orienta a hombres, mujeres, niños, ancianos y adolescentes sin discriminación alguna sobre temas sociales, políticos,

⁷⁰ Op. Cit., Pág. 101

⁷¹ Op. Cit., "La Razón de ser de las radios populares" Pág.102

económicos, capacita y asesora a los colaboradores de las radios afiliadas en aspectos técnicos y de producción periodística e impulsa acciones democráticas y participativas con: las emisoras afiliadas, los actores sociales, las organizaciones de defensa de los valores con los cuales se identifica.

2.8.1 Coordinadoras Nacionales

Algunas asociaciones tienen un mayor grado de consolidación: cuentan con una secretaría ejecutiva y con un presupuesto propio. Éstas se llaman coordinadoras nacionales. Algunas de éstas son históricas, otras de reciente formación. Todas ellas nacieron con un único propósito, el de prestar servicios a sus asociados y así fortalecer a sus proyectos.

También en las coordinadoras nacionales está el énfasis en 'servicios' es más frecuente que un proyecto conjunto de las asociadas. En teoría se asume la necesidad de construir un proyecto conjunto, pero en la práctica las afiliadas siguen relacionándose con la secretaria como prestadora de servicios.⁷²

Existen seis coordinadoras nacionales en Latinoamérica que son:

- FGR (Federación Guatemalteca de Educación Radiofónica).
- ERBOL (Educación Radiofónica de Bolivia).
- CNR (Coordinadora Nacional de Radio Perú).
- UDECA (Unión Dominicana de Emisores Católicos).
- CORAPE (Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador).
- ARPAS (Asociación de Radios y Programas Participativos de el Salvador).

La sostenibilidad de las coordinadoras, se debe al apoyo por parte de las agencias de cooperación. Pero la tendencia va también hacia una mayor sostenibilidad basada en los ingresos locales. A las coordinadoras les cuesta también discernir entre las demandas del proyecto propio y las ofertas de la cooperación internacional.

⁷² Op. Cit., pág. 192

ARPAS, CORAPE, ERBOL, FGER y UDECA tienen cada una su departamento de mercadeo. En cada una se está gestionando con mayor o menor éxito la publicidad nacional.

A las coordinadoras les cuesta conciliar los intereses de las afiliadas. Los radios grandes prefieren muchas veces negociar directamente con las agencias publicitarias o las casas comerciales en vez de conseguir la cuota de la publicidad que la coordinadora distribuye entre todas.

2.9 COORDINADORA DE RADIO POPULAR EDUCATIVA DEL ECUADOR (CORAPE)

La CORAPE fue fundada en 1988, agrupa a alrededor de 52 radios y centros de producción radiofónica. Desde su inicio recibió un fuerte apoyo de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) con todo lo que es capacitación, asesoramiento y respaldo público.

Cuenta actualmente con 30 radios afiliadas y 10 adherentes. Se identifica con las organizaciones sociales en la búsqueda de la Democratización de la Sociedad.

Su acción se desenvuelve bajo una filosofía de respeto a los derechos humanos, a la equidad de género, a la pluriculturalidad y a la diversidad con la participación directa de los actores sociales, como una forma de garantizar la autenticidad y veracidad de la información que difunde.⁷³

Misión:

Fortalecer el movimiento de las instituciones y experiencias de comunicación radiofónica popular y educativa, desarrollando actividades y dinámicas innovadoras que sean participativas en el campo de la comunicación popular a fin de concretar la democratización de las comunicaciones factor indispensable para la democratización de la sociedad ecuatoriana.

⁷³ Op. Cit.,CORAPE "Filosofías y líneas de acción" Pág. 2

Visión:**Tecnología**

- Secretaría ejecutiva y afiliadas actualizadas con tecnologías de punta y mejor intercomunicación.
- Que todas las radios tengan la misma tecnología.
- Cada afiliada sube la señal al satélite, utilizando fibra óptica.
- Todas las radios Red CORAPE encajadas satelitalmente;
- Radios con marco jurídico idóneo.

Participación de las radios

- Incidiendo en el poder político.
- Participación en la planificación.
- Comunicación con cada radio.
- Que cada radio se presente como Red CORAPE.
- Actores sociales de las radios identificadas con la CORAPE.
- Cantidad vs calidad de afiliados.
- Radios se fortalecen y aportan al proyecto.
- Participación de las radios en los noticieros.

Presencia Nacional

- CORAPE reconocida en cada rincón.
- Participan varios actores sociales.
- Mediadora entre el poder y los sectores populares.
- Incidencia en la opinión pública nacional y local.
- Tiene cobertura nacional.
- Que todo el Ecuador sepa que es y que significa CORAPE.
- Se incorpore más radios comunicativas.
- Un canal de televisión propio, CORAPE con programas bilingües.

Redes información

- Redes con fuerza e identidad.
- Gran red nacional con alcance internacional.
- Respuestas inmediatas de corresponsales.
- Intercambio e información frecuente.
- Red de los pueblos indígenas.
- Temáticas tratadas de acuerdo a nuestros interlocutores.
- Redes de acuerdo a un proyecto conjunto.

Gestión y tecnología

- Gerencia con liderazgo.
- Emisoras de la secretaría.
- Casa propia par la CORAPE.
- Se logra su sostenibilidad, institucional, social, económica.
- Es un ejemplo de gestión para sus afiliadas.

Carácter popular y educativo de radios

- Equipo humano de la secretaría ejecutiva y radios con profesionalismo y mística.
- Impulsa valores.
- Sensibilizando a la sociedad en temas que afectan a la mayoría.
- Capacitación en todas las áreas.
- Educación formal.
- Ser un referente para los sectores sociales.

Objetivos:

- CORAPE, se propone apoyar desde el campo de la comunicación radiofónica a la construcción de una nueva sociedad.

- Democratizar la comunicación a través de la participación ciudadana.
- Unificar criterios, esfuerzos, acciones y recursos para mejorar el servicio de comunicación y cultura radiofónica.
- Crear espacios de reflexión para apoyar y coordinar los esfuerzos de las afiliadas que posibilite el desarrollo de la comunicación participativa.
- Definir y apoyar procesos de investigación en la comunicación para mejorar la oferta de las afiliadas.
- Cooperar con las afiliadas en la producción e intercambio de materiales radiofónicos.
- Organizar seminarios, cursos, talleres de capacitación para mejorar el trabajo radiofónico.
- Procurar y canalizar recursos financieros técnicos y humanos para las afiliadas de CORAPE.
- Promover y defender solidariamente los intereses de las afiliadas ante las diferentes instancias.

Redes CORAPE

La Red de Emisoras CORAPE tiene un alcance nacional. Las 45 radios entre afiliadas y fraternas, están ubicadas en 21 de las 22 provincias del Ecuador. No existen estudios actualizados sobre la cobertura, sin embargo se puede concluir que llegan al 30% de la población urbano- marginal, y al 60% de la población rural del país.

La red CORAPE abarca:

- La gran red CORAPE
- Red Kichwa
- Red Binacional
- Red Amazónica
- Red de niños, niñas, adolescentes
- Red de Migración

Estas redes tienen a su haber varias emisoras, las mismas que a la vez de informar los acontecimientos de cada población tienen una fuente segura de comunicación diaria y precisa, esto es una garantía para que los programas que se generan lleguen a la mayor parte de nuestra población.⁷⁴

Se producen cuñas radiales dramatizadas, basada en los hechos cotidianos, como una forma de acercarse más a los oyentes y hacer más creíbles los mensajes.

Se organizan foros radiales enlazados con todas las radios de la GRAN RED SATELITAL CORAPE. Tres o cuatro radios hacen de matriz y conducen dichos foros a los que asisten a exponer sus opiniones invitados especiales conocedores de los temas a tratarse.

ONGs, Organizaciones Sociales, empresas, instituciones y entidades del Estado, contrata a la CORAPE para diseñar y difundir campañas sobre temas de salud, educación, cultura, medio ambiente, derechos humanos, desarrollo, etc.

Las radios populares, educativas y comunitarias son muchas veces la única fuente de comunicación e información con la que cuentan las provincias y comunidades que se encuentran un tanto alejadas, geográficamente hablando, de la urbe, por tal motivo, tienen gran credibilidad y acogida. Además de ser las que más se

⁷⁴ Op.Cit ., “Filosofía y líneas de acción” Pág. 3

identifican con: Mujeres, niños, niñas, adolescentes, jóvenes, trabajadores, indígenas, campesinos y autoridades de los gobiernos locales.⁷⁵

El trabajo de las coordinadoras se concentra en las siguientes áreas:

- Servicio Técnico, construcción de equipos, mantenimiento y capacitación técnica.
- Servicio informativo mediante un equipo de prensa propio.
- Mercadeo y ventas para conseguir publicidad para la secretaria y las afiliadas.
- Investigación: se ejecutaron sondeos de audiencia en varias afiliadas.

La CORAPE transmite tres noticieros nacionales diarios, con una duración promedio de 20 minutos y una revista semanal temática para la Red Amazónica. La red Kichwa, compuesta por 8 radios, es descentralizada y produce una revista semanal.

Radios Afiliadas

A través del satélite de ALER, posibilita que las radios afiliadas tengan acceso directo a todo el acontecer noticioso del país y de América Latina.

⁷⁵ Op. Cit., "Filosofía y líneas de acción" Pág. 3

LISTA DE RADIOS AFILIADAS A LA RED CORAPE COORDINADORA DE RADIO POPULAR EDUCATIVA DEL ECUADOR

Tabla 2.6 Radios Afiliadas a CORAPE

RADIOS	COBERTURA EN PROVINCIAS	POBLACIÓN	COBERTURA	DIAL
ANTENA LIBRE	ESMERALDAS	385.000 habit.	60%	1170 AM 105.9 F M
CHAGUARURCO	AZUAY - EL ORO – LOJA	1´530.144 habit	40%	1550 AM
ERPE	CHIMBORAZO - BOLÍVAR – TUNGURAHUA	1´014.036 habit	70%	91.7 FM
IDEAL TENA	NAPO- ORELLANA Y PASTAZA	227.411 habit	70%	98.9 FM
IRFEYAL	PICHINCHA – IMBABURA	2´732.861 habit	20%	1.090 AM
CATÓLICA DE MANABÍ	MANABÍ – GUAYAS	4´495.059 habit.	30%	88.70 FM
LA VOZ DE INGAPIRCA	CAÑAR - AZUAY - MORONA – SANTIAGO	3´635.605 habit	40%	820 AM 94.5 F
LATACUNGA	COTOPAXI - LOS RÍOS -BOLÍVAR -GUAYAS – MANABI	5´604.147 habit	50%	1080 AM102.1 FM
MATOVELLE HCM3	CUENCA -LOJA - ZAMORA -EL ORO	1´606.745 habit	40%	720 AM 100.3 FM
PUYO	PASTAZA - NAPO - MORONA SANTIAGO	256.350 habit	50%	89.1 FM
SUCUMBÍOS	SUCUMBÍOS - CARCHI NAPO – ORELLANA	447.566 habit	70%	1300 AM 105.3 FM
SAN FRANCISCO	COSTA – SIERRA Y ORIENTE	18.640 habit	15%	850 AM
SANTA CRUZ	GALÁPAGOS		85%	92.1 FM
GUAMOTE	CHIMBORAZO	403.632 habit	60%	1520 AM
HCM1	PICHINCHA	2´388.817 habit	15%	1260 AM
MENSAJE	PICHINCHA	2´388.817 habit	10%	1590 AM
VOZ DEL UPANO	ZAMORA CHINCHIPE CAÑAR – AZUAY	998.940 habit	65%	1540 AM 90.5 FM
CATÓLICA DE CUENCA	AZUAY	599.946 habit	35%	98.1 FM
RUNACUNAPAC	BOLÍVAR	169.370 habit	60%	1510 AM
LUZ Y VIDA	LOJA	404.835 habit	65%	1150AM 88.3 FM
ILUMAN	IMBABURA	344.044 habit	85%	96.7 FM
VOZ DEL SANTUARIO DE BAÑOS	TUNGURAHUA	20.000 habit	60%	960 FM
FRONTERA	CARCHI	152.939 habit	80%	93.3 FM

Elaborada por: Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador

Parrilla de Programación Actual (CORAPE)

Los programas radiales son un excelente mecanismo para difundir los temas sociales, económicos, políticos, culturales y todos aquellos temas que el público esperan escuchar. Por ello se ofrece a los oyentes servicios de producción de microprogramas desde tres minutos hasta diez minutos.

PROGRAMACIÓN SATELITAL CORAPE

LUNES A VIERNES

Tabla 2.7 Programación Satelital

HORARIO	PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
06h00 a 06h30	REPRISS (CHASQUINAKUY)	INFORMATIVO KICHWA (PRODUCE RADIO GUAMOTE)
06h30 a 07h00	"ECUADOR EN CONTACTO" PRIMERA EMISIÓN	INFORMATIVO NACIONAL
07h00 a 07h15	CONTACTO SUR	INFORMATIVO LATINOAMERICANO
07h15 a 07h30	AMAZONÍA EN CONTACTO (MIÉRCOLES) (REPRISSE JUEVES)	RADIOREVISTA DE LA AMAZONÍA ECUATORIANA
08h00 a 08h30	REPRISS "ECUADOR EN CONTACTO" PRIMERA EMISIÓN	INFORMATIVO NACIONAL
08h30 a 09h15	MÚSICA	
09h15 a 09h20	AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
09h20 a 09h30	MÚSICA	
09h30 a 09h35	REPRISS AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
09h35 a 10h15	MÚSICA	
10h15 a 10h20	AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
10h20 a 10h30	MÚSICA	
10h30 a 10h35	REPRISS AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
10h35 a 10h50	PROGRAMA EMBAJADA ALEMANA (DESDE EL 16 DE OCTUBRE AL 6 DE DICIEMBRE) MATEOS Y JUEVES	RADIOREVISTA
10h35 a 11h15	MÚSICA	
11h15 a 11h20	AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
11h20 a 11h30	MÚSICA	
11h30 a 11h35	REPRISS AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
11h35 a 12h15	MÚSICA	
12h15 a 12h30	"ECUADOR EN CONTACTO" SEGUNDA EMISIÓN	INFORMATIVO NACIONAL
	MIÉRCOLES ESPECIAL DE CORAPE (12h15 a 13h15) MIÉRCOLES	ASAMBLEA CONSTITUYENTE

12h30 a 13h30	REPRISS DE MIÉRCOLES ESPECIAL DE CORAPE (JUEVES)	TEMAS DE ACTUALIDAD
13h30 a 13h45	REPRISS "ECUADOR EN CONTACTO" SEGUNDA EMISIÓN	INFORMATIVO NACIONAL
13h45 a 14h15	REPRISS CALLOS Y GUATITAS (LUNES Y MARTES)	RADIO REVISTA BINACIONAL ECUADOR ESPAÑA
14h15 a 15h00	MÚSICA	
15h00 a 15h05	AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
15h05 a 15h30	MÚSICA	
15h30 a 15h35	REPRISS AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
15h35 a 16h00	MÚSICA	
16h00 a 16h05	AVANCE	AVANCE INFORMATIVO (DE LUNES A VIERNES)
16h00 a 17h00	ÑAWINCHINA (ÚLTIMO VIERNES DE CADA MES)	RADIOREVISTA KICHWA ECUADOR (PRODUCE RADIO ERPE)
16h05 a 16h30	MÚSICA	
16h30 a 16h35	REPRISS AVANCE	AVANCE INFORMATIVO
16h35 a 17h15	MÚSICA	
17h15 a 1730	CHASQUINAKWI	INFORMATIVO KICHWA ECUADOR (PRODUCE RADIO GUAMOTE)
17h30 a 18h00	WILLANA PACHA (MIÉRCOLES) (JUEVES REPRISSE)	RADIO REVISTA KICHWA ECUADOR (PRODUCE RADIO SUCUMBOS)
17h30 a 18h00	HATUN LLACTA (VIERNES)	RADIOREVISTA KICHWA LATINOAMERICANO
18h00 a 18h30	"ECUADOR EN CONTACTO" TERCERA EMISIÓN	INFORMATIVO NACIONAL
18h30 a 18h45	KURIKINTY (DE LUNES A JUEVES)	INFORMATIVO KICHWA LATINOAMERICANO
18h45 a 19h00	KAUSAYTA (LUNES)	RADIOREVISTA KICHWA
18H45 a 19h00	REPRISSE CHASQUINAKUY (DE MARTES A VIERNES)	INFORMATIVO KICHWA ECUADOR (PRODUCE RADIO GUAMOTE)
19h00 a 1930	REPRISS WILLANA PACHA (MIÉRCOLES Y JUEVES)	RADIOREVISTAS KICHWA ECUADOR. (PRODUCE RADIO SUCUMBOS)
19h30 a 20h00	REPRISS "ECUADOR EN CONTACTO" TERCERA EMISIÓN	INFORMATIVO
20h00 a 20h15	PROGRAMA EMBAJADA ALEMANA (DESDE EL 16 DE OCTUBRE AL 6 DE DICIEMBRE) MATES Y JUEVES	RADIOREVISTA

SÁBADOS

HORARIO	PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
08h00 a 08h30	"ECUADOR EN CONTACTO"	RADIOREVISTA
08h30 a 09h00	PRODH	INFORMATIVO DERECHOS HUMANOS
09h00 a 09H30	INSUMOS PRODH	MATERIAL RADIOFONICO PRODH
09H30 a 10h00	REPRISSE RADIOREVISTA ECUADOR EN CONTACTO	RADIOREVISTA
10h00 a 12h00	CADENA RADIAL	PRESIDENTE DIALOGA CON LOS PERIODISTAS
14h00 a 16h00	CADENA RADIAL	PRESIDENTE DIALOGA CON LOS PERIODISTAS
16H00 a 24h00	MÚSICA	VARIOS GÉNEROS

DOMINGOS

HORARIO	PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
10h00 a 10h30	CALLOS Y GUATITAS	RADIO REVISTA BINACIONAL ECUADOR ESPAÑA
10h30 a 12h30	REPRISSE CADENA PRESIDENCIAL	PRESIDENTE DAIALOGA CON LOS PERIODISTAS
12H30 a 24h00	MÚSICA	VARIOS GÉNEROS ECUADOR ESPAÑA

Elaborada por: Alejandra Naranjo

CAPÍTULO III

3 TURISMO SOSTENIBLE COMO FUENTE DE DESARROLLO

No nos impresiona del mismo modo el incendio de un bosque, o la construcción de una autopista en medio de una jungla, hasta nos da sensación de poder. Todo lo que daña o ultraja todo lo que hemos construido, el producto de nuestras manos, nos hiere, y en cambio nos es indiferente el daño inferido a lo que ningún hombre construyó, la naturaleza, porque la consideramos solo un discurso a disfrutar, a transformar.⁷⁶

3.1 EL TURISMO

El turismo ha sido reconocido como el fenómeno cultural del siglo XX, que ha tenido grandes repercusiones de tipo económico, ecológico y de cohesión transcultural. “Uno de los inconvenientes más preocupantes de hoy son los efectos negativos de la industria turística sobre el medio ambiente.”⁷⁷

Aristóteles afirmaba categóricamente que la finalidad del trabajo no era otra que conseguir el ocio, y Cicerón planteaba que era lo que permitía que la vida valiese la pena.

Aún cuando el principio del ocio ha quedado claramente expresado y definido desde tiempos remotos, el viaje, como una actividad placentera, tal como se lo conoce hoy día, es una manifestación reciente. Comienza a tomar forma a finales del siglo XIX entre las clases acomodadas de Europa, cuando las burguesías del viejo continente comenzaron a desplazarse hacia las playas y las montañas.

⁷⁶ ALBERONI, F, El árbol de la vida, 1982.

⁷⁷ SANDOVAL, Ewaldo. El viaje turístico como un instrumento de cambio: Ecoturismo, operación técnica, y gestión ambiental. México: Trillas, 2006, Pág. 17

Breves rasgos del Turismo

El turismo nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares.

Todo empezó en la Grecia clásica ya que se dedicaba tiempo libre a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos. Durante el Imperio romano los ciudadanos frecuentaban aguas termales, y realizaban desplazamientos hacia la costa. Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores: la paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica la cual posibilitó medios económicos y tiempo libre.

Durante la Edad Media surge un nuevo tipo de viaje, las peregrinaciones religiosas, que ya habían existido en la época antigua y clásica. Eran famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las procesiones por el Camino de Santiago, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes.

En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una plaga de peste bubónica. Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel, palabra francesa que designaba los palacios urbanos.

Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias.

Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.⁷⁸

La Segunda Guerra Mundial paraliza el turismo y sus efectos se extienden hasta el año 1949.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior.

En los 80, el nivel de vida se eleva y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes, aviones nuevos, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter.

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes educativos especializados. El objetivo de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados.

3.1.1 Clases de Turismo

3.1.1.1 Turismo de Masas

Se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional y pasivo. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

⁷⁸ GASCON J. CANNADA, Ernest. Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad. Barcelona: Icaria, 2005.

3.1.1.2 Turismo Individual

El programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

Dentro de estas dos podemos tener turismo de diferentes clases como:

Urbano: desarrollado en aquellas ciudades que son Patrimonio de la Humanidad.

Arqueológico: vinculado a sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.

Funerario: vinculado a cementerios donde hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o reposan personajes famosos.

De compras: vinculado a las compras a buen precio o exclusivos.

Etnográfico: vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.

Literario: motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.

De formación: vinculado a los estudios, especialmente los de idiomas.

Científico: Se realizan investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o establecimientos arqueológicos.

Gastronómico: vinculado a la comida tradicional de un sitio.

Enológico: vinculado a los vinos de una zona.

Industrial: motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

Itinerante: se desarrolla en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.

Místico: Se relaciona con el turismo orientado a la visita a lugares energéticos.

3.1.1.3 Turismo Natural

Dentro del Turismo Natural encontramos:

Parques temáticos: basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa del visitante.

Ecoturismo: basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales con una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

El archipiélago de las Islas Galápagos es uno de los destinos de ecoturismo favoritos de América Latina.

Rural: Su motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural.

Agroturismo: su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.

Ornitológico: es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.

3.1.1.4 Turismo Cinegético

Enfocado a la caza de animales, existen lugares específicos (ranchos cinegéticos) donde se permite cazar a los animales que han sido criados específicamente para este fin.

3.1.1.5 Turismo Activo

Se lo realiza en lugares naturales, está relacionado con el turismo rural. Las actividades más conocidas de turismo activo son las siguientes:

Ictioturismo: es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.

Deportivo: la principal motivación es practicar algún deporte.

Aventura: aquí solo se practican deportes de riesgo.

Espacial: viajes al espacio, que lo realizan personas con un alto nivel económico.

Religioso: visita a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Se visitan lugares como Jerusalén, La Meca, Roma, Santiago de Compostela, etc.

Espiritual: su motivación es el recogimiento y la meditación.

Termal o de salud: está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias como reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza.

Médico: vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, tratamientos médicos en países donde la atención es más económica.

3.1.1.6 Turismo Social

Aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

3.1.1.7 Turismo de Negocios

Se desarrolla con el fin de llevar a cabo un acuerdo comercial. Aquí podemos encontrar negocios, reuniones, congresos, convenciones, incentivo, Fam Trips que son los viajes de familiarización en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano.

3.2 EL TURISMO, UNA FUENTE FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO

En los últimos 30 años, el turismo ha pasado a formar parte de la economía mundial como una de las actividades más prometedoras. Entre los mecanismos que han ayudado a su consolidación se encuentran: una alta tecnificación capitalista que mejoró las formas de transporte, la reducción de las horas laborales lo cual dio mayor tiempo de ocio, un aumento salarial acorde a ciertas sociedades.

En la actualidad, diversos investigadores y reconocidos económicos recomiendan al turismo como forma segura y sostenida de generar riqueza, participación social, crecimiento, rescate cultural, y el desarrollo de ciertas localidades o sitios que no poseen una infraestructura industrial previa.⁷⁹

Cuando la economía crece también crece el dinero disponible de la población. Y una parte importante de este se gasta en el turismo. El crecimiento de los desplazamientos turísticos sigue claramente las tendencias de crecimiento económico medidas por el Producto Interno Bruto. Los años en que el crecimiento económico mundial excede el 4%, el crecimiento del volumen turístico tiende a ser mayor.

Significa el 4.4% del PIB, lo que coloca como uno de los principales sectores productivos del país. Por cada dólar que se genera en la economía nacional, 10 centavos corresponden al turismo. Por otro lado, un incremento de un dólar

⁷⁹ KORSTANGE, Maximiliano. Desarrollo local sostenible. Iberoamericana Local Global, Argentina: Grupo Eumed. 2009. Vol.2. Pág. 10

en la demanda turística genera el crecimiento de la producción PIB en 2,75 dólares, lo cual es un indicador significativo de su efecto multiplicador.

Ecuador ha iniciado el cálculo del Producto Interno Bruto verde, con el fin de cuantificar la situación del medio ambiente en la actividad económica.

El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto.

El turismo pone en contacto a diferentes culturas, en el que se produce un intercambio de pautas de conducta, formas de vida, hábitos, etc. Esto en ocasiones, puede llegar a ser perjudicial para la población autóctona, ya que pueden perder su identidad al intentar adaptarse a los gustos y tradiciones del visitante.

Los efectos culturales del turismo destacan la alteración de las estructuras sociales, en la zona turística, las consecuencias derivan de la introducción desde fuera de una nueva realidad sociocultural a la cual tanto la población indígena como su sistema social tienen que adaptarse.⁸⁰

Otro de estos efectos es la aculturación, que puede aplicarse al contacto entre turistas y anfitriones. Este modelo explica que cuando dos culturas entran en trato cada una de las dos tiende a asemejarse en parte a la otra mediante un proceso de préstamo. Esto provoca una cadena de transformaciones en la comunidad de la zona turística para convertirse en algo cada vez más parecido a la cultura de los turistas.

Actualmente la conciencia económica de los gobiernos ha llevado a una protección continua del medio, porque la naturaleza es la materia prima del turismo y si no se cuida afectará negativamente al turismo futuro. Las Administraciones Públicas suelen desarrollar políticas de sostenibilidad que velen por una planificación ordenada que respete la cadena ecológica.

⁸⁰ *Ibidem*. Pág. 11

Esta postura crítica, dio como origen noción de:

... turismo sustentable el cual su objetivo es el cuidado del medio ambiente y el desarrollo de la población anfitriona, se establece como forma económica en grupos marginados histórica y socialmente acentuando aún más la dependencia, se construyen bajo la noción que existen sociedades desarrolladas y subdesarrolladas.⁸¹

Problemas que pueden desarrollarse:

- La llegada masiva de turistas puede generar rechazos a ciertas culturas o razas.
- El desarrollo turístico ha traído fuertes impactos en el medioambiente como la contaminación de ríos. Aunque entre los impactos más importantes cabe citar la pérdida de la diversidad biológica y la limitación de recursos naturales sobre los cuales se asienta la actividad turística. Esta sobreexplotación de recursos se ha incrementado en los últimos años a niveles no sostenibles.

El turismo no puede funcionar sin los recursos naturales básicos. Por todo ello, diversos organismos y convenciones como el proyecto 21 de la ONU, en los últimos años han tomado conciencia de la importancia de la conservación del entorno natural para aplicar no solo al sector turístico sino a todos los ámbitos sociales para alcanzar un desarrollo sustentable.

- La Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo (WCED), en 1987 publicó su informe titulado “Nuestro futuro común”, también conocido como el Informe Brundtland; en el cual subrayó a la pobreza de los países del sur y al consumismo extremo de los países del norte como las causas fundamentales de la insostenibilidad del desarrollo y la crisis ambiental.

⁸¹ Op. Cit.,

3.3 EL TURISMO EN EL ECUADOR

El 80% de los países pobres del mundo son los que subsisten con menos de 1 dólar al día, viven en 12 países, donde en 11 de ellos la principal fuente turística es su principal fuente de riqueza.

Amparo Sancho, Licenciada en turismo y desarrollo, menciona que al turismo se lo considera un sector generador de oportunidades, capaz de crear negocios y empleo, impulsador de crecimiento y desarrollo, estímulo importante para proteger al medio ambiente y las culturas autóctonas; desarrollando mecanismos que conducen a la paz y el entendimiento entre los pueblos. Pero a estos aspectos positivos se le suman los problemas asociados a este mismo desarrollo como son: pérdidas de riqueza, impactos negativos socioculturales y medioambientales. Por esto es necesario que exista un desarrollo y planificación integral para dirigir una nueva estrategia: turismo relacionado con las necesidades de los pobres, así lo han puesto de manifiesto en los últimos dos foros de desarrollo sostenible en la cumbre de las Naciones Unidas, donde se pide a los gobiernos aprovechar al máximo las posibilidades del desarrollo turístico para erradicar la pobreza, elaborando las estrategias adecuadas con todos los agentes y las comunidades locales indígenas.

El actual gobierno ecuatoriano optó por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional, dado que contribuye a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y sobre todo a generar nuevos empleos.

En Ecuador las últimas estadísticas del Ministerio de Turismo que reflejan la importancia del turismo para el país son:

Tabla 3.8 Estadísticas Turísticas

Entrada de extranjeros al Ecuador 2010: 1.047.098 personas.
De lo que va en el 2011 hasta marzo han ingresado: 279.451 extranjeros.
La llegada de extranjeros por nacionalidad en orden de mayor aporte son: Colombia, Estados Unidos, Perú, España, Chile, Argentina, Canadá, Venezuela, Cuba, Alemania.
Ingreso de divisa por turismo en el 2010 fue de: 583.7 millones de dólares.
El turismo actualmente es la cuarta mejor divisa del país.
Ingreso de turistas internacionales 2009=663 millones de dólares.
Ingreso por turista 2009= 685 dólares por turista.
Ingresos per cápita 2005= 35 dólares.
Empleos directos e indirectos en turismo 2005= 7.4%.
Índice de competitividad en viajes y turismo 2011=87%.

Elaborada por: Ministerio de Turismo

Los pobres son los que más sufren la crisis ecológica y climática, y se teme que el deseo legítimo de crecimiento en los países subdesarrollados hacia un estado de prosperidad similar, basado en principios equivalentes, implique una degradación aún más importante y acelerada por la biosfera.

Si todas las naciones del mundo adoptaran el modo de vida americano que consume casi la cuarta parte de los recursos de la Tierra para el 7% de la población, se necesitarían de cinco a seis planetas como la Tierra para abastecerlas.⁸²

3.4 EL TURISMO COMO FENÓMENO DE MASAS

El turismo, a pesar de su relativamente corta existencia se ha convertido apenas en cuatro décadas en una de las estructuras de producción más destructivas del mundo de la sociedad industrial.

En el siglo XX, los cambios tecnológicos ocurridos en los campos del transporte y en el mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos de los

⁸² ROJAS, M. La idea de progreso: La idea de progreso y el concepto de desarrollo. Revista Libertas 5 Eseade, s.f.

países industrializados, precipitaron de una manera vertiginosa el desarrollo del turismo. Estos cambios permitieron que la población de los países implicados en los procesos de industrialización tuviera acceso a ciertas cantidades de tiempo libre y a excedentes de dinero para practicar actividades recreativas, entre ellas el viaje de placer.

Aunque si bien es cierto que el turismo fordista ha construido en muchas partes del mundo un importantes sector en la devastación de sus áreas naturales, en los países en vías de desarrollo, las comunidades locales rurales, ubicadas en la mayoría en áreas naturales de gran valor ecológico y escénico, protegidas o no también representan una importante causa de esa destrucción, ya que ellas ven en dichas áreas naturales sus únicas fuentes posibles de recursos económicos para subsistir.⁸³

Con la base de estas consideraciones, los movimientos ambientalistas de mediados de los años 80, comenzaron a trabajar en la idea de generar alternativas que permitieran la creación de incentivos económicos, dirigidos hacia las poblaciones locales rurales, de manera que mediante opciones se estimulara la conservación de los ambientes naturales, especialmente los que se encontraban protegidos bajo el concepto de parques nacionales y que eran objeto de grandes presiones ambientales.

Aunque existía entre los conservacionistas una coincidencia acerca de que el concepto de desarrollo sostenible era la respuesta, no resultaba fácil encontrar industrias que realmente no fueran perjudiciales para el ambiente o que tuvieran resultados positivos a largo plazo. Esta situación es evidente en nuestros países; todavía quedan grandes extensiones de áreas naturales sin desarrollar, pero las iniciativas económicas con objetivos a corto plazo, a menudo han provocado la rápida desaparición de zonas naturales de gran valor ecológico, para satisfacer no solo las necesidades de supervivencia de las comunidades locales allí asentadas, sino también de las industrias que explotan estos recursos.

⁸³ SANDOVAL, Ewaldo. Las nuevas fronteras del turismo de masas: Ecoturismo: operación técnica y gestión .México: Trillas, 2006. Pág. 16

Los conservacionistas se dieron cuenta de que la única oportunidad que existía para estos remates de paraíso, era que ellos generen ingresos que satisficieran las necesidades de las personas que allí vivían. Entre las diversas posibilidades, el turismo emerge como una de las opciones más viables, a pesar de que en el pasado se le consideró uno de los principales enemigos de la conservación.⁸⁴

Esta realidad fue el resultado de las nuevas tendencias que demostraban que ahora los turistas tenían intereses por otros lugares, además de los tradicionales, que ofrecen arena, mar y sol. Surge así la idea de realizar actividades de turismo que permitiesen no sólo satisfacer las necesidades de personalización de este nuevo tipo de turista, sino que a la vez se convirtieran en una fuente de ingresos económicos alternativos para aquellas comunidades que viven en esos ambientes de alta fragilidad y de los cuales se aprovechaban de una manera no sostenible.

Esta nueva forma de viajar debe considerar las repercusiones sobre el ambiente, y a la vez como una opción viable para conservarlo, fomentando desarrollo sostenible entre las comunidades locales.

“Es el ecoturismo referido como un turismo responsable, sostenible, de bajo impacto y el sector turístico lo asocia con turismo de naturaleza, aventura y vida silvestre”.⁸⁵

El verdadero ecoturismo es un concepto multifacético, que hace uso del turismo para asegurar la sostenibilidad ambiental y sociocultural, así como el desarrollo económico. Por tanto se ha hecho necesario fortalecer el vínculo más débil en el proceso de evolución del turismo de naturaleza hacia el ecoturismo: la participación de las comunidades locales en los procesos de planificación y en el manejo de las actividades turísticas desarrolladas en las áreas naturales.

⁸⁴ Op.Cit., Pág. 23

⁸⁵ Op. Cit . Pág. 25

3.5 TURISMO SOSTENIBLE UN EQUILIBRIO DE VIDA

El término sostenible, se refiere al concepto de durabilidad definido durante la cumbre de Río de Janeiro de 1992. El concepto durable fue aceptado como traducción del término anglosajón sostenible. La extensión del concepto al turismo fue dada en una conferencia celebrada en Lanzarote en 1995 por la Organización Mundial de Turismo (OMT), y que dio lugar a la carta de turismo sostenible.

La OMT, conjuntamente con el World Travel & Tourism Council y el Earth Council, propusieron una definición del turismo sostenible que incorporaron a la Agenda 21 de la Industria del turismo y los Viajes. Es así que el Turismo sostenible es definido como aquel que:

Satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro. Se prevé como guía en la gestión de todos los recursos, de modo que lo económico, social y las necesidades estéticas puedan ser satisfechas, a la vez que se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo de la vida.⁸⁶

El turismo sostenible se basa en principios básicos que deberían inspirar cualquier política de desarrollo turístico, más aún si se centra en el turismo rural. Así los mencionaron en la Cumbre sobre Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas celebrada en Johannesburgo en el 2002, teniendo en cuenta a todos los sectores del turismo, incluido el de masas. Éstos son:

- 1.- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

⁸⁶ Informe sobre la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland) Nuestro futuro común ONU

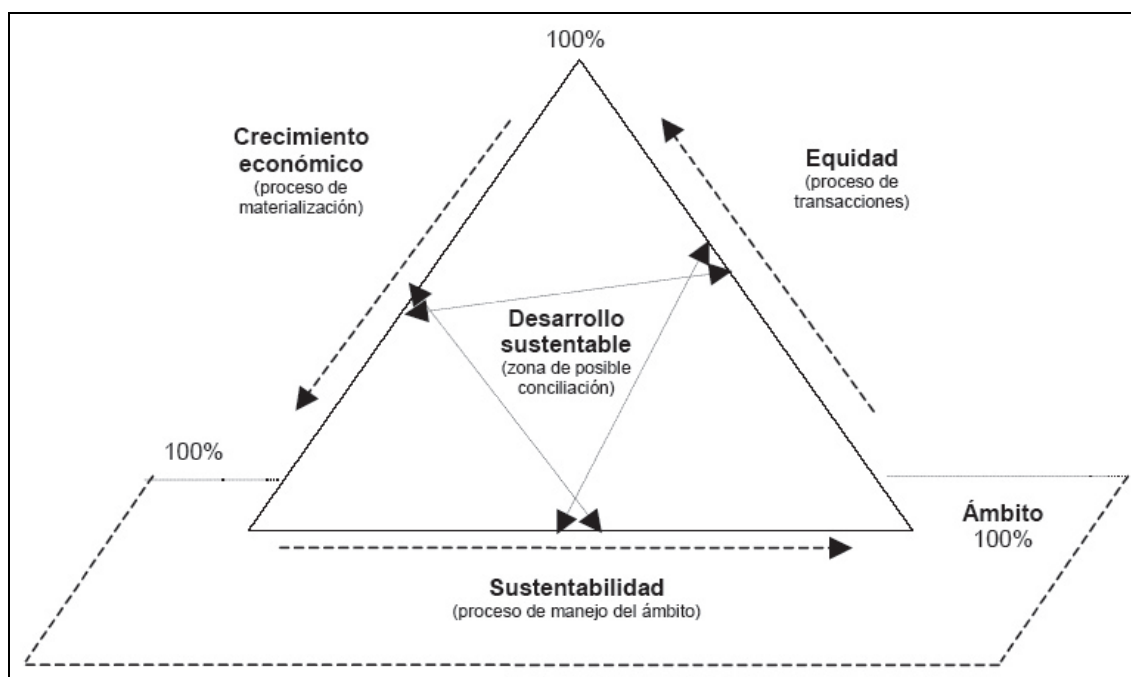
2.- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos, sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.

“El turismo se basa, pero sobre todo el turismo rural, en el atractivo que ofrecen las actividades y recursos turísticos relacionados con el entorno natural, el patrimonio histórico y cultural”.⁸⁷

3.- Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que beneficien a todos los agentes y reporten beneficios socioeconómicos creando oportunidades de trabajo estable, obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades.

En el triángulo propuesto por el economista holandés Peter Nijkamp en 1990, se destacan los tres objetivos de relación entre crecimiento económico, equidad y sostenibilidad ambiental.

Figura 3.9 Triángulo de la sostenibilidad



Elaborada por: Econ. Peter Nijkamp

⁸⁷ CANOVES, Gemma; VILLARINO, Montserrat y HERRERA, Luis. Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. Boletín de la A.G.E N .41, 2006 Pág. 199-217.

Es así que se lo entiende mejor como una filosofía de vida, en los que la practican son conscientes de la fragilidad de los lugares que visitan y por tanto, de su límite.

Por consiguiente:

... el concepto de turismo sostenible se relaciona con el de capacidad de carga. Éste se define como el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino sin reducir la satisfacción de los visitantes y sin generar impactos negativos en la sociedad anfitriona o en el medio ambiente.⁸⁸

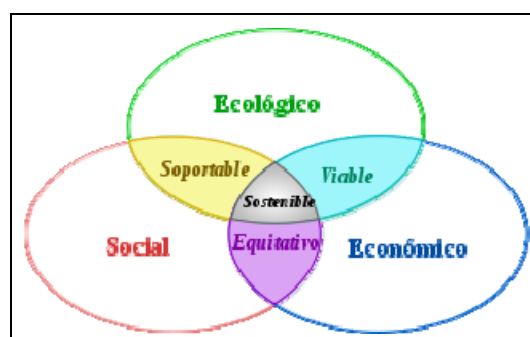
Según la Asamblea General de Naciones Unidas, el objetivo del turismo responsable se dirige a:

"Reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural al tiempo que se aprovechan al máximo los beneficios del turismo en la promoción del desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza".

De esta manera, se atestiguó en una resolución de diciembre 21 de 2001, en la que instaba a la creación de un Código Ético Mundial para el Turismo.

3.5.1 Turismo Sostenible una nueva tendencia

Figura 3.10 Turismo Sostenible



Elaborada por: Albert Bartlett

⁸⁸ BRINCKMANN, Elizabeth y CEBRIAN, Aurelio. Desarrollo sostenible y turismo rural en áreas subdesarrolladas. 2001 Pág. 33

El principio de todo ser humano es tener una armonía en el ambiente que lo rodea.

Es por esto que el turismo sostenible ha nacido como una forma de viajar protegiendo a la naturaleza. El cual consiste en visitar zonas naturales relativamente intactas para su recreación, admiración, y estudio de las bellezas naturales, la vegetación, flora, fauna y la cultura humana nativa del sitio.

Esta tendencia se ha ido posicionando con el pasar de los años, y con la ayuda de la concienciación de la gente.

Nació a raíz de los problemas que cada vez más va oprimiendo a la humanidad, que son el consumo insostenible de recursos como agua y energía, incontrolable visitación a áreas protegidas naturales, comportamiento irrespetuoso hacia culturas locales, pérdida de biodiversidad, agotamiento de la capa de ozono, ausencia de redistribución económica a las comunidades, avance del calentamiento global y muchos otros factores.⁸⁹

Por todo esto, las empresas turísticas han innovado, para adaptarse a las exigencias de todos quienes quieren aportar con el planeta y sus habitantes. Para poder cumplir o saber si se está cumpliendo con esta exigencia es necesario ser auditado por una consultora que certificará o guiará a la empresa a los cambios correspondientes para posteriormente certificarla.

En el Ecuador operan varias de estas firmas, una de las más importantes es "Smart Voyager". Dentro de los aspectos más relevantes que se audita es el cumplimiento de buenas prácticas ambientales como el correcto manejo de desechos sólidos, tratamiento de aguas residuales, el óptimo uso de agua, energía y sobre todo la concientización tanto del cliente como del empleado. Otro factor que se evalúa es el aporte hacia la comunidad local como en la generación de fuentes de trabajo, redistribución económica para mejorar el nivel de vida y el total respeto de su cultura sin modificarla.

⁸⁹ BARTLETT, Albert (Traducido por Gabriel Tobar). Reflexiones sobre sostenibilidad, crecimiento de la población y medio ambiente. Revista Focus Vol. 9 No 1. Pág. 49-68

Una de las bases del turismo sostenible es el ecoturismo, es decir, el respeto por el medio ambiente de los lugares naturales que se visitan. La clave está en no alterar el entorno, recogiendo los desechos y no perturbando a la flora y fauna de la zona. Este principio es extensible a cualquier destino, no sólo a las zonas naturales.⁹⁰

Por tanto, no podemos ignorarlo, en relación con el ecoturismo, ya que ambos nacen como una respuesta al desastre, la injusticia y la irresponsabilidad. En el caso del ecoturismo se trata de recreación viva y verdadera.

A la luz del concepto de desarrollo sostenible, el ecoturismo se refuerza como una acción de conservación, mantenimiento y permanencia de la naturaleza.

El ecoturismo debe procurar:

- La conservación de la naturaleza a nivel local.
- La comunicación de la historia natural en la que quedan contempladas las características culturales locales.
- El bienestar de las culturas locales en el sentido de una mejor calidad de vida y no necesariamente un mayor nivel de vida.
- El desarrollo sostenible de las presentes y futuras generaciones.

De cumplir con estos requisitos el ecoturismo promueve los valores culturales y de conservación.

Es en esta unión entre el turismo y la naturaleza, de donde se puede obtener un gran valor para la conservación, en primer lugar, de la biodiversidad, además que representa una importante alternativa de desarrollo; en segundo

⁹⁰ DEFFIS, Armando. Ecología, tradición e identidad: Ecoturismo. Árbol editorial, s.f. Pág. 7

lugar, para la industria turística tradicional y en tercero para la conservación de la naturaleza.

Las bondades del Turismo sostenible son:

- Favorece el desarrollo de una cultura ecológica, al promover la apreciación de los valores de la naturaleza.
- Motiva la acción individual responsable, y la organización social y política, a favor de la conservación de la naturaleza.
- Genera fondos para financiar proyectos de conservación.
- Promueve el desarrollo socioeconómico regional.
- Genera usos alternativos de los recursos naturales.
- Lograr la integración de la conservación de la naturaleza, de la educación y del desarrollo socioeconómico, dándoles un sentido regional.

El verdadero significado de turismo sostenible es hacer un uso permanente del recurso sin que este se deteriore. El término sostenible o sustentable se refiere a que sea ecológicamente sensato, económicamente viable y socialmente justo.

El principio de la sustentabilidad radica en que la base de renovación de los recursos naturales nunca sea mejor que la utilización y en su caso, explotación de los mismos.⁹¹

Los pobladores originarios de los sitios turísticos deben participar en los proyectos de desarrollo de turismo sustentable, ya que ellos deben organizar, edificar y operar. El uso racional de la naturaleza es una de las alternativas para diversificar las actividades en las comunidades indígenas y combatir así la pobreza.

⁹¹ Op. Cit., Pág. 9

El turismo sostenible se está convirtiendo hoy en día a nivel mundial en una actividad cada vez más popular. El peligro está en que al aumentar el turismo, aquellos atractivos por los que en un principio fue generado el desarrollo turístico resulten destruidos.

3.5.2 Guías en Turismo Sostenible

Los conductores informadores y guías del turista aparecieron desde épocas antiguas y su oficio evolucionó hasta nuestros días como una profesión necesaria para apoyar al turismo masivo.

“Los guías tuvieron su origen en el siglo XIX en Italia; los conductores de los turistas eran llamados cicerones por su elocuencia, que hacía recordar a Cicerón en el Senado Republicano”.⁹²

Todo guía debe contar con los siguientes requisitos:

Haber tomado por lo menos 100 horas de cursos sobre manejo de turistas en áreas naturales protegidas, reservas ecológicas, parques nacionales; además, debe poseer el conocimiento de los valores del turismo tradicional de la región donde desempeñan su trabajo de conducción de grupos de visitantes.

Debe conocer información suficiente sobre los siguientes temas: ecología, ecosistemas, legislación ambiental, geografía, interpretación ambiental.

Prestación del servicio del guía:

El guía proporcionará al turista información sobre los recorridos que se realizarán, señalando la obligación de colaborar con la conservación de la naturaleza y el patrimonio histórico.

⁹² DEFFIS, Armando. Guías en Turismo Ecológico: Ecoturismo, Árbol editorial, s.f. Pág. 14

Establecerá una ética normativa del viaje, incluyendo normas de comportamiento. Deberá portar los permisos correspondientes para cuando deba mostrarlos a las autoridades competentes, cumpliendo con las normas del instituto nacional de ecología para visitar áreas protegidas.

Advertir a los turistas de las prohibiciones de compra o extracción de productos elaborados con especies protegidas, la persona que lo irrespete será sancionada.

El guía tendrá la obligación de reportar a las autoridades competentes las conductas ilícitas de los turistas que afecten, extraigan o dañen valores biológicos, paleontológicos, minerales, culturales o naturales.

En los viajes temáticos de naturaleza, el papel de los guías es definitivo, ya que su misión consiste en fabricar experiencias y emociones que le permitan a los turistas descubrir de manera responsable lo mejor de un destino de naturaleza.

“El guía aporta el conocimiento para convertir una visita en un lugar natural algo único, al ayudar al turista en comprender y descubrir un entorno que al ser nuevo la mayoría de las veces resulta poco comprensible a primera vista”.⁹³

Además, cuando la actividad se desarrolla en áreas de alta fragilidad, el guía debe contribuir en la gestión de este patrimonio natural y cultural, educando a los visitantes y ejerciendo un control sobre los posibles impactos negativos que pueden ser producidos en el medio.

La congruencia total de este turismo la encontramos cuando las instalaciones para recibir a los visitantes están integradas al medio ambiente que los rodea, lo que minimiza el impacto ambiental negativo.

Por lo general, estas instalaciones incluyen, en su arquitectura, técnicas de preservación de los recursos naturales. Utilizan el sol y el viento para producir

⁹³ Op. Cit.,

energía eléctrica; purifican y bombean el agua. No utilizan instalaciones de tipo urbano, sino que sustituyen, con calentadores solares, a los de gas, captan y potabilizan el agua de lluvia, reutilizándola para optimizar su consumo, hacen diseños para climatizar, sin usar aires acondicionados.⁹⁴

Pueden participar también, al poder desarrollar su artesanía, cultivar hortalizas, granos y frutales para abastecer los hoteles y proteger el ecosistema. De esta manera preservan la naturaleza que es, tanto su patrimonio como el atractivo para que los visitantes continúen llegando.

3.5.3 Características del Turismo Sostenible

- El interés primario se basa en el entorno natural de la zona que se visita.
- Debe minimizar los posibles impactos causados por las visitas, ya que como consecuencia de la creciente preocupación mundial por la desaparición de culturas y ecosistemas, puede deteriorar zonas naturales de gran valor ecológico y cultural.
- Debe contribuir a garantizar un futuro sostenible para el destino en el que tiene lugar, ya sea en forma de beneficios económicos o de ayuda voluntaria.
- Debe proporcionar beneficios económicos, fortalecer a las comunidades locales y respetar las culturas.
- Debe ser sensible con las políticas ambientales del lugar del destino y del clima social.
- Debe apoyar a los derechos humanos y los acuerdos laborales internacionales.

⁹⁴ DEFFIS, Armando. Arquitectura para la infraestructura eco turística y el turismo sostenible: Ecoturismo, Árbol editorial, s.f. Pág. 22

- Debe construir un conocimiento ambiental.
- Con su participación el turista se transforma en productor y consumidor de su propio producto, como también participa de los procesos ambientales.

3.6 BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN SUS TRES ÁMBITOS DE EQUILIBRIO

Hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva la adopción de “buenas prácticas”, que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas.

Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico.⁹⁵

Las últimas cifras que demuestra el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos con respecto al cuidado del medio ambiente señalan que: el 38.5% de los hogares en el Ecuador conoce sobre buenas prácticas ambientales.

El agua

El agua es el componente más abundante de la superficie terrestre, forma la lluvia, las fuentes, los ríos y los mares; es parte constituyente de todos los organismos vivos y aparece en compuestos naturales.

El aprovechamiento de los recursos hídricos para diversas actividades como la generación de energía, agricultura, consumo humano, industria, entre otros, generan presión sobre la disponibilidad y calidad del agua. En todo este siglo la demanda mundial de agua ha aumentado en siete veces, en tanto que la

⁹⁵ RAINFOREST ALLIANCE. Una guía para el pequeño y mediano empresario: Buenas prácticas para turismo sostenible. Pág. 4

población mundial lo ha hecho en tres. Actualmente el futuro de las reservas depende de la explotación que le demos a este recurso frágil y limitado.

A pesar de que podemos vivir con solo 5 litros o menos de agua al día, generalmente necesitamos mucha más para conservarnos saludables. Se ha calculado que un hombre necesita diariamente 50 litros o más para satisfacer sus necesidades personales y del hogar. En países desarrollados se gasta mucho más: un promedio de 400 a 500 litros de agua por persona diariamente.⁹⁶

Hoy, cada uno de nosotros gasta 20 veces más agua y aunque este recurso nos parece muy abundante, se prevé que de seguir las tendencias de uso actuales, en un futuro llegará a escasear seriamente. Por eso, debemos ser conscientes de cómo y cuánto gastamos. Es nuestra obligación evitar el desperdicio en nuestra casa, en la de nuestros familiares, y en cualquier sitio al que vayamos.

“Con sólo una gota de agua que caiga por segundo de un tubo defectuoso o mal cerrado, estaremos desperdiciado 30 litros de agua potable en un día”.⁹⁷

Energía

Las energías renovables se caracterizan porque los procesos de transformación y aprovechamiento se pueden dar por períodos largos sin que se consuman ni se agoten.

La energía representa uno de los rubros más importantes en los costos de operación de un establecimiento, las áreas de mayor consumo de energía son: iluminación, calefacción, ventilación, aire acondicionado, lavandería, cocina y servicios generales. Utilizando fuentes de energía renovable se reduce la contaminación local, se mantiene la calidad del destino turístico y se enriquece la experiencia del cliente.⁹⁸

⁹⁶ Op. Cit.

⁹⁷ Op. Cit.

⁹⁸ Op. Cit., RAINFOREST

Flora y Fauna

La flora y la fauna representan los componentes vivos de la naturaleza, los cuales, unidos a los componentes no vivos, como el suelo, el agua, el aire, etc., conforman el medio natural.

Las relaciones de alimentación, determinan las llamadas cadenas alimentarias, en las cuales los animales herbívoros (los que se alimentan de plantas y otros organismos vegetales) constituyen el alimento básico de otros grupos de animales que a su vez, servirán de alimento a otros.

Esto trae como consecuencia que la disminución en número o la desaparición de estos, por causas naturales o por la influencia del hombre, ponga en peligro todo el sistema.

La flora y la fauna representan recursos naturales renovables, de gran importancia para el hombre. De la primera proviene una gran parte de los alimentos y medicamentos, así como la materia prima para la industria textil, maderera y otras.⁹⁹

Conservación de la vida silvestre

El término conservación se refiere al manejo y uso de los recursos naturales por las generaciones presentes y futuras.

Los problemas de conservación animal varían dependiendo del tipo de especie. Si por ejemplo, es explotado principalmente por razones comerciales o recreacionales, si es libre o no de cruzar fronteras nacionales y de las condiciones sociales y económicas de las diferentes naciones. En muchos países, algunos animales son cazados por deportistas, por lo tanto, en estas regiones es importante el control de las licencias y la supervisión de los cazadores para la conservación de la vida silvestre.

⁹⁹ Op. Cit.

Biodiversidad

La vida en la tierra muestra una diversidad que parece ilimitada. Los seres vivos han conquistado medios tan diferentes como los océanos y el aire; se han asentado en las franjas tropicales, y también en las frías zonas polares.

Bosques

Según estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) la superficie actual de los bosques representa un 25% de la superficie total de las tierras emergidas del planeta, aproximadamente unos 3,400 millones de hectáreas de bosque.

Más de la mitad de la cubierta arbórea del mundo se encuentra en países en desarrollo, que tienen una tasa anual de pérdida forestal de 0.65%. Por otra parte, los bosques están en plena expansión en los países más ricos, sea como consecuencia de las repoblaciones comerciales, o por el abandono y reforestación natural de antiguas superficies agrícolas.¹⁰⁰

Especies en peligro

Generalmente, una especie en peligro es un organismo en riesgo de desaparecer de la faz de la Tierra si no mejora su situación. Cuando no se observa en ambientes naturales a miembros de una especie durante más de cincuenta años, se dice que está extinta. Aquellas que pudieran estar dentro de poco tiempo en peligro se denominan especies amenazadas. En muchos países se dictan leyes y regulaciones para proteger a las especies en peligro y los hábitats de los cuales ellas dependen.

Las causas principales de la extinción de las especies son destrucción de los hábitats, explotación comercial como recogida de plantas, cacería, daños causados por plantas y animales no nativos introducidos en un área, y

¹⁰⁰ Op. Cit.

contaminación ambiental. De todas estas causas, la destrucción directa del hábitat es la que pone en peligro a mayor número de especies.

Técnicas de conservación

Entre los mecanismos legales modernos, unos de lo más importantes en la protección de la vida silvestre son las leyes y acuerdos internacionales que protegen las especies amenazadas y en peligro. Igual de importantes son las disposiciones que determinan controles en la contaminación ambiental; los progresos resultantes en la calidad del aire y del agua mejoran las perspectivas para la supervivencia de la vida silvestre y humana. Entre los métodos artificiales para revertir la disminución de recursos se encuentran los programas de repoblamiento y restauración de hábitats.

A través del tiempo, el hombre en su lucha por dominar la naturaleza, aprendió a usar las plantas y los animales para subsistir; de ellos obtenía alimento, vestido y fuego para calentarse. Pero a medida que las comunidades crecieron, aumentaron también las necesidades de alimentos, y por consiguiente, la utilización de la flora y la fauna se incrementó hasta niveles muy por encima de la capacidad de regeneración de la naturaleza.

El factor principal en la disminución de la fauna mundial ha sido la sociedad humana moderna, a través de una cacería comercial excesiva o, por invasión o destrucción de los hábitats naturales, dando armas de fuego a quienes antes no tenía o la introducción en ciertas áreas de mamíferos exóticos más agresivos.¹⁰¹

El avance de la industria, cuyos desechos contaminan el medio, afecta de igual forma el medio natural.

¹⁰¹ Op. Cit.

Áreas Naturales y Conservación

Espacios Naturales Protegidos

Los espacios naturales protegidos son territorios establecidos con la finalidad de favorecer la conservación de la naturaleza. En muchos casos se trata de preservar la naturaleza privilegiada.

El proceso de desarrollo económico en América Latina lleva transformaciones ambientales con consecuencias en el plano económico, social y político. En las últimas décadas se intensificaron los procesos de sobreexplotación de los recursos naturales como consecuencia del proceso de industrialización, aumento de los patrones de consumo y producción, el acelerado proceso de urbanización, incorporación de tecnologías no amigables con el ambiente, aumento de la contaminación y aumento de la demanda del crecimiento demográfico. El deterioro ambiental, es un proceso que no es consecuencia directa del desarrollo, pero que depende del tipo de desarrollo.

Áreas Verdes y Jardines

Espacio natural, espacio abierto o área verde son términos que generalmente se emplean como sinónimos y, sin embargo, su significado no es el mismo.

El espacio natural es el origen del espacio abierto y de las áreas verdes. No tiene límites, era la naturaleza misma, el campo.

El área verde urbana es considerada como los pulmones de las ciudades, las cuales, a través de la vegetación, purifican el aire, permiten la recarga del manto acuífero y sirven de eslabón entre el hombre de la ciudad y la naturaleza.

Desechos Sólidos

Consiste en reducir el consumo excesivo de productos, sobre todo, de aquellos que generan residuos difíciles de reciclar como los empaques de polietileno para alimentos de consumo individual.

Contaminación

La contaminación es la presencia de sustancias nocivas y molestas en el aire, el agua y los suelos, depositadas allí por la actividad humana, en tal cantidad y calidad que pueden interferir la salud y el bienestar del hombre, los animales y las plantas, o impedir disfrutar la vida.

Las formas de contaminación pueden ser muy variadas: por sustancias sólidas, líquidas y gaseosas, o por el ruido, el calor y los olores.

Es por eso que es importante:

- Manejar las aguas residuales, tanto fecales como jabonosas, de forma tal que no contaminen ni afecten la salud pública.
- Adoptar medidas para minimizar las emisiones de gases y aerosoles contaminantes, ruidos desagradables y olores fuertes.
- Reutilizar las aguas residuales o servidas para riego o limpieza, luego de haber sido tratadas.
- Utilizar productos cosméticos y de limpieza biodegradables.
- No contaminar el suelo con derivados de petróleo ni con tóxicos persistentes.

Los fines de la Educación Ambiental se orientan hacia la formación de una población capacitada para gestionar su entorno, así como para desarrollar las capacidades individuales y colectivas para establecer una nueva relación entre la humanidad y el medio ambiente.¹⁰²

La educación ambiental es ante todo, educación para la acción. Actúa ampliando los conocimientos y conciencia acerca de los impactos de la actividad humana sobre el medio, pero con el objetivo de mejorar las capacidades para contribuir a la solución de los problemas. Con la educación ambiental se facilita, la comprensión de las complejas interacciones entre las sociedades y el ambiente.

Sociocultural

Actividades Culturales

La cultura es el rasgo distintivo de la especie humana. Se entiende como el modo en que los grupos humanos aprenden a organizar su comportamiento y su pensamiento, en relación con el entorno físico que habitan.

El comportamiento es uno de los principales elementos de la cultura y se refiere a la forma en que los individuos se relacionan entre sí.

La mayoría de los organismos vivos depende de sus instintos, en tanto los seres humanos dependen de la cultura para su supervivencia.

Los hombres deben aprender cómo sobrevivir en los más variados entornos físicos y sociales. La cultura consiste en las estrategias de supervivencia compartidas por un grupo humano, transmitidas de una generación a la siguiente.

La cultura es el resultado de la interacción que se produce entre los miembros de los diversos grupos sociales. Los seres humanos aprenden formas de

¹⁰² Op. Cit.

comportamiento y modos de pensar de sus padres y de los restantes miembros de la sociedad en la que viven.

Sin la existencia de la sociedad resultaría imposible la aparición de la cultura, dado que no tendría lugar la interacción que hace posible que las personas compartan conocimientos, valores y creencias.

Toda empresa sostenible debe considerar y ser parte integral de su entorno social, respetando y apoyando los procesos de desarrollo de las comunidades vecinas.

Contribución al desarrollo local

Una forma de entender la realidad de lo local es usando como referencia la comunidad, en la cual todos sus miembros tienen una misma idea generalizada en las vivencias de cada uno.

Si una comunidad recolectora necesita cruzar un torrencioso río para conseguir comida, todos los individuos son conscientes de la misma problemática: niños, mujeres, hombres, jóvenes, ancianos. Todos se abocan a poner un árbol que sirva de puente, así se contribuye a una tarea y una necesidad común. Nadie puede faltar porque a todos compete, nadie falta porque cada individuo siente que es su problema.¹⁰³

Esta acción, queda marcada en la historia de un grupo étnico, de forma que los elementos relacionados como técnicas, conductas, emociones, significados, etc., forman parte de una realidad que se hereda socialmente.

Rescate y protección del patrimonio histórico cultural

Se trata de poner en productividad una riqueza inexplorada pasándola del dominio de las minorías al conocimiento y disfrute de la mayoría de la población.

¹⁰³ Op. Cit.

Pretende motivar el desarrollo de una conciencia social para favorecer la conservación y defensa del patrimonio cultural, y promover el acceso de las comunidades para el uso de los bienes que lo conforman.

Respeto a culturas y poblaciones locales

Las comunidades locales varían en tamaño, composición, estructura y organización. Algunas veces éstas son definidas por límites administrativos, mientras que otras emergen de una cultura e historia compartidas.

Las poblaciones indígenas o aborígenes son aquellas que estaban viviendo en sus tierras antes de que llegaran los colonizadores de otros lugares, los cuales al convertirse en el grupo dominante, mediante la conquista, la ocupación, la colonización o por otros medios segregan o discriminan a los pobladores originarios. Cada vez que los pueblos vecinos dominadores han ampliado sus territorios o llegan colonizadores de tierras lejanas, las culturas y el sustento de los indígenas han estado en peligro. Estas amenazas han evolucionado a través de los años, sin embargo no han desaparecido por lo que las poblaciones autóctonas son consideradas como uno de los grupos más desfavorecidos en el mundo.

Económico

Toda actividad humana realizada en un ambiente natural genera impactos. El reto es identificarlos y tratar de minimizarlos o eliminarlos por completo.

Un elemento clave para el éxito de los programas y proyectos de ecoturismo dentro de un área silvestre protegida, debe ser su capacidad de contribuir a la generación de ingresos y a la autosostenibilidad financiera del área.

“En los últimos años el crecimiento de la industria turística en América Latina ha sido considerable, especialmente en los segmentos de ecoturismo y turismo sostenible”.¹⁰⁴

Este crecimiento de la demanda turística ha brindado nuevas oportunidades de actividades económicas a familias, comunidades rurales y grupos organizados en la región; sin embargo también ha provocado que la competencia entre empresas, sobre todo en pequeñas y medianas, se manifieste de manera desleal, afectando la calidad de los servicios que se ofrecen al turista y disminuyendo los ingresos de las mismas.

En general, las autoridades gubernamentales y de turismo velan por el cumplimiento de reglamentos fiscales, laborales y ambientales.

El cliente es la razón de ser de toda empresa turística y por ello, es de esperar que aquellas que operan de manera responsable, asuman ante ellos el compromiso serio de adoptar medidas respecto a la calidad del servicio, la protección del ambiente y el bienestar social.

La base para un buen desempeño empresarial es la capacitación, comprende desde la preparación para asumir un puesto, hasta el conocimiento que permite comprender por qué y cómo se asume el compromiso de sostenibilidad, incluyendo a las comunidades aledañas, los clientes y al personal mismo.

Diseño y Construcción

El diseño sostenible lucha por satisfacer las necesidades de la sociedad presente sin disminuir el potencial para que las generaciones futuras satisfagan las suyas. Desde el proceso de diseño hasta la demolición, el diseño sostenible, identificado con el diseño orgánico “verde”, incorpora prácticas

¹⁰⁴ Op. Cit.

ambientales que incluyen desde la planeación, metodología, producción, construcción, renovación hasta el mantenimiento.

El diseño arquitectónico sustentable busca la armonía con su entorno natural y cultural.

3.7 TURISMO RURAL SOSTENIBLE

El turismo local y de pequeña escala es en donde existe una mayor correlación entre desarrollo sostenible y turismo sostenible. La Country Side Comisión en 1995, señala que el turismo rural sostenible consiste en encontrar una correcta armonía en la relación que se establece entre las necesidades del visitante, el lugar y la comunidad receptora.

A menudo se considera que el turismo rural es sostenible, ya que atrae a un número reducido de visitantes, la limitación de los establecimientos lo favorece y no requiere de una amplia infraestructura y los turistas acostumbran a estar interesados en la comunidad local. Este aspecto es uno de los atractivos del turismo rural que se apoya en una interacción personal entre los residentes locales y visitantes, de forma que éstos se conviertan en invitados y anfitriones.¹⁰⁵

Pero sobre todo el turismo rural se basa en los atractivos paisajísticos y ambientales de los espacios en donde se ubican las casas y las actividades, es por ello que es exigible que los propietarios de estos establecimientos estén motivados por adoptar prácticas de desarrollo sostenible.

Según los expertos en turismo sostenible, Middleton y Hawking, enumeran una serie de razones positivas y negativas del turismo rural sostenible.

¹⁰⁵ AGUILAR Pepa. Decrecimiento: camino hacia la sostenibilidad .El ecologista No. 55, 2007

PROS

Socio-económico

- Diversifica las economías rurales, potenciando el sector de servicios.
- Genera nuevas demandas de servicios para la comunidad y ayuda a la creación y mantenimiento de las infraestructuras.
- Promueve actividades innovadoras.
- Ayuda al desarrollo de los productos locales y la artesanía.
- Genera nuevos puestos de trabajo.
- Proporciona ingresos complementarios a las economías familiares.
- Crea oportunidades para jóvenes y mujeres.
- Ayuda a reequilibrar la estructura poblacional de la comunidad local.
- Contribuye a potenciar las migraciones de retorno.

Cultural

- Recupera y revitaliza la cultura local.
- Potencia el sentido de identidad de la comunidad.
- Potencia la autoestima de la comunidad y las actividades colectivas.
- Ayuda a la identificación y al conocimiento del lugar.
- Proporciona oportunidades de intercambio cultural entre los residentes locales y los nuevos llegados.

Medioambiental

- Contribuye a ser un factor de revitalización de los recursos naturales de la región.
- Contribuye a la concienciación patrimonial y medioambiental.
- Favorece la protección de los espacios rurales.
- Potencia la sensibilidad medioambiental de la comunidad local.

- Potencia el mantenimiento de la actividad agrícola y los mosaicos de paisaje.
- Reutiliza las construcciones antiguas y reduce las masificaciones constructivas.

CONTRAS

Socio-económico

- Los puestos de trabajo que se crean son precarios.
- Contribuye a perpetuar el rol de la mujer como cuidadora de turistas.
- Genera inflación e incremento de precios en la comunidad y en el mercado de la vivienda.
- Introduce inversiones ajenas a la comunidad.
- Puede situarse al margen de la dinámica de la comunidad.
- Los beneficios generados pueden no repartirse de forma equilibrada en la comunidad.

Cultural

- Puede artificializar la cultura local.
- Puede alterar el equilibrio social de la comunidad.
- Puede generar sentimientos de rechazo a los nuevos llegados.
- Puede generar sensación de usurpación de identidad y marginalización de la comunidad local.

Medioambiental

- La actividad turística y los turistas generan impactos ambientales.
- El turismo genera polución, residuos y contaminación acústica y lumínica.
- El turismo consume recursos ambientales y altera los hábitats locales de fauna y flora.

3.8 TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR

La preocupación por un turismo sostenible ha animado a buscar crecientemente modalidades y productos turísticos que encajen en las culturas y en el medio ambiente. A su vez la importancia para reducir la desigualdad económica y el acceso a los servicios básicos de una gran parte de la humanidad ha convertido el turismo en estrategia emergente para el desarrollo.

Estados, ONGs, organizaciones internacionales de ayuda al desarrollo y pueblos indígenas convirtiéndose en muchos países en una panacea del desarrollo turístico desde abajo, protagonizado por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos antes que sujetos del desarrollo.¹⁰⁶

En la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura, como menciona el Community Based Tourism (CBT), por la organización o gestión turística comunitaria: es la comunidad en el turismo y no tanto el turismo en la comunidad.

La comunidad viene a significar tener algo en común, ligada a tres elementos: lugar, interés y apego. Desde esta perspectiva la comunidad conforma tanto un mundo particular como un entendimiento compartido, entendiéndola como lo menciona el sociólogo Bauman la comunidad es una estructura de funcionamiento de entidad en sí misma.

En Ecuador, comunidades con dimensión histórica, jurídica, socio organizativa, de gestión de recursos, de reivindicación político indígena y campesina representan la vida cotidiana de muchos ecuatorianos.

Las comunidades ecuatorianas se constituyen formalmente a partir de finales de los años 30 como forma de restituir la vinculación originaria entre los pueblos indígenas y sus territorios una vez que régimen de haciendas había perdido gran parte de su sentido económico.¹⁰⁷

¹⁰⁶ RUIZ, Esteban; HERNÁNDEZ, Macarena; CANTERO, Pedro y DEL CAMPO, Alberto .Turismo comunitario en Ecuador: Turismo y Patrimonio Cultural. Revista Pasos, Vol 6. No 3. Pág. 399-3418

¹⁰⁷ Op. Cit.,

De esta forma, se inserta plenamente en la organización político administrativa del estado y se da consistencia a los derechos indígenas que reconoce la constitución de 1998.

El turismo en el Ecuador es la tercera actividad económica más importante según los informes del Ministerio de Turismo 2006, tras la extracción de petróleo y de producción de plátano, sin considerar los ingresos de las remesas de los emigrantes. Implica un promedio de 900 mil visitantes al año y alrededor de 800 millones que ingresan al país por este concepto.

La extraordinaria biodiversidad y riqueza cultural son los catalizadores del sector turístico. En este contexto las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente, durante las últimas décadas del siglo XX, a plantearse su participación en la actividad turística desarrollando una propuesta propia: el turismo comunitario.

3.8.1 Turismo Comunitario

El turismo comunitario se ha convertido en muchos países en una estrategia de desarrollo local, protagonizada por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo. Ecuador es buena muestra de ello.¹⁰⁸

El Turismo Comunitario nace como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afrodescendientes para generar ingresos a las actividades económicas diarias y defender los recursos culturales y naturales locales.

Es una forma de gestión del turismo que conlleva tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral social y natural, y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades. Se trata de un

¹⁰⁸ RUIZ, Esteban y SOLÍS, Doris. Prologo: Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social. Quito: Abya Ayala. 2007

modo de implementar el turismo que persigue equilibrar las dimensiones medioambientales y culturales, con la gestión y organización de las comunidades.

Características del Turismo Comunitario

- Se trata de una actividad económica, ya que posibilita la producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del turista.
- Los prestadores que den servicios a los visitantes deben ser miembros de una comunidad.
- Se ofrece como producto turístico principal la convivencia en la comunidad. El turista convive con los miembros de la comunidad, cuenta con la participación en forma activa en las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, disfrutando su patrimonio natural y cultural.

El turismo comunitario pone énfasis en los siguientes puntos que al igual que el turismo sostenible son la base de su funcionamiento:

Cultura: valorar, concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades. Revalorar los valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en la comunidad.

Ambiente: conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos, y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo de las comunidades.

Economía: integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria fomentando los emprendimientos de turismo comunitario.

3.8.2 Turismo Comunitario en el Ecuador

Las operaciones de turismo comunitario en Ecuador surgieron en forma espontánea desde los años 80 estrechamente vinculadas al ecoturismo o turismo sostenible y solo desde el año 2000 plantea la necesidad de reconocerlas oficialmente.

“En la actualidad unas 60 comunidades indígenas y campesinas ofertan turismo comunitario, estimándose que esas actividades benefician directa e indirectamente a unas 20 mil personas”.¹⁰⁹

En el surgimiento del turismo comunitario se vieron implicados diferentes agentes externos relacionados con el ecoturismo como agencias de cooperación y ONGs, por eso el turismo comunitario fue formalizado por primera vez al incluirse en 2001 en el reglamento de ecoturismo y sostenibilidad.

Finalmente el turismo comunitario adquiere plena forma jurídica en la ley de turismo del 2002 en la que además se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), la cual está estructurada con representantes de todas las comunidades involucradas y de las federaciones o redes provinciales y regionales.

Es así que para dicha federación el turismo comunitario es:

... toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales.¹¹⁰

¹⁰⁹ Op. Cit.

¹¹⁰ RUIZ, Esteban y SOLÍS, Doris. Turismo Comunitario en el Ecuador: evolución, legislación y mercado: Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y Sostenibilidad social. Quito: Abya Yala, 2007. Pág. 31

... nosotros tuvimos muchas amenazas como pueblos indígenas. Justamente en esos años tuvimos las amenazas de las empresas petroleras, marmoleras, madereras y había turismo manejado por la gente de afuera. Y para la gente joven era bueno que hubiera esas empresas porque darían trabajo. Pero la gente mayor y las mujeres dijeron que no eran buenas esas empresas porque se va a deteriorar nuestra naturaleza. Y teníamos que decidir qué hacer. Poner una alternativa que traiga un trabajo, que trabajen todos pero que por otra parte no rompa lo comunitario de nuestra gente nativa. Y los dirigentes (...) dijeron: busquemos una alternativa, y en varias reuniones decidimos que el turismo era una alternativa, y justamente el turismo ha sido una alternativa que vino a llenar este vacío.¹¹¹

Por definición el turismo comunitario en Ecuador complementa el funcionamiento económico de la comunidad. La participación en las actividades turísticas está regulada comunitariamente.

En toda esta multidimensionalidad híbrida entre turismo comunitario y turismo sostenible, es la que permite comprender apropiadamente los efectos positivos sobre dos aspectos cruciales en las políticas de desarrollo: la emigración y la protección ambiental.

Con la incorporación de turistas a sus prácticas cotidianas, se define y se establece una manera de presentarse a los otros, que no es otra que enseñar lo más sencillo de sus días y sus actividades.

El Ecuador es uno de los países más desarrollados y reconocidos en el campo del Turismo Comunitario. Este desarrollo se debe a la autogestión y emprendimiento de las comunidades.

Pequeñas comunidades indígenas y afroecuatorianas comparten sus hogares con los turistas permitiendo tener más contacto con la gente, conocer a fondo sus costumbres y sus conocimientos ancestrales. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo se reinvierte en proyectos para la comunidad.

¹¹¹ Op. Cit.

Así empieza el trabajo en equipo, algunos se convierten en guías, otros se dedican a la preparación de los mejores platos, los artesanos se dedican a fabricar piezas para la venta y alguien presta su casa para convertirla en hotel.

Las comunidades indígenas y afroecuatorianas a través del impulso de las iniciativas turísticas comunitarias han generado empleo comunitario con un porcentaje de 98.02%. Igualmente se debe recalcar la participación de las mujeres, donde se evidencia una relación de igual entre hombres y mujeres. De cada 4 empleos generados temporalmente, 3 son ocupados por miembros de la comunidad.¹¹²

La Fundación de defensa ecológica (FUNDECOL), es la primera organización comunitaria que inicia en el Ecuador y es un claro ejemplo de turismo comunitario quienes pretenden dar a conocer la realidad del manglar de Muisne y difundir la defensa de los ecosistemas a los visitantes para así poder recibir ingresos, al mismo tiempo que revalorizan su ancestral cultura.

El 7 de Abril del 2009, la operación turística comunitaria cuenta por primera vez en la historia del turismo con un sustento legal para el ejercicio de sus actividades, el mismo que será una herramienta clave para el desarrollo turístico de este sector, así como para la generación de oportunidades.

Según la ex Ministra de Turismo Nataly Sión, el documento legal busca promover un turismo sustentable, solidario y de calidad para los visitantes y una alternativa de trabajo, para mejorar la calidad de vida de las comunidades, nacionalidades y pueblos de Ecuador.

En el documento se define los estándares mínimos para el registro de los Centros de Turismo Comunitario, tales como: Instalaciones, Señalización, Áreas comunes, Ambientación, Decoración, Mobiliario, Cultura, Condiciones Básicas de Instalaciones de Habitaciones, Servicio de Alimentos y Bebidas, Servicio de Guías, Servicio de Movilización, Servicios Complementarios, Servicios de Información, Seguridad e Higiene y Proceso de Registro.

¹¹² Op. Cit.

3.8.2.1 El Turismo Comunitario y su Sostenibilidad

El turismo comunitario se convierte en un campo estratégico del desarrollo social, económico y cultural, por tanto es netamente sostenible y busca el equilibrio entre sí, catalizando la búsqueda de actividades económicas compatibles con la conservación ambiental y las condiciones más equilibradas para el encuentro cultural.

Podemos afirmar que toda la cadena turística se contagia con lo comunitario: la oferta con su sello, la demanda predispuesta a la autenticidad, la calidad de los servicios... una forma específica de intermediar... Desde el turismo comunitario se puede desarrollar cualquiera de los productos turísticos al uso, la particularidad reside en el modelo organizativo de la propia actividad turística. La gestión y la organización autónoma son las que propician el desarrollo social, cultural y económico de las comunidades. Por todo ello, la clave conceptual para entender al turismo comunitario, está orientada hacia el concepto de comunidad.¹¹³

Efectos del Turismo Comunitario

Mejora de la calidad de vida: el turismo comunitario se asocia a los programas de lucha contra la pobreza, al igual que frena la migración de las comunidades. Se trata de una estrategia socioeconómica de desarrollo comunitario que elevando el nivel de vida general frene las tendencias migratorias.

Mejora medioambiental: implica una práctica de conservación ambiental, entre la vinculación del turismo comunitario con el ecoturismo y de manera general con la naturaleza.

Defensa de las minorías étnicas: se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre territorios y recursos. En Ecuador la operación turística comunitaria es un campo de presencia indígena en la política nacional.

¹¹³ RUIZ, Esteban y SOLÍS, Doris. Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social. Quito: Abya Yala. 2007. Pág. 13

El turismo comunitario redonda en la sensibilidad y sostenibilidad ambiental.

Por todo lo anterior mencionado, podemos concluir que es necesario proteger el atractivo natural de nuestro país, y preservar el patrimonio, de preferencia utilizando técnicas constructivas tradicionales y haciendo participar a la comunidad. La participación de las comunidades deberá ser encaminada a fortalecer su propia economía con las actividades adicionales generadas por el ecoturismo.

Al recuperar sus sistemas constructivos autóctonos y recibir apoyo con programas educativos para dar servicio a turismo extranjero, la tradición e identidad de las comunidades también se fortalecerá.

Con la capacitación de la fuerza de trabajo local en fabricación de materiales de construcción, así como en el desarrollo de artesanía y cultivo de insumos, se evitará el tradicional abandono del campo.

En consecuencia cuando se pretenda establecer un centro turístico, deberá capacitarse a la comunidad para que ella misma custodie los ecosistemas.

Se espera ver en 15 años ver al turismo comunitario como:

... una actividad sustentable, que genera beneficios económicos para las comunidades involucradas, que contribuya a la conservación de su patrimonio natural y fortalece su diversidad étnica y cultural.¹¹⁴

Visión que ratifica una racionalidad distinta a la actividad económica rentable y se propone una concepción más integral.

¹¹⁴ RUIZ, Esteban, SOLÍS, Doris "Desarrollo y Sostenibilidad social" Turismo Comunitario en Ecuador, Cuenca- Ecuador Pág. 80

CAPITULO IV

4 EL TENA UMBRAL HACIA LA CULTURA Y BELLEZA AMAZÓNICA

Tierra de orquídea, guayusa y canela es San Juan de los dos ríos de Tena como la llamaban anteriormente los españoles en la época de la colonia, la capital de la provincia de Napo, está ubicada sobre el valle del río Misahuallí y está situada en la región amazónica del Ecuador a 500 metros sobre el nivel del mar. Su clima es cálido y húmedo por la presencia de la selva tropical.

El cantón Tena tiene 51.640 habitantes, de ellos 15.661 viven en la zona urbana y 35.979 en el área rural. Sus parroquias son: Tena, Chontapunta, Ahuano, Misahuallí, Napo, Pano y Tálag.

El 32% de la población económicamente activa se dedica a las actividades agrícolas y agropecuarias. Tena es exportadora de café, té, caña, palma africana y naranjilla.

Existen varios mercados artesanales donde se exhiben productos elaborados por diferentes comunidades, una de sus actividades artesanas es la fabricación de muñecos de mazapán, la confección de artículos como shigras, hamacas, arcos, flechas, lanzas, cerámicas, manillas, collares realizados con semillas propias de la región o productos de plantas medicinales como por ejemplo: la sangre de drago.

La comida es exótica pero a la vez deliciosa, lo típico del tena es la yuca, el guineo o maduro y otras variedades vegetarianas. Una especialidad de la región es la carne del roedor más grande como la guanta, guatusa y armadillo; en particular los chontacuro, un gusano de la palmera Chonta, que también

forman parte de la comida típica de la Amazonía. Entre las bebidas se destacan la chicha de yuca, de chonta, la guayusa, el vinillo y la chucula.

Al mismo tiempo que se los disfruta en un exquisito platillo o bebida, hay que estar consciente que muchos de estos animales están en peligro de extinción y que por eso no se recomienda comerlos. El maito de pollo, carne de vaca, tilapia y cerdo acompañados por arroz y maduro pertenecen a los platos más frecuentes en los restaurantes de Tena.

Historia

Cuando los españoles fundaron las ciudades de Archidona, Ávila y Alcalá del Río Dorado, se repartieron las tierras, incluidos los indígenas que allí habitaban, para su explotación y beneficio.

Los indígenas cansados de soportar los excesos de los españoles huyeron hacia la selva, escogieron las orillas de los ríos Tena, Pano o Napo para formar sus centros poblados. Con la llegada de los Jesuitas estas concentraciones humanas tomaron los nombres de Tena, Puerto Napo, San Javier, Ahuano, Santa Rosa.¹¹⁵

Los quijos, perdieron su idioma original y pasaron a llamarse kichwas, alamas o yumbos. En la época de la conquista española, el cantón formó parte del territorio de la Gobernación de Quijos y en los primeros tiempos de la república perteneció a la Provincia de Pichincha como parte integrante del cantón Quijos; pero desde 1861 se crea la Provincia de Oriente y este territorio entra a formar parte del cantón Napo, nombre que se mantiene hasta Abril 30 de 1969 en que pasa a denominarse Tena.

4.1 IDENTIDAD KICHWA: AGRICULTURA Y FAMILIA

Las economías campesinas son basadas en el cultivo de la tierra (chacra), orientada fundamentalmente para la subsistencia, y de otras parcelas

¹¹⁵ Viajando por Ecuador, Ecuador, <http://www.viajandox.com/index.htm>, 25-04-2011

dedicadas a productos que puedan ser competitivos en el mercado. De la variedad de productos de la chacra se podría contar más de cuarenta especies de plantas, arbustos y árboles, destaca la proporción destinada a la yuca, base alimenticia fundamental y materia prima indispensable para elaborar una de las bebidas centrales en la cultura kichwa: la chicha. En cuanto a las parcelas dedicadas a los cultivos comerciales destaca como especie emblemática el maíz, que se convierte en el cultivo más recurrente para conseguir ingresos monetarios. Desde la crisis del café, hay que destacar que el cacao se ha vuelto la producción de más comercialización.

Por lo general, las tierras sobre las que se asentaron los primeros kichwas ocupaba un polígono de aproximadamente 250 m x 2000 m. En total se trataba de parcelas alargadas que ocupaban distintos pisos ecológicos, con distintas calidades de terreno. Lo que llevaba a que cada grupo doméstico propietario pudieran establecer sus casas relativamente próximas.

Cada grupo doméstico se compone del padre, la madre y entre 2 y hasta 12 hijos. Todos los hijos, tanto varones como hembras, tienen derecho por igual a una parte de la tierra como herencia, por lo que ésta puede cederse a la muerte del padre, o más generalmente, mientras éste vive. Por lo corriente, los mayores y varones son los que provocan el reparto una vez que se matrimonian y forman nuevos grupos domésticos que pasan a vivir independientemente en el lote que eligen.¹¹⁶

Los kichwas hombres, buscan a mujeres fuera de la comunidad. La nueva pareja va a vivir a la comunidad del marido, donde tomarán posesión de la herencia que le designa el padre. Por lo general, la tierra de las mujeres permanece abandonada gran parte del año, siendo usufructuada por el resto de los hermanos, que nunca dispondrán sus chacras o cultivos en ellos. Estos grupos domésticos de hermanos vecinos mantienen a su vez estrechos lazos de colaboración.

Pero el compadrazgo va más allá de esta proximidad parental entre hermanos, uniendo y emparentando entre sí a la mayoría de los miembros de la

¹¹⁶GIBSON, Robert Tena: *Naturaleza Amazónica*, Ecuador Infinito, Ecuador

comunidad. Las alianzas que se crean y las obligaciones y derechos que se adquieren hay que tenerlas en cuenta a la hora de entender la cohesión que presentan estas comunidades.

Y a ello le ayuda las posibilidades que la religión evangelista pone a su alcance.

A diferencia de la limitación que supone tener que elegir a un padrino y una madrina por hijo entre los fieles católicos, los evangelistas multiplican sus posibilidades y cada niño o niña nacida podrá tener tantos padrinos y madrinas como se estimen oportunos. Lo que amplía las opciones de parentesco con el resto de miembros de dentro, o fuera de la comunidad.¹¹⁷

A su vez, hay que entender la existencia de un espacio particular de toma de decisiones, que se concreta en las labores agrarias, en el trabajo en la chacra y en el propio grupo doméstico como unidad de producción, consumo y residencia. En este ámbito, las decisiones se toman por el padre, por ser la cabeza de familia, que designa las tareas que debe desarrollar cada uno de sus miembros y decide el futuro de los mismos.

A grandes rasgos se puede decir que los hombres se encargan del comercio de los productos destinados al mercado, del trabajo asalariado fuera de la comunidad y de concentrar la autoridad dentro del grupo. Por otra parte las mujeres son las responsables de las chacras, las únicas que pueden y saben elaborar la chicha, encargándose de las tareas relacionadas con la crianza de los hijos. La división de papeles dentro del grupo doméstico está signada por el género de los hijos, dedicándose los varones mientras son niños al trabajo de la chacra y las hijas al cuidado de los hermanos menores.

Uno de los momentos importantes de la vida cotidiana de estas familias son las reuniones en el hogar antes del amanecer, la madre tiene preparada la guayusa, infusión a base de hojas de un arbusto con el mismo nombre, es ahí donde se planifica la jornada con todos los miembros de la familia.

¹¹⁷ Op. Cit

Desde este espacio particular, los distintos grupos domésticos participan en la vida comunitaria, en la toma de decisiones colectivas.

4.2 TURISMO EN EL TENA

La Selva amazónica es un lugar sumergido en leyendas fantásticas y culturas poseedoras de la gran sabiduría de la naturaleza. En el Ecuador hay varios puntos de partida para adentrarse a la selva.

La Amazonía está conocida por su diversidad cultural de sus habitantes indígenas y su biodiversidad única en animales, especies de aves, insectos, plantas y otras formas de vida. Su belleza y tesoros naturales son un testimonio vivo para la salud de la selva, pero también para su fragilidad, donde cada especie es una parte esencial interdependiente los unos de los otros y cada pérdida causa cambios irreversibles de todo el eco sistema.

Tena es un paraíso natural y cultural. Sus bosques, flora y fauna se transforman en un cuento real. La visita y convivencia con las comunidades son el mejor enriquecimiento turístico que posee esta hermosa localidad. Pero sin embargo los monumentos, parques y ríos la hacen de este un paradisiaco lugar.

Solo como muestra de la increíble flora más de 8200 especies vegetales se encuentran en la Amazonía, de las cuales 2725 pertenecen al grupo de las orquídeas. Así mismo, Ecuador es dueño de 8% de las especies animales y 18% de las aves del planeta.¹¹⁸

Esta ciudad se encuentra en plena selva, lo primero que se nota es la gran variedad de aves multicolores volando entre las casas mientras que los refrescantes ríos Pano y Tena se juntan y dividen a la ciudad en dos.

¹¹⁸ ANDRADE, José Vicente. Turismo, fundamentos, S.P, Ática, 1992, Pág. 215

El turismo se ha transformado en una importante actividad económica en el cantón. Existe una infraestructura turística que progresa paulatinamente y entre las atracciones más visitadas están:

El jardín botánico en medio de la ciudad, denominado El “Parque Amazónico” es donde se difunde el valor de los bosques y la conservación de los recursos naturales a través de educación ambiental. El Parque se constituye en un muestrario del ecosistema amazónico, en donde la flora nativa se observa en todo su esplendor.

Las Cavernas de Jumandy, un complejo de cuevas místico y aventurero se encuentra aproximadamente a 15km en el norte de Tena. Una vez dentro de las cavernas, se empieza a develar un mundo fantástico con extraordinarias formas y laberintos mágicos llenos de belleza. Una dimensión irreal, donde el silencio total ocupa cada rincón escondido esperando a aquellas personas con espíritu explorador interesadas en descubrir los secretos de la tierra.

Al nuevo Parque Nacional Sumaco, muy pocos aventureros logran subir a su cráter donde se atraviesa una jungla montañosa y lodosa. En los bosques nublados y lluviosos alrededor del volcán viven osos de anteojos, pumas, jaguares, jabalís, armadillos, trasnochadores y murciélagos. Además la gran variedad de pájaros y las diferentes plantas endémicas hacen de esta reserva natural una de las más variadas en Ecuador.

Misahuallí se encuentra a 20 minutos del Tena, donde al llegar al puerto fluvial del oriente, los viajeros tienen que cambiar a una de las canoas largas que conectan el pueblo Misahuallí con otros poblados. Aproximadamente son 1000 habitantes que está situado en la confluencia de los ríos Napo y Misahuallí, es un punto de partida atractivo para excursiones en la selva tropical y la convivencia con las diferentes comunidades.

El centro de investigación biológica de Jatún Sacha se encuentra media hora en canoa río abajo desde Misahuallí.

La reserva de 1300 hectáreas representa una de las últimas partes de bosque primario de esta zona. La estación cuenta con más de 500 especies de pájaros, 200 clases de árboles, 120 reptiles y anfibios y más de 120 tipos de orquídeas.¹¹⁹

Se realizan varias caminatas para conocer la selva tropical y cerca de este centro se encuentra la granja de un proyecto alemán llamado Esperanza Verde, esta fundación trabaja para la conservación del bosque y con la disposición de las comunas cooperan en la utilización del espacio sostenible y responsable. Además que colabora con Jatún Sacha.

También se puede realizar varias actividades como excursiones a la selva, donde podrán conocer la historia y tradiciones de las etnias Kichwa y Huaorani deportes de riesgo como: rafting, kayak, tubing, canopy, trekking; eventos culturales como: música kichwa, danza, shamanismo, visita a los petroglifos, observación de aves, comidas típicas entre otras.

Uno de los petroglifos más interesantes se llaman Saporumi, que significa “Sapo de Piedra”, esta piedra se encuentra ubicada a 25 minutos desde el Tena. Tienen siete figuras de sapos de diversos tamaños y junto a la piedra pasa un pequeño riachuelo. Lo único malo es que alguien ha tallado a un costado un corazón con iniciales y el nombre de Aleja. Este problema sucede en todo el país, las acciones antrópicas sin conocimiento ni conciencia de conservación están llevando nuestro patrimonio al deterioro.

Uno de los principales atractivos es la convivencia con las comunidades, en las cuales se intercambian culturas con los integrantes de las diferentes comunidades que habitan en el cantón Tena.

¹¹⁹ Jatun Shungo, Ecuador <http://jatun-shungo.com/excursiones.html> 20-04-2011

Turismo en la ciudad de Tena:

Capilla de las Madres Doroteas.- Ubicada en el parque central de Tena, es la primera iglesia construida por los misioneros josefinos.

Monumento a Jumandy.- Está ubicado en la salida norte de la ciudad de Tena. Se puede admirar al gran cacique de guerra como la figura histórica más destacada de la Amazonía.

Malecón cerrado de Tena.- Área ubicada junto al río Tena. Se pueden apreciar muestras de plantas ornamentales, esculturas que reproducen cerámica amazónica, bateas para lavar oro. Sitio ideal para observar el río y hacer fotografías de la ciudad. En la orilla opuesta del río Tena existe otro tramo de malecón que invita a los recorridos nocturnos para gozar de la brisa y los sonidos provenientes de la selva.

4.3 EL MINISTERIO DE TURISMO Y SUS PROYECTOS EN EL TENA

- La alcaldía del tena conforme con el Ministerio de Turismo pusieron en marcha el mirador "La Isla" de la Ciudad de Tena, ubicado en el Parque Amazónico, que se convierte en el primer proyecto dentro de la Ruta del Agua. La Gerente Regional Amazónica, María Victoria Reyes, explica que la ruta nace como un proyecto de potenciación del turismo sostenible y como eje articulador de la oferta de servicios y productos turísticos de las seis provincias amazónicas: Sucumbíos, Orellana, Napo, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.

La denominación "Ruta del Agua", tiene una enorme trascendencia en la visión del turismo sostenible que el Ecuador ha decidido impulsar a través del PLANDETUR 2020, este se propone potenciar un desarrollo equilibrado económicamente, socialmente y ambientalmente, con visión sectorial para

lograr una armonía con la naturaleza, posicionando a nuestro país como un destino turístico sostenible líder y altamente diverso.

Los productos turísticos identificados en la Ruta del Agua están constituidos por cinco rutas temáticas que son: Ruta de aviturismo, agroturismo, ecoturismo, comunitario, recreación.

En este contexto el agua, a más de ser el elemento central de la biodiversidad y de las culturas ancestrales, se constituye en el argumento central del turismo y su contribución al cambio climático y al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Los ríos son la principal fuente de vida, recreación y belleza.

- El pasado 1 de abril del 2011, Freddy Ehlers, Ministro de Turismo, en la reinauguración de las oficinas del Ministerio de Turismo del Tena y con el fin de que se fortalezcan las actividades comunitarias mencionó:

“Los conquistadores se equivocaron de tesoro, hoy el verdadero tesoro es la naturaleza”.

En estas declaraciones, se invitó hacer una labor cívica nacional para reconstruir los bosques originarios y así vivir en un verdadero paraíso como es nuestra tierra.

El alcalde del Tena, Washington Varela, expuso los diferentes proyectos como son el paseo turístico o ciclo vía, el puente pasarela que unirá a la ciudad, el sendero ecológico que va desde Tálag hasta Ana Tenorio. Todo con la finalidad de conservar el paraje en la parte alta de la selva que no está explotada, pero para eso es importante el turismo de una forma técnica.

Otro de los proyectos que animan a los pobladores a ser más conscientes con el entorno del medio ambiente inicia desde los más pequeños, realizando marchas para mantener un Tena limpio. Los niños exhibieron novedosos trajes

reciclados e invitaron a todos los habitantes a formar parte de este nuevo cambio.

4.4 PROYECTOS COMUNITARIOS EN EL TENA

En la Amazonía existen cerca de 40 proyectos comunitarios dedicados al ecoturismo. Pero ninguno dedicado en sí al Turismo Sostenible. En la provincia de Napo está el proyecto RICANCIE que es una red de nueve comunidades Kichwas en el Alto Napo, las comunidades han establecido un programa eco-turístico único basado en el respeto tradicional para la herencia ecológica y cultural, como camino alternativo para el desarrollo de las comunidades para la generación actual y la futura. El ingreso monetario del programa turístico mejora la vida de las familias, ofrece a los jóvenes un futuro dentro de su comunidad, prohíbe la migración a las grandes ciudades o al extranjero y permite a toda la comunidad, hombres como mujeres a tomar su papel en el programa turístico.

En las comunidades, los viajeros junto a los guías nativos y los habitantes Kichwas del lugar, participan en diferentes actividades como la preparación de alimentos típicos como por ejemplo chicha de yuca.

La mayoría de lugares hospedan a los visitantes en cabañas o en las viviendas de los mismos nativos.

Las nacionalidades más grandes de la Amazonía son los Kichwas que se encuentran en las provincias de Pastaza y Napo. Hay alrededor de 60 mil habitantes. Ellos hablan el mismo lenguaje de los Kichwas de la Sierra, pero tienen diferentes costumbres y formas de vida.

Los principales atractivos de la región, detectados en un estudio del Instituto para el Eco-desarrollo Regional Amazónico (ECORAE) se divide en: características biofísicas y características culturales.

Características Biofísicas:

La existencia de tan diferentes ecosistemas en una sola provincia, como: el páramo, las estribaciones orientales, la cordillera amazónica y la llanura tropical, la biodiversidad en bosques, con vegetación, fauna, paisajes, ríos, lagunas, termas, cavernas, etc.

La declaración de 11 áreas naturales protegidas son 25% de la superficie de la región amazónica ecuatoriana, con 3'436.531 hectáreas.

La declaración de 2 zonas intangibles y de patrimonio forestal.

Se identificaron 129 lugares naturales de atracción turística, tanto para el mercado internacional como el nacional.

Características socioculturales:

Existen nueve nacionalidades indígenas, con identidad cultural, idioma, costumbres y hábitos ancestrales.

La existencia de mestizos colonos dedicados al comercio, la burocracia, la ganadería, la agricultura, carentes de tecnología, sin visión empresarial, tradicionalistas y muy paternalistas.

Diferentes áreas arqueológicas conformadas por petroglifos con alta simbología.

Así, la provincia de Tena posee un potencial turístico que actualmente ya se está aprovechando, creando así una ocupación del 15% de la población activa.

En el cantón Tena existen: 87 establecimientos de alojamiento entre cabañas, hostales, hoteles, moteles, hosterías, y pensiones; 27 agencias de viajes; 42

establecimientos de alimentos y bebidas; 7 establecimientos de diversión y recreación.

El estudio realizado por la ECORAE reveló que los turistas que van al Tena lo hacen de pasada, cuando se dirigen a otras partes o bien que es el punto de partida de muchos tours en la selva amazónica. Así el promedio de tiempo que transcurren en Tena es de tan solo una noche.

Tena, como capital de la provincia es la localidad con más turismo, aunque como se ha comprobado, todo su turismo es de paso.

La economía de la región Amazónica está deprimida y cuenta con escasos recursos, por esto se está estudiando un Proyecto de Turismo Sostenible que podría ayudar a su recuperación.

Para llevar a cabo este proyecto es necesario mejorar algunas de las condiciones de la zona, como podrían ser las redes de transporte o el saneamiento de muchas ciudades. Pero por otra parte también se considera fundamental cuidar el aspecto estético de la capital de toda la provincia que es precisamente Tena. A partir de este razonamiento surgieron dos proyectos. En primer lugar la recuperación de la aguas del río Tena, con la construcción de una depuradora de aguas residuales, y en segundo lugar la recuperación paisajística del mismo río.

Si la actividad del turismo se potencia en la zona, su economía puede experimentar un incremento notable con su consecuente aumento en la calidad de vida de sus habitantes, de manera que la población que viva del turismo pase del 15% al 30%. Creemos que es requisito fundamental que este turismo se gestione de manera sustentable con el medio ambiente.¹²⁰

¹²⁰ GIBSON, Robert Tena: Naturaleza Amazónica, Ecuador Infinito, Ecuador, Pág. 12

4.5 PROBLEMAS DE TURISMO SOSTENIBLE EN EL TENA

Según el Colectivo para el Turismo y el Desarrollo Sustentable de la Provincia de Napo (COTUDES) que se ha constituido para la defensa de la vida en la provincia de Napo, la conservación de los recursos naturales y culturales no renovables, el agua, los bosques, la biodiversidad, con el propósito de impulsar el desarrollo de las actividades sustentables y turísticas y el bien vivir, se ha identificado una serie de problemas de Turismo Sostenible como son:

- Petroleras- por concesiones en áreas de alto índice de biodiversidad y poco acercamiento a la comunidad para exponer sus proyectos.
- Mineras - contaminan ríos.
- Municipio - los rellenos sanitarios no abastecen con la cantidad de basura recolectada. Y se daban concesiones a empresas para que hagan producción hídrica y eléctrica.
- Población - Falta de interés y motivación para cuidar el ambiente y por no contaminar la selva.
- Empresa Privada - Ausencia de prácticas ambientales como en el tratamiento de aguas negras y grises, pozos sépticos. Bajo índice en certificaciones ambientales en hoteles y operaciones turísticas.
- Gran parte de la población es analfabeta.
- Rápida aculturación por el ingreso de tecnología.
- Corporación Financiera Nacional -Demasiados requisitos para créditos que las comunidades no pueden cumplir.

Problemas identificados como ejemplares denunciados

- Jatun Sacha, menciona sus quejas y denuncias en contra del Bloque 21:

“Desde 1993 sabíamos que iba a implantarse una compañía petrolera en nuestra zona. Hemos hecho todo para que no vengan, después nos hemos tenido que acostumbrar a la realidad: si el gobierno les ha dado una concesión, no somos nosotros los que les vamos a parar. La única cosa que hemos podido hacer, es que traten de hacer el menor daño posible. Hemos perdido tiempo y dinero 1993 y 2003 (construcción del oleoducto en nuestro Bosque Protector), y la conclusión que hemos sacado para el futuro: no desperdiciar la energía de uno en cosas que uno no puede cambiar”¹²¹ expresó con furia el representante de la comunidad.

Además, agregó que se deben hacer cumplir las leyes y presionar a Ivanhoe (empresa petrolera de origen canadiense) en el sentido de que deben fijarse que si hay gente que va a vigilar que se cumpla un buen manejo de los pozos.

- El uso de dinamita por los pescadores es prohibido y peligroso, disminuye la pesca para todos a largo plazo, pero de igual forma hay personas que lo hacen.
- Modelo de desarrollo basado en la extracción de crudos.

Ulises Gutiérrez Heras, Gerente de la Corporación Ambiental del Tena y Mary Fifield, Directora Ejecutiva de la Fundación Tarpuna Causay nos resumen acerca de este problema:

¹²¹ 1 Filial de la Compañía Ivanhoe Energy en Latinoamérica, segundo boletín de prensa 137-RIN-2008 de Petroecuador

Los cantones de Archidona, Tena y Arosemena Tola forman parte de la provincia amazónica de Napo, ahora también les une el formar parte del bloque 20 de crudos pesados. El Gobierno Nacional en su interés de tener recursos para sostener su política de desarrollo nacional, expresada en el Plan Nacional de Desarrollo, concesionó por un período de 30 años a la empresa Ivanhoe Energy el mencionado bloque cuya extensión es de 145.875,56 has.

Este detalle significa que estos tres cantones, antes de finalizar el año 2009, dejarán de ser espectadores respecto a la actividad petrolera, y pasarán a sentir directamente los impactos que esta actividad genera a nivel económico, ambiental y social.

Para algunas autoridades, dirigentes y pobladores, el inicio de actividades genera expectativas respecto a los ingresos económicos que la actividad pueda producir, para otros, sus inquietudes refieren a los posibles impactos sociales y ambientales que se producirían, y un sector más reducido, reflexiona en el hecho de manera clara, técnica y participativa, el modelo de desarrollo que la zona debería aplicar y defender.

El documento rescata inquietudes sobre el proyecto de Ivanhoe, las cuales deben ser evacuadas, para el mejor conocimiento de toda la población de la zona. Pero de igual importancia, el documento pretende reflexionar sobre algunos aspectos considerando que también se discute a niveles gubernamentales otros proyectos así como la instalación de una planta de producción de cemento en Puerto.

El gobierno Nacional a través de la empresa estatal Petróleos del Ecuador PETROECUADOR, firmó con IVANHOE Energy, el 8 de octubre de 2008 un contrato de duración de 30 años, el cual permite explorar y explotar crudo pesado ubicado en el subsuelo del bloque 20 Pungarayacu; para lo que se prevé iniciar con la perforación de cuatro pozos, dos ubicados en el cantón Tena.

En el caso de los primeros dos pozos, se ubican aproximadamente a 7 kilómetros de la ciudad del Tena, principal asentamiento humano de la provincia de Napo y ciudad capital al mismo tiempo.

El área de concesión que abarca 145.875,56 hectáreas, cuya población afectada directamente es de aproximadamente 80.339 personas, de las cuales un 60% son indígenas pertenecientes a la nacionalidad Kichwa.

- La parroquia Misahuallí está siendo intoxicada. La compañía minera Riverhills Corp., está dividiendo a las comunidades en su afán por explotar las minas de oro que se ubican en el sector.

Los representantes de estas comunidades entregaron un oficio a la máxima autoridad de la provincia haciéndole saber que aceptaban los trabajos de la compañía, pues ésta les iba a proporcionar una mejora en su calidad de vida.

La asociación en defensa de los pueblos indígenas Ali supay, ha sido acusada de haber incitado a la violencia en la toma del campamento minero. Se dice que moradores de las comunidades que rechazan la actividad minera derramaron 20 canecas de 12 galones contaminando el suelo del sector.

Además manifiestan que la gente de Ali supay, lo único que busca es que los pobladores sigan viviendo bajo las mismas condiciones de pobreza que las comunidades. Argumentan que la compañía traerá beneficios a su comunidad como: fuentes de trabajo, captación y distribución del agua en cada una de las viviendas del sector, energía eléctrica, mejor vida socio-económica y apoyo de infraestructura social (escuelas, baterías sanitarias, áreas recreacionales, etc.)

La compañía trabajará por un corto período de tiempo hasta que haya intervenido las 1000 hectáreas que les fueron concesionadas. El poco dinero que vayan a recibir no será suficiente para hacer frente a los daños ocasionados.

Se preguntan qué tipo de capacitación van a recibir las comunidades. El agua no va a ser apta para el consumo, los ríos de la zona serán gravemente afectados y se privará a las comunidades de su uso por estar fuertemente contaminadas. Según el informe del Ministerio de Energía y Minas, el curso del río ya ha sido intervenido. La vida socio-económica del sector va a empeorar ya que con la actividad minera se va a acabar con la principal fuente de subsistencia de las comunidades que es la agricultura.¹²²

Ali supay considera que el hecho de que se lleve a cabo una actividad de tal magnitud como es la minería en río, merece que los que van a ser afectados sepan en que consiste dicha actividad, antes de tomar cualquier decisión. Es necesario que prevalezcan los principios de soberanía y precaución, contemplados en las leyes, asimismo el derecho a la salud, a vivir en un ambiente sano, el derecho al agua y al territorio.

A pocos kilómetros de las comunidades violentadas ha estado trabajando una compañía minera que según dicen lleva un año sin permiso por carecer de documentos. En seis meses de intervención ha arrasado más de 20 hectáreas de cultivo y bosque tropical.

¹²² Boletín del frente de la defensa ambiental parroquia Misahuallí, 05-20-2001

CAPÍTULO V

5 ANÁLISIS PERIODÍSTICOS RADIALES PARA EL SECTOR RURAL DE LAS COMUNIDADES DEL TENA

Este quinto capítulo, tiene por objetivo precisar las estrategias comunicativas de la radio, para poder llegar a las comunidades rurales del Tena y de esta manera tengan la oportunidad de capacitarse sobre las buenas prácticas de turismo sostenible, que aún no están bien manejadas en el sector.

A continuación se muestran los resultados conseguidos de la investigación realizada, que describen la opinión de las comunidades rurales sobre el turismo sostenible por medio de la radio.

Además, se presenta de manera explícita el proceso metodológico utilizado para obtener, procesar y presentar los datos.

5.1 METODOLOGÍA

En la investigación, apliqué como metodología la observación participativa, estableciendo la situación actual en la que vive el cantón Tena y como se la está manejando por medio de la radio. Observé en que ámbitos se está tratando al turismo sostenible con la mayor recopilación de datos posibles.

La documentación formó parte de la investigación, debido a que recopilé herramientas de análisis como videos, fotografías, datos estadísticos, información obtenida en bibliotecas y hemerotecas para el desarrollo y fortalecimiento tanto profesional como académico.

El diálogo con especialistas como también con la población, fue fundamental para definir sus necesidades que me sirvieron como información útil para la propuesta.

El enfoque utilizado en esta investigación es mixto, ya que se combinó un aspecto cualitativo realizando entrevistas con preguntas abiertas, identificando el escenario y a las personas desde una perspectiva histórico-cultural.

La investigación también fue enfocada a un análisis cuantitativo, por medio de preguntas cerradas, en el que se realizó un estudio de datos estadísticos obtenido a partir de las encuestas, donde ambos se comunicaron durante todo el proceso inductivo y deductivo, en la que se realizaron observaciones estructuradas y no estructuradas.

Aportando así dos tipos de datos distintos generando un reflejo más completo y profundo.

5.2 ALCANCE

La investigación tuvo un alcance exploratorio descriptivo.

Exploratorio, en el que fue posible observar la situación de la comunidad y la radio como aporte al desarrollo, esclareciendo la realidad, para así poder brindar una solución al problema de investigación de campo; la base teórica de la investigación sobre el discurso de hacer periodismo radial de una forma comunitaria, fue realizada en varios textos formando base teórica para la investigación. Es así como se desplegó una propuesta periodística radiofónica, para programas educativos en turismo sostenible que beneficie el desarrollo comunitario a través de la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) para las comunidades rurales del cantón Tena.

El alcance es también descriptivo, ya que se busca llegar a las comunidades por medio de la radio a fin de que se capaciten en el tema de sostenibilidad para su mejor desarrollo económico, social y ambiental.

5.3 DETERMINACIÓN DE PARÁMETROS

Población

La población del Tena es de 51.640 habitantes, de los cuales 15.661 viven en la zona urbana y 35.979 en el área rural que es el territorio de comunidades indígenas como: Huaoranis y Kichwas.

En el trabajo de investigación se tomó en cuenta la población de la zona rural del cantón Tena, de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), escogida de manera homogénea ya que no se clasificó por género ni estratos.

Se escogió esta población en razón de que: las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozan de los derechos garantizados en la Constitución Política de la República del Ecuador. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución como también planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir, protegiendo el patrimonio natural y cultural del país.

Muestra

De la población de la zona rural del cantón Tena, se realizó la selección de una muestra a la cual se aplicó la encuesta.

La fórmula utilizada para determinar el tamaño de la muestra fue:

$$n = \frac{N}{(E^2(N-1))+1}$$

Dónde:

n= muestra

N= población

E= error máximo aceptable

La población es de 35.979. Sustituyendo los datos en la fórmula se obtuvo:

$$n = \frac{35.979}{(0.05^2 (35.978)) + 1}$$

$$n = \frac{35.979}{90.94}$$

n= 396 Encuestas

La muestra a tomar constó de 396 encuestas.

5.4 ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación que se utilizaron para obtener los datos son: encuestas y entrevistas. Se realizaron entrevistas a las personas que nos acercaron como fuente de investigación oficial: profesionales en el tema sobre radio y turismo, a personas que viven en la comunidad, con el fin de recabar, encontrar información y despejar inquietudes, transparentando y aproximándonos a su realidad.

Otras de las herramientas aplicadas es la encuesta, en la que se obtuvieron datos de varias personas según la muestra realizada, quienes eran libres y encubiertas para obtener mayor precisión en cuanto a los datos que fueron

tabulados con exactitud, constituyendo una respuesta a la problemática de la sociedad.

Las herramientas de investigación fueron: documentos bibliográficos, que facilitaron el desarrollo de mi propuesta, cámara fotográfica en la que se presentarán fotografías como archivo visual del proceso que reviven el problema, cámara de video y grabadora como sustento de las entrevistas.

5.4.1 Entrevistas

Según su definición la entrevista es un diálogo en el que la persona, generalmente un periodista hace una serie de preguntas planeadas a un personaje, a fin de conocer sus ideas, opiniones sobre un tema específico y de interés. Las personas entrevistadas son conocedoras o expertas en el tema de investigación, de la que se puede ampliar la información y tener un criterio más claro sobre el tema tratado.

Las entrevistas podrán ser estructuradas, en las que se escogerá de antemano las posibles preguntas, como también se llevarán a cabo entrevistas no estructuradas en las que se realizarán preguntas abiertas y cerradas, las cuales serán respondidas en torno a la conversación. La entrevista es un elemento fundamental dentro de los instrumentos de investigación representando la magnitud de un género periodístico.

Se efectuaron diferentes entrevistas, que posibilitan analizar el tratamiento periodístico, la intervención de las comunidades rurales del Tena, de los expertos sobre turismo sostenible, de los conocedores del manejo de la radio. Todos los entrevistados fueron clave fundamental para conocer el problema, colaborando con su criterio y conocimiento para esclarecer mis inquietudes.

Entrevista 1: Nubia Jaramillo

Nubia ha trabajado desde el año 2000 en Turismo Sostenible, fue Directora de Marketing en el Fondo de Promoción Turística del Ecuador.

Actualmente se desempeña como Coordinadora de Marketing Sudamérica, en Rainforest Alliance; ONG dedicada a proteger la biodiversidad, los derechos y el bienestar de los trabajadores y las comunidades locales.

Preguntas

1. ¿Cuál es la importancia del turismo sostenible en el Ecuador y en la Amazonia?
2. ¿Cómo aporta el turismo sostenible al desarrollo de una comunidad?
3. ¿Por qué cree que el turismo tradicional o comercial se sigue aplicando en la mayoría de operaciones turísticas en lugar del turismo sostenible?
4. ¿Cómo se observa al Ecuador en referencia al desarrollo del turismo sostenible en las comunidades rurales, en comparación con otros países de la región?
5. ¿De qué manera se puede demostrar que una operación turística manejada por la comunidad es sostenible?
6. ¿De qué forma se puede motivar a la gente para que maneje turismo sostenible como la mejor opción?
7. ¿De qué manera se puede educar a las comunidades sobre turismo sostenible de manera masiva?

8. ¿Qué estrategia considera usted más conveniente aplicar para educar a una comunidad en turismo sostenible: a través de talleres o por medio de la radio comunitaria?
9. ¿Cómo ve al Tena en el desarrollo del turismo sostenible y que falta por hacer?
10. ¿Cuáles cree usted, son las barreras para educar sobre turismo sostenible a una comunidad rural del Tena?

Conclusiones:

Nubia Jaramillo, menciona que casi la mitad del territorio de Ecuador es Amazonia, por tanto es una zona con alta concentración de biodiversidad donde existen parques nacionales por kilómetro cuadrado, zonas endémicas de alto índice de especies, flora y fauna que no se encuentran en otras regiones, siendo el tesoro del mundo. Es esa la importancia de aplicar los componentes del turismo sostenible para lograr que sus hijos y sus nietos disfruten de las experiencias de las que ahora se gozan.

Para Nubia, es importante que las comunidades conozcan sobre el negocio turístico; en la amazonia hay distintas cosmovisiones y es necesario entender diferentes dinámicas, darles herramientas que ellos puedan adaptar a su comunidad local. Por lo tanto hay que invertir y hacer cambios para lograr que el negocio sea sostenible. Inclusive hay comunidades que ya lo han estado aplicando sin darse cuenta, por ejemplo, desde hace tiempos adoptaron la costumbre de no cazar, lo importante es hacerles entender que lo que ellos hacen es valioso y óptimo para lograr la armonía entre el hombre y la naturaleza, no se trata de un tema de imposición.

De igual manera manifiesta que la educación es muy importante, considerando que una comunidad no puede llegar a vender su producto en mercados

internacionales, si sus miembros no hablan otros idiomas. En algunos casos no es muy estratégico decir que el producto es 100% comunitario debido a que eso asusta al tour operador emisor que no tiene la confianza en el producto.

La Amazonía no es un destino posicionado en las estadísticas de los lugares más visitados en el Ecuador. En costa y Amazonía hay mucho por desarrollar, es ahí donde radica la contribución del turismo sostenible en el proyecto comunitario, es decir, hay primero que mejorar para llegar a otros mercados.

En Ecuador son 35 operadoras aliados y comprometidos con el turismo sostenible, siendo un índice más alto que Perú que tan solo son 10. Hay que aprovechar que Ecuador tiene un plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible, cuya visión para el 2014 es la de ser reconocido como un líder en el mismo. A pesar de que falta involucrarlo al sector académico y privado.

Añadió que es importante analizar la comunidad, por ejemplo si la radio en una hora determinada es escuchada solo por mujeres, es esencial decirles que a través de estas prácticas de turismo sostenible, ese proyecto comunitario les va ayudar a que sigan con los guaguas sugiriéndoles hacer artesanías que les sea posible comercializar a los turistas que visiten la comunidad.

Nubia explicó que en el Tena casi no existen operaciones turísticas, por lo que es importante establecer políticas públicas que fomenten y fortalezcan el turismo sostenible. Debemos lograr que el sector público elabore diferentes estrategias en el destino.

Para cualquier programa en el sector rural del Tena, considera que es importante llegar a través del habla, ya que la radio es una buena herramienta, la mayoría de sus miembros habla dos idiomas con el Kichwa, vía cuyo aprendizaje es oral, por lo tanto hay que buscar y fomentar estrategias habladas.

Entrevista 2: David Granja

David, es Comunicador Social desde los 17 años, ha sido parte de grandes medios de comunicación como el Diario el Comercio, Ecuador Radio, Radio Quito, Radio Hoy, Radio Mia y Gamavisión.

Desde hace 18 años trabaja en Radio Ideal Tena, actualmente es Director General de la Radio.

Preguntas

1. ¿Qué tan desarrollada esta la radio comunitaria en el Tena?
2. ¿Qué acogida tienen las radios comunitarias en sus propias comunidades?
3. ¿La radio Ideal Tena maneja talleres o programas donde enseñen a la comunidad a usar la radio?
4. ¿Existe algún programa sobre turismo sostenible en algún medio de comunicación en el Tena?
5. ¿Qué lenguajes o estrategias se utilizan para llegar a las comunidades?
6. ¿Cree que habría interés por parte de las comunidades, en un programa de turismo sostenible por medio de la radio?
7. ¿Qué barreras o problemas se pueden presentar para estos tipos de proyectos?
8. ¿En la radio Ideal Tena que tipo de programas es el que tiene más acogida?
9. ¿En qué consiste, o en que está basada su parrilla de programación?

Conclusiones:

David nos cuenta que la radio Ideal Tena, es la única en la provincia del Napo, es una radio comercial privada, pero con la tesis afincada en hacer un trabajo diferente, que sea participativa, que ayude a democratizar la palabra, que genere apertura a todos los sectores, que cumpla roles en cada uno de los conceptos de los principios de la comunicación, en fin, una radio abierta para todos. En su concepto es una radio comercial apuntando a la radio participativa, pero sobrevive de una relación armónica con varias organizaciones. La radio está aliada al campesinado, unida con la FOASCAN, que agrupa a 3000 familias de origen Kichwa, un 18% de la programación se la transmite en su idioma, pero para subsistir esta radio que apunta a ser comunitaria tiene que ser comercial, incluso para sostener los programas como la FOASCAN.

La esencia de la programación en Kichwa, los hace tener una fuerte ascendencia, liderando en sintonía, la radio aborda todos los temas que tiene que ver con la comunidad Kichwa, siendo parte de sus alegrías y tristezas, si la comunidad tiene alguna emergencia la radio aboca conocimiento de aquello, pasando a ser parte del problema, siendo el puente de la población rural. Además nos menciona que cuentan con compañeros capacitados en locución Kichwa posibilitando una mayor vinculación, aparte la radio por su condición eminentemente informativa, es el vínculo perfecto, no se aceptan condicionamientos de ninguna naturaleza para estar libres en los momentos que se abordan los problemas de la comunidad.

Siendo parte CORAPE existe capacitación para enseñar en la comunidad a utilizar la radio, a que se expresen y se vinculen por este medio. Ahora se encuentran centrados en un proyecto para formar la red de niños, niñas y adolescentes en defensa de la naturaleza y el medioambiente. La CORAPE integra el plan nacional; en la Constitución se apunta a que sean los niños quienes hagan sancionar a los infractores que tiene la naturaleza.

A más de las iniciativas de la emisora, Diego desconoce de otros medios donde exista algún programa de turismo sostenible. La radio tiene relación con la RICANCIE (Fundación que ayuda al desarrollo en turismo comunitario) que privilegia cualquier iniciativa que se origine o manifieste en la comunidad alrededor del turismo comunitario o del ecoturismo, a la vez siempre se encuentran pendientes de todos los espacios que ayuden a la actividad turística proteccionista.

La mejor estrategia para llegar a las comunidades es el lenguaje popular. En los programas radiales, no se está manejando el Kichwa unificado, sino el que se expresa en las comunidades, igual cuando se habla en los espacios informativos, es pertinente usar el lenguaje de los oyentes como una mejor forma para llegar al radio escucha.

Según Diego, sí habría interés por las comunidades en un programa de turismo sostenible, la radio tiene en sus espacios la posibilidad de profundizar sobre la forma de protección a la naturaleza. Se observa con satisfacción que muchos turistas llegan atraídos por la naturaleza, a pesar de que actualmente es el mayor problema.

Conjuntamente con la cámara de turismo del Napo se está llegando a un acuerdo para despertar el indispensable interés en las autoridades locales por medio de la promoción; y a la vez promover la recuperación de los ríos y cuencas hídricas que están altamente contaminadas por diferentes motivos: la explotación minera, la petrolera y también paradójicamente por los municipios que son contaminadores, por ejemplo no hay el tratamiento adecuado de aguas servidas en comunidades y parroquias, ni de basura. Si se habla de una provincia y cantón turístico, no lo puede ser si hay ríos contaminados, siendo estos ríos su mayor atractivo.

Una de las barreras que se pueden presentar para este tipo de proyectos son la no vinculación de las entidades, solo en los discursos y los planes se

contempla al turismo comunitario. Todos hablan de turismo pero son también los que contaminan los ríos y alimentan actividades extractivistas.

Para Diego es importante, concientizar a través de actividades técnicas, en función de que los gobiernos seccionales autónomos cumplan sus propuestas y promesas de campaña; que su discurso lo conviertan en política real, enfatiza también que las organizaciones por su lado tendrán que hacer actividades de mayor sostenimiento, y asegura que lamentablemente, se evidencia debilidad, falencias y ciertos renunciamientos a la Pachamama al defender la naturaleza.

El informativo, es sin duda el programa de más acogida en la radio; se transmiten 3 informativos en Kichwa como en castellano, los reporteros motivan a las diferentes comunidades con un tratamiento previo para que las costumbres no se pierdan y los escuchen en su propio idioma. No se puede olvidar que el 75% de la población habla Kichwa, y aun así se está en deuda, debido a que el 18% de la programación diaria no es concomitante con el 75%, pero eso también obedece a falencias, más que de la radio, de las propias organizaciones, el auto sostenimiento sigue siendo un problema en las mismas.

La parrilla de programación de la radio Ideal Tena es miscelánea, privilegiando los contenidos periodísticos, los formatos, los reportajes de las diferentes fuentes informativas de la comunidad, cuenta con información sin límites ni condicionamiento; de igual manera otros temas que son prioritarios y privilegiados son la educación y salud.

Para Diego el sector público o sector oficial es una fuente, pero más lo será la población que se encuentra en situación vulnerable en la cohesión marginal. Como radio, Diego ha percibido que cuando se hace programación de contenidos un gran segmento de la población se adhiere evidenciándose resultados positivos, por ejemplo Capirona, una comunidad Kichwa, que a través de la radio es promocionada como sector turístico, recibiendo varios turistas en un feriado, cuyo resultado superó lo esperado; los visitantes, se

integraron al quehacer de la comunidad, los juegos tradicionales etc. Señala que acciones de esa naturaleza son las que hay que aprovechar. Promover el turismo en el sentido de que se escojan estos destinos que además de hermosos, benefician a las comunidades, a los ecosistemas y a la vida silvestre.

De igual manera, considera que se producen acciones vergonzosas con la naturaleza, una crítica fuerte se resume en abril 6 del 2010, cuando una creciente destruyó todos los recursos, afectando la infraestructura turística que estaba fincada en las riveras. Frente a la emergencia se contó con el aporte de 18 millones de dólares destinados a recuperar los daños, pero lamentablemente las autoridades privilegiaron los muros de cemento, muros de piedras y no la recuperación verde de los ríos; según Diego, es en este tipo de acciones donde se pueden evidenciar claramente las contradicciones; ahora los ríos son encarcelados, se ha realizado una resiembra de piedras en lugar de una resiembra de árboles. De igual manera en la comunidad Galeno existe una fuerte contaminación de ríos ocasionada por Petro Amazonas quienes para enmendar los errores regalan productos comestibles y construyen escenarios deportivos, etc.

Entrevista 3: Paulo Clemente

Coordinador Técnico de la Cámara de Turismo del Tena

Preguntas:

1. ¿Qué proyectos se han ejecutado actualmente en Turismo Sostenible en el Tena?
2. ¿En qué porcentaje cree usted que la gente de las comunidades rurales del Tena conocen sobre turismo sostenible?

3. ¿Qué tan desarrollado está el Turismo sostenible en operaciones turísticas locales, ya sean estas manejadas por la comunidad o privadas?
4. ¿Conoce algún medio de comunicación que realice turismo sostenible en el Tena?
5. ¿Cree usted que a la gente de las comunidades rurales les interese un programa radial sobre turismo sostenible?
6. ¿Cuáles son los principales problemas que se han presentado para poder desarrollar turismo sostenible en el Tena y sus alrededores?
7. ¿Qué estrategias cree usted que se podrían desarrollar para llegar a la radio a dictar talleres de Turismo sostenible en las comunidades rurales?
8. ¿Qué barreras o problemas considera se pueden presentar para este proyecto?
9. ¿Cree que el tipo de turista que llega al Tena valoraría y le interesaría opciones turísticas sostenibles manejadas por la comunidad?
10. ¿Qué prácticas se pueden implementar para aumentar el turismo sostenible?

Conclusiones:

Paulo nos cuenta, que en el Tena existe una red bien posicionada en lo que se refiere a turismo comunitario llamada RICANCIE (Fundación para el Desarrollo del Turismo Comunitario). La integran alrededor de 8 comunidades que desarrollan actividades turísticas en toda la Riviera del Rio Napo. Hay otras alternativas que se están tratando de impulsar por organizaciones indígenas, sin embargo el Tena tiene una gran debilidad, son ya 20 años desde que 32

comunidades haciendo turismo comunitario, pero no han logrado el éxito que esperaban, y al no obtener resultados empezaron a trabajar esporádicamente, como alternativa para mejorar la calidad de vida, de lo que se originó la competencia con la empresa privada. Las comunidades invertían grandes inversiones en cabañas y el tipo de turismo que ofertaban no generaba dinero; por lo general no contaban con los servicios básicos indispensables que requieren los turistas.

Solo una comunidad es pionera desde hace 6 años en hacer este tipo de turismo.

Nos explica que cuando surgió el tema de desarrollo sustentable aparece el ecoturismo como una alternativa diferente a la explotación de los recursos naturales de manera racional. Todavía no cambia la mentalidad por parte de los guías cuando se realizan excursiones a la selva, por ejemplo, el árbol de sangre de drago está cortado por todos sus lados, siendo brutalmente lastimado.

Todavía se maneja un turismo de masas, no hay prácticas para el manejo ambiental, por ejemplo no existe tratamientos de aguas en sus propias comunidades que utilicen productos biodegradables; las alternativas de energía, aún están en proyecto. El Ministerio y el Municipio han tratado de capacitar a las comunidades, pero existe una deficiente conceptualización de lo que quieren hacer como turismo.

El Tena tiene dos actividades que son bien desarrolladas, deportes de aventura que es una forma de turismo sostenible, ya que utiliza un recurso ambiental y no contamina. El rafting es uno de ellos; también constituyó un factor determinante para exigirle al Presidente de la República, que se deroguen las concesiones en el río Jatunyacu, uno de los mejores ríos del Ecuador, que es absolutamente amigable con el ecosistema.

Existen varias revistas que publican suplementos turísticos en sus ediciones como “Paraíso” y el “Espectador Amazónico” de las provincias de Napo y Pastaza. Pero no hay un medio especializado en turismo sostenible.

El municipio promueve caminatas para demostrar las potencialidades, pero no existen los recursos que produzcan el valor agregado.

Paulo, asegura que a las comunidades si les interesaría un programa radial sobre turismo sostenible ya que existe el desconocimiento en el tema legal, procesos, actividad turística etc. Existía el criterio de que como las comunidades hacían un trabajo social para mejorar las condiciones de vida no deberían pagar impuestos, pero si te dedicas al lucro no es compatible con lo que ellos pensaban.

Uno de los grandes problemas es la contaminación, básicamente por la presencia de las empresas dedicadas a la minería y las compañías de petróleo, de cierta manera han sido un retroceso en el desarrollo de nuevas expectativas. Todos los gobiernos mencionan que lo estratégico en la amazonia es el turismo, lo que se contrapone, con el ejercicio de la explotación minera y la extracción de petróleo. Las comunidades dependían de un bloque minero o petrolero, estaban acostumbrados a recibir escuelas o canchas cubiertas, pero ese tipo de compensaciones no ayudan al desarrollo de la comunidad.

Para Paulo, uno de los lugares potenciales para el desarrollo turístico es el sector de Chontapunta, donde se practica el adiestramiento de las aves que existen en el territorio huaorani, pero lamentablemente, también se han acostumbrado a depender de la petrolera, y hasta se han producido malas acciones entre compañeros huaoranis por cuestiones de ambición, hasta llegar a la grave situación de vender el territorio a una farmacéutica para lo que es investigación e inspección de plantas. Por lo que se evidencia la falta de

conocimiento de la gente, lo que constituye una gran debilidad, para el desarrollo de la comunidad.

Se debe conocer el segmento de mercado al que se quiere llegar. La mayoría de las comunidades indígenas salen temprano a las chacras y vuelven en la tarde. El Municipio tiene un programa radial que comienza a las 4am y termina a las 6 a.m., es la hora en la que ancestralmente las comunidades se levantaban a preparar la guayusa; también es importante resaltar que mucha gente de las comunidades todavía son analfabetas y no entienden cuando se utilizan las palabras técnicas.

Considera que el trabajo con jóvenes sería importante en razón de que la mayoría hablan español. Ellos pueden formarse y capacitarse, es el nivel de la población, donde se debe aplicar acciones; buscando alternativas entre las que se podrían considerar el sector académico.

Manifiesta que una de las barreras es el desconocimiento respecto a todo lo concerniente a los procesos de turismo, es indispensable tener conocimientos básicos de administración de una empresa, cuando ingresa el dinero a la comunidad, no saben cómo administrarlo; no les es posible determinar si es necesario invertirlo en capacitación, mantenimiento o promoción. A nivel de país existen falencias en lo referente a estudios de mercado, toda vez que el gobierno invierte grandes cantidades de dinero, no se vislumbran los frutos de la inversión en las organizaciones.

En el Tena hay dos tipos de turismo:

El nacional que representa el 80% del flujo de turistas; dentro del que se encuentra el segmento de los quiteños de clase media.

Es indispensable buscar el tipo de turista selectivo, ya que la capacidad de carga no es la misma que la de la costa o sierra, es importante efectuar varias

consideraciones como: el ruido, la contaminación, la basura que generan etc. Este ámbito tiene que ser analizado; recientemente se están haciendo estudios del tipo de turista que ingresa. Mismos que están estipulados solo para la amazonia; a la que llegan los turistas aficionados a la naturaleza, a los deportes de aventura y a quienes les interesa conocer a las comunidades indígenas. El gasto promedio diario oscila entre 40 y 100 dólares; pero es importante considerar que el Tena es un destino de pasada, motivo por el que algunos turistas permanecen como máximo un día, y otros llegan directamente a los Lodge privados en la selva, que no generan ingresos económicos locales para el Tena.

En el Tena aún no está desarrollado el turismo sostenible; es necesario determinar potencialidades para hacerlo; por ejemplo el año pasado se comenzó con Gareno un lugar de adiestramiento de aves, que es una de las actividades más rentables y no contaminantes; el Aviturismo, es una opción de turismo selectivo que genera excelentes ingresos, pero es esencial capacitar a la gente. Conjuntamente con el Ministerio de Turismo se han impartido 4 cursos de aves para que los guías se den cuenta de la potencialidad que existe en éste sector. También se implementarán cursos de formación de nuevos guías de rafting para tener más oferta.

El ecoturismo debe cambiar la conceptualización, en vez de ser competitivo debe ser integral, parte de algo, por ejemplo las 9 comunidades que promociona RICANCIE ofertan lo mismo; es preciso buscar alternativas diferentes, una opción podría ser que cada comunidad tenga un museo etnográfico distinto, para generar el interés por conocer más de su identidad y cultura.

Para Paulo, la conceptualización de turismo comunitario todavía debe ser discutida; si la experiencia es vivir con la comunidad tienen que convivir con ellos, pero mayor promoción tiene el lodge cinco estrellas que acoge a los turistas. Existen libros en los que se enseña a manejar así el turismo, pero en

la realidad el turismo comunitario significa convivir con la comunidad en todos sus aspectos.

Varios profesionales se están proponiendo escribir un manual referente al tema de turismo sostenible, de cómo debería ser tomando en cuenta la diversidad, todavía no se explota la riqueza cultural de las comunidades. Este manual tendrá ejemplos sobresalientes de Ecuador en turismo comunitario, entre esos Otavalo, que sin darse cuenta fomentó su cultura, sus costumbres y tradiciones, la elaboración de tejidos y las artesanías por su identidad propia. En la amazonia es complicado debido a que anteriormente no utilizaban vestimenta; el tipo de artesanía no era tan bonita ni apreciada, se están perdiendo los utensilios que utilizaban para la caza y pesca y lo más grave, la identidad que juega un papel importante para las organizaciones indígenas.

Hace falta trabajar en cultura turística, ya que al ecuatoriano no le gusta caminar.

Es indispensable mejorar algunos servicios, los extranjeros tienen temor de consumir agua, ya que existe mala calidad en la manipulación y preparación de la comida, por ejemplo a las personas que viven en la Amazonía no les afecta el tomar chicha pero a un extranjero le da disentería, y esto sucede porque la mayoría de la gente, utiliza agua hervida que no es 100% óptima.

La comunidad maneja los alimentos de distintas maneras: los ponen en el piso o en tiestos; además los turistas temen ingresar a territorio Huaorani ya que creen que la mayoría padece hepatitis B; por otra parte la comida que consumen no tiene sal y por falta de refrigeración se encuentra en proceso de putrefacción.

Entrevista 4: Mónica Carriel

Reportera de Ecuavisa en el programa “En Contacto”. Se encarga de hacer reportajes que tratan sobre el tema de turismo sostenible y concientización para la preservación y protección del medio ambiente.

Preguntas:

- 1.- ¿Qué aspectos importantes debe tomar en cuenta un periodista al momento de tratar temas sobre turismo sostenible?
- 2.- ¿Cree usted que los medios de comunicación deberían implementar más espacios para programas relacionados con turismo sostenible?
- 3.- ¿Cómo cree usted que los periodistas deberían privilegiar temas para los sectores más vulnerables que ayuden al desarrollo y su sostenibilidad?
- 4.- ¿Cree que un programa radial educativo sobre turismo sostenible ayude a contrarrestar los problemas ambientales sociales y económicos que aquejan a las comunidades?
- 5.- ¿Qué problemas podrían presentarse en un proyecto sobre programas educacionales sobre turismo sostenible para las comunidades rurales del Tena y cómo se los podría contrarrestar?

Conclusiones:

Es importante tener bien claro el amplio significado de la palabra “sostenible”. “Muchos no saben que es, ni con que se come esta palabrita” mencionó Mónica, y así menos serán capaces de reconocer en un proyecto turístico si está enmarcado o no dentro de este concepto.

La experimentación es necesaria para el comunicador porque lo convierte en testigo vivencial de lo que transmitirá y eso es mucho mejor que simplemente ponerle el micrófono a un turista gringo para que le cuente que tal la pasó.

Es justo y necesario que los medios de comunicación den espacio a los programas relacionados con turismo sostenible, el turismo es fuente inagotable de riqueza. El petróleo se va a terminar en algún momento y esa es una verdad innegable; ejemplos en el Ecuador de cómo manejar un turismo ecológico sostenible hay cientos, me atrevería a decir que miles, en pequeña y gran escala, dice Mónica. Un caso que recuerda es su experiencia más reciente en la comunidad de Añangu en Orellana, dentro del Parque Nacional Yasuní donde los comuneros han logrado levantar un resort, “El Napo Wildlife”, dentro de la espesura de la selva tropical en el que trabaja toda la comunidad. Este hotel pasa lleno la mayor parte del año y sus turistas son de nacionalidad Europea y Norteamericana que llegan huyendo del desenfreno de las grandes ciudades. La entrada en deslizador a motor los deja en la comunidad a orillas del Napo, donde se debe abordar una canoa que se mueve a fuerza de brazos, porque la comunidad prefiere no contaminar un ambiente todavía puro, en el que se puede observar especies que están casi extintas.

Durante las dos horas que demora el traslado desde la comunidad de “Los Loros” hasta el “Napo Wildlife” se pueden observar anacondas, monos, aves, insectos y con suerte, las nutrias gigantes saldrán a recibirlo, ofreciéndole imágenes que guardará posiblemente toda la vida en su memoria, más aun si se medita el hecho de que estos animales se encuentran en peligro crítico de extinción siendo muy probable que en cinco años ya hayan desaparecido.

Mónica nos cuenta que no sabe qué deberían hacer los periodistas, para privilegiar temas a favor de los sectores más vulnerables, que ayuden al desarrollo de la sostenibilidad, pero valora los proyectos humildes que surgen en lugares remotos, donde la gente trata de progresar a pesar de todas las adversidades que se les presentan y que hartos de contaminación y explotación petrolera están buscando alternativas, dando verdaderos ejemplos

de iniciativa, organización y valor. Para ella, las opciones turísticas en la selva son sus favoritas, por ejemplo “Sinchichigta Cari” una comunidad ubicada cerca de la zona de amortiguamiento del Yasuní, intenta llevar a cabo una alternativa turística, pero les está costando mucho, pues hasta la misma naturaleza parece volverse en su contra.

No hace mucho, vientos huracanados golpearon la zona derribando la mayor parte de las estructuras construidas para recibir turistas, además de árboles, habitat de monos de todo tipo, matando animales y haciendo pedazos sus intenciones de surgir; sin embargo, a su llegada la recibieron con bailes típicos y le mostraron lo poco que les había quedado, embargados de un orgullo que no puede describir con palabras.

Vivió una maravillosa experiencia al tomar chicha y compartir con ellos; además entendió por qué la traducción de su nombre del Kichwa significa “Brazo fuerte”.

Mónica manifiesta que será mejor mientras más canales de difusión haya para ayudar al desarrollo educativo del turismo sostenible de las comunidades. Toda ayuda es buena y significativa para lugares que intentan sacar adelante estos proyectos. El mismo internet es una gran ventana, no se diga la prensa escrita, radio y televisión. En su opinión hay que atacar por todos los frentes.

El principal problema que enfrentan las comunidades, es que la mayoría de educadores y capacitadores con estas iniciativas vienen de fuera; son extranjeros con muy buen conocimiento de desarrollo y con una ejecución espectacular, pero que no es posible aplicar dentro de nuestro delicadísimo entorno natural.

Mónica expresa, que aunque parezca ridículo y sentimental, pocos conocen nuestra tierra, aunque muchos parecen amarla más que los nacidos bajo este sol.

Comunidad que usted visite y pregunte: ¿Quién los instruyó en el inicio de su proyecto? Seguramente le dirán que fueron extranjeros, este es el caso de Añangu en Orellana y el de Salinas en la Provincia de Bolívar.

Insiste en que ya es tiempo de que las iniciativas nazcan de nosotros, que fin de cuentas somos dueños de nuestro Ecuador, un país con un entorno natural único, bendecido con todos los climas del mundo y número uno en biodiversidad.

Entrevista 5: Walter Ocaña

Licenciado en Turismo Ecológico, especializado en Proyectos de Desarrollo Social.

Ha trabajado en procesos de formación de organizaciones sociales, básicamente en organizaciones de base a nivel de poblaciones indígenocampesinas.

Es profesor de la Universidad de las Américas en la Maestría de Turismo Sostenible y actualmente cursa una maestría en Desarrollo Local Territorial dándole un enfoque turístico.

Preguntas:

1. ¿Cree usted que el turismo sostenible es la mejor opción para cualquier operación turística?
2. ¿Para educar sobre turismo sostenible, qué tipo de educación o pedagogía se debe aplicar?
3. ¿Cree usted que a las personas de una comunidad rural es más difícil educar en turismo sostenible que a las personas de la ciudad?

4. ¿Cuáles estrategias, materiales y pedagogías se necesita para educar a una comunidad rural sobre turismo sostenible?
5. ¿Qué opina sobre educar a la comunidad por medio de la radio comunitaria en temas sobre turismo sostenible?
6. ¿Cómo cree que mejoraría el desarrollo y estilo de vida de una comunidad, una vez capacitada en turismo sostenible?
7. ¿Cuáles cree usted que son las barreras o problemas que se presentan al educar a una comunidad rural en temas de turismo sostenible por medio de la radio comunitaria?
8. ¿Cree usted que el sector del Tena es un óptimo lugar para aplicar el proyecto?
9. ¿Qué tipo de programas y temas se deberían tratar en un taller radial sobre turismo sostenible para las comunidades rurales del Tena?

Conclusiones:

El turismo sostenible es una de las mejores acciones para operaciones turísticas pero no es la única, la otra opción puede ser el geoturismo que es un nivel de evolución del turismo sostenible, donde hay más articulación a nivel territorial, es un concepto que recientemente se está acoplado como una opción de desarrollo más integral.

Hay diferentes tipos de metodologías que se pueden utilizar, pero como la mayoría de actividades se hacen en territorios rurales, se habla de que la mayoría son adultos, entonces se deben llegar a metodologías prácticas más que teóricas.

Para educar a una comunidad rural se depende de la circunstancia, la estructura organizativa, de la incidencia de sensibilización que tenga la organización. En su experiencia personal, es bastante difícil empezar de cero en capacitación de turismo sostenible. El Plandetur pide un desarrollo con enfoque a nivel territorial comunitario, pero la gran limitación es el nivel de formación, de entendimiento y el de permanencia, porque los modelos de formación han tenido mucha deserción. Por ejemplo cuando hay grupos mixtos, generalmente se quedan los adultos mayores, los jóvenes se retiran. Dependiendo los grupos poblacionales, muchas veces los más interesados son los jóvenes, pero como el turismo es una dinámica no constante, cuando no ven resultados lo abandonan, a diferencia de los adultos mayores que están constantemente, pero es difícil introducir la temática sostenible porque ya tienen una forma de vida definida.

Las estrategias para educar sobre turismo sostenible deben ser necesariamente prácticas, visuales, de intercambio de experiencia de vida, es decir visitar experiencias exitosas, hacer pasantías. A Walter esta propuesta le parece espectacular porque ampliaría la cobertura y así se la puede repetir una y otra vez, en este caso la repetición puede generar un proceso de formación.

El educar a las comunidades por medio de la radio comunitaria, le parece genial. Cuando se habla de tecnologías de la información se menciona a la web 2.0, pero en el Ecuador tienen acceso a la internet solo el 10% y la penetración de medios masivos como la comunicación no generan espacios. Al menos la radio en el proceso de formación popular en América Latina ha sido la mejor experiencia, únicamente se han emprendido experiencias de este tipo en Nicaragua y en Costa Rica.

Cualquier nivel de formación mejora la calidad de vida. La capacitación es muy importante, lo complicado es la permanencia del público y sobre todo el proceso de evaluación, por ser abierto, hay que saber centrarlo para poder visualizar el verdadero impacto. Se lo lograría si fuese posible establecer

alianzas en espacios donde ya se ejecute actividad turística como iniciativas, por ejemplo con el Ministerio de Turismo que tiene el Programa Nacional de Capacitación Turística y Formación de Guías Comunitarios en Preparación en Turismo Sostenible y Comunitario.

Las barreras en educar a una comunidad rural sobre turismo sostenible por medio de la radio comunitaria insisto son la permanencia, la cobertura, el manejo del lenguaje, la predisposición de la comunidad. Es mucho más fácil cuando a nivel sociológico, el capital social ya tiene un proceso de formación definida, es decir, cuando ya tiene una estructura de formación comunitaria. Si es una comunidad que solo vive del espacio y no tiene una interacción social, entonces sus mayores limitaciones serán el lenguaje y el manejo de la cultura.

Para Walter, el Tena es óptimo para aplicar el proyecto. Hay dos núcleos turísticos, se podría decir destino de la Amazonía a Napo y Pastaza, pero en Napo hay un desarrollo turístico mucho más avanzado y además tiene las iniciativas comunitarias en turismo sostenible más desarrolladas siendo un sitio ideal.

Los programas y temas a tratarse en un taller radial sobre turismo sostenible para las comunidades rurales del Tena se deben basar en los 3 ejes de la sostenibilidad; inicialmente debería abordarse desde el tema identitario, del proceso social, histórico y cultural de la comunidad. Hay un término que se denomina desarrollo con identidad, consiste en que las comunidades revalorizan su proceso cultural y la puesta en valor significa vender la cultura, respetando su proceso identitario, ese es uno de los parámetros de la sostenibilidad.

El segundo desde el proceso de responsabilidad ambiental, la relación social, historia, cultura, territorio. La dinámica cultural, la tradición, experiencia e intercambio se vive en el territorio, más allá de tenerlo como capital quieto hay que buscar la posibilidad de que esto signifique una potencialidad en las

actividades como deportes de aventura, adiestramiento de aves, es eso lo que se convierte en puesta en valor y desde ese punto de vista el tercer factor que es fundamental es el valor económico sobre todo en el abordaje de manejar lo que es emprendimientos, administración básica turística y particularmente las estructuras de liderazgo.

El segmento debe ser caracterizado por el territorio. Es importante que primero entiendan qué es la radio, cuál es el poder de la comunicación, además es fundamental enseñarles el manejo teatral básico.

Entrevista 6: Mario Villalobos

Periodista Radial.

Trabajó en la Coordinadora de Radio Popular y Educativa del Ecuador (CORAPE) como Periodista y Jefe de Prensa.

Preguntas:

- 1.- ¿Qué papel cumple la Radio comunitaria en las comunidades?
- 2.- ¿Cree que la radio comunitaria, es una vía de desarrollo?
- 3.- ¿Cuáles son las barreras que se pueden presentar en un programa que ayude al desarrollo comunitario?
- 4.- ¿Qué beneficios puede dar a la comunidad una radio comunitaria con programas sobre turismo sostenible?
- 5.- ¿Considera usted importante desarrollar programas de turismo sostenible para las comunidades rurales del Tena?

6.- ¿Cómo debería ser un programa radial para las comunidades rurales del Tena sobre turismo sostenible?

Conclusiones:

La radio comunitaria tiene la finalidad de proporcionarle expresión a toda la gente de un sector, grupo o una comunidad, hablar no solo con la mirada o punto de vista de lo geográfico, la idea es que cada persona se pueda expresar, se identifique con otros haciendo notar cuál es su posición respecto a distintos temas. La radio por lo tanto genera dos condiciones que son básicas. La primera es ser espejo porque en este caso permitiría que las personas se reflejen en términos de lo que hacen, de lo que sueñan, esperan, piensan y quieren, se reflejan así mismas, entonces se sienten partícipes de un proceso de identidad. La segunda, es que la radio también permite ser ventana, porque faculta que la gente pueda escuchar en otras zonas lo que la comunidad está pensando, planteando y lo que quieren para construir una sociedad distinta. La radio en estos dos aspectos avanza también a facilitar espacios de integración y generación de democracia, porque en la medida de que a la mayor cantidad de la gente le sea posible expresarse en o desde su comunidad, van a abrirse canales de participación en su vida cotidiana, esto tiene que ver con el desarrollo, aumentando las posibilidades de vivir en comunidad, recibiendo los elementos desde la cultura, como la formación valórica y de ese modo la gente vaya adquiriendo mayores niveles de compromiso con su vida, por ejemplo cuando se habla de los enfermos del sida, se habla de cómo los integramos a la comunidad a sentirse parte de un proceso, pero también que la sociedad reconozca el derecho a la salud y beneficie de alguna manera esta lucha constante por la vida, en términos de promocionarla, ejecutar y defender este derecho.

Es importante tener cuidado cuando surgen los elementos de acumulación, por ejemplo: primero se quiere tener su propia casa para brindar acogida, después se agrega cinco cuartos más atrás, dos cuartos más adelante, entonces es ahí

cuando se necesita contratar más personal; se debe analizar la cantidad de dinero que hay que pagar, y se empieza a pagar menos para tener más utilidades, es cuando se comete el mismo error que cometen los grandes hoteles al pagar sueldos más bajos por la acumulación, es entonces donde la radio juega otro papel importante como lo es el de denuncia, de decir que está llegando mucha gente y se está ensuciando mucho el río, las fundas de plástico ya están tiradas en las calles, etc. Por un lado la radio promueve lo que tienen, pero a la vez debe denunciar para prevenir y tener cuidado de heredar los vicios de las grandes ciudades que se escudan en el turismo, cuando eso ocurre, la radio comunitaria debe tener la capacidad de abrirse para denunciar y ser suficientemente clara a fin de aumentar el turismo y las oportunidades turísticas que es posible brindar a la gente. El compromiso con la sociedad es el de cuidar lo que tanto ha costado desarrollar; no transformarlo solo en un negocio donde hay ingreso de dinero, sino también preocuparse de que resulte.

La gracia de la radio comunitaria es que la gente participe en ella, si la gente no participa es porque la radio no es comunitaria. Lo que se necesita es que la gente adquiera la voluntad de hacerse parte de un proceso comunicacional y lo que interesa es que esté absolutamente compartido, que las comunidades se apropien de la radio y que los programas sean producto de una condición de participación, donde cada uno cuente su historia, demuestre que tiene voz y que la aplica, con esto se desmitifica aquello de que la radio es la voz de los que no tienen voz, porque eso es falso, todas las personas tenemos voz, a excepción de quienes tienen discapacidad en el habla que se expresan a través de signos. Hoy día se habla de la amplificación de las voces, las noticias o hechos deben ser contados con voces naturales, pero para eso se necesita demostrar que la voluntad de la radio es que la gente sea parte de ella, debe difundir una actitud que se ha popularizado en América Latina de ir a conversar con los vecinos y que la radio surja de la necesidad que tienen de expresarse.

Entrevista 7: Manuel Román Carrillo

Comunicador social desde hace 30 años con experiencia en prensa, radio y televisión. Obtuvo su Especialización en Producción de Programas para Jóvenes en la Dolce Welle-Alemania.

Trabajó en CIESPAL por el lapso de 12 años en la formación de periodistas de América Latina.

Desde hace 4 años presta sus servicios en la radio Fe y Alegría; actualmente es el Asistente del Director Nacional de Irfeyal.

Preguntas:

- 1.- ¿Qué piensa de las radios comunitarias en el Ecuador y que tan desarrolladas están?
- 2.- ¿Qué tan eficiente es la radio comunitaria como herramienta para desarrollar un taller educacional?
- 3.- ¿Cuáles cree usted son los principales problemas de la radio comunitaria?
- 4.- ¿Según su opinión, cuáles son las ventajas de la radio comunitaria?
- 5.- ¿Cómo se debería utilizar la radio comunitaria en programas sobre turismo sostenible?
- 6.- ¿Cree que los programas sobre turismo sostenible a través de la radio comunitaria, despierten el interés de las comunidades?
- 7.- ¿Qué aspectos importantes o estrategias deben ser tomados en cuenta para utilizar a la radio comunitaria como herramienta educativa?

8.- ¿Qué barreras se podrían encontrar en un programa sobre turismo sostenible transmitido a través de una radio comunitaria?

Conclusiones:

Manuel Román, nos comenta que la radio comunitaria viene gestándose en el Ecuador hace 15 años, comenzó en el Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL), iniciaron con las cabinas populares en la provincia de Cotopaxi y con un proyecto a nivel internacional donde ayudaron a las comunidades; fueron formando a los comunicadores populares, a partir de ese momento, la comunidad comenzó a apropiarse de las cabinas, los campesinos de diversos lugares se concentraban en grandes ferias y hacían programas radiales dirigidos a las obras, proyectos que gestionaban y desarrollaban en la comunidad; de esa manera fueron abriendo progresivamente la posibilidad de comunicación popular.

La radio ERBOL, empezó a dirigir las radios comunitarias enfocadas a la educación, constituyéndose en un vehículo importante de formación que fueron fortaleciendo no solo a la población sino a todas las comunidades insertadas allí.

La radio es la mejor aliada como herramienta para desarrollar talleres educativos, por ejemplo, la CORAPE que con auspicio de la Unión Europea mantiene un programa llamado Ágora donde invitan a un especialista, y todos los afiliados, los comunicadores populares y sociales conversan sobre la temática elegida, intercambian criterios entre todas las provincias del Ecuador y también entre los comunicadores. Constituye una excelente herramienta no solo para realizar proyectos educativos y turísticos, sino también para transmitir productos comunicacionales como reportajes, entrevistas, etc. Por ejemplo: Desde hace 35 años, tienen un programa que se llama “El maestro en casa” mediante el cual, a través de la radio se imparten clases, además ofrecen textos de apoyo y un cd. El curso está destinado a los adultos que en el día

trabajan; se transmite en horario de 17h00 a 22h00, y cuentan con tutores para fortalecer la educación.

Uno de los principales problemas de la radio comunitaria es el financiamiento; en ningún artículo de la nueva Ley de Telecomunicaciones, se menciona que las radios comunitarias puedan hacer publicidad.

“La mayor ventaja de la radio comunitaria radica en la posibilidad, de comunicar, de estar permanentemente con la comunidad, mantenerse en contacto con la gente”, menciona Manuel. Además considera que los avances tecnológicos que han convertido a la mayoría de seres humanos son individualistas, ya que en cualquier lugar la tecnología está presente y cada quién vive su mundo, se presentan como una plataforma de lucha para las radios comunitarias así como para las radios comerciales, educativas y culturales cuyo desafío es mantener la audiencia.

En programas de turismo sostenible, la radio puede destacar 35 formatos que se pueden alternar de distinta manera: radionovelas, de cómo no contaminar el agua; reportajes sobre la contaminación ambiental; entrevistas al defensor del medio ambiente, a las personas entendidas en el tema, o a las autoridades competentes a ese nivel. Lo importante es el manejo de los formatos radiofónicos a través de la radio comunitaria y el conocimiento pleno del especialista para manejar todos los aspectos que involucran al turismo sostenible.

Es importante remarcar la utilización del lenguaje, no debe usarse un lenguaje técnico porque no va a llegar el mensaje, es imprescindible usar el lenguaje cotidiano pero no chabacano, que llegue al radio escucha.

Cree que los programas de turismo sostenible si despiertan el interés de las comunidades, es importante aprovechar sus experiencias, por ejemplo: cómo sembraban antes y como siembran actualmente las diferentes comunidades;

sería muy interesante transmitir esas vivencias a través de talleres; como también el intercambio de experiencias entre jóvenes de la universidad con los campesinos de las comunidades.

A través de la radio es posible difundir productos comunicacionales que estén vinculados al turismo sostenible; la clave es cómo utilizarlos en el campo informativo y educativo; considera que es la herramienta propicia para intercambiar la experiencia.

Como herramienta educativa para la radio, se debe tomar en cuenta a toda la gente que esté involucrada y relacionada con el turismo sostenible: proyectos ecológicos, medio ambiente, autoridades competentes investigadores, estudiantes, comunidades, etc.

Lo que constituirá una excelente estrategia, en la que todos están conscientes del beneficio que se va a conseguir. Es clave involucrar además a funcionarios de los gobiernos seccionales, municipales a fin de lograr que el Estado plantee estrategias y tome decisiones en pro del desarrollo del turismo sostenible.

Las barreras que se pueden presentar en un programa radial de turismo sostenible es el lenguaje, la falta de claridad, utilizar demasiada música, el no saber usar el lenguaje radiofónico.

No se podrá conseguir un buen producto si no escribimos bien, si no se busca a los actores, a los personajes principales, a los secundarios, etc.

Otra de las barreras que impedirían una buena transmisión es el alcance de la señal de la radio, considerando que las emisoras comunitarias tienen un alcance a la redonda de 2 km.

La energía eléctrica, es otro factor a considerar; a fin de prevenir la suspensión de la señal por corte de la misma, es aconsejable contar con una planta en caso de necesitar sustituirla.

Existen personas que no conocen lo que es la radio, ni para qué sirve, es donde se produce el choque a nivel del capital humano, sucede que las personas que no conocen son las que toman las decisiones.

Conversación con: Soledad Chimbo

Jefe de la Comunidad Shiripuno

La comunidad de Shiripuno se compone de 151 habitantes. Fue legalizada por el Ministerio de Bienestar Social en el año 1983.

La integran 22 mujeres de la Asociación que se reúnen diariamente y trabajan elaborando artesanías para el mejoramiento de la calidad de vida en educación, alimentación, y salud.

En 1997, se inició el proyecto de construcción en colaboración con el Ministerio de Desarrollo Urbano y de Vivienda (MIDUVI). Esta organización gubernamental tenía planeado ejecutar un proyecto de turismo comunitario con el plan llamado “PPI-Pueblo Productivo Integral”; que tenía el objetivo de acoger a los turistas en cada casa, pero por ser muy pequeñas para albergar a una familia de por lo menos 8 personas, no dio resultado.

Sin embargo esta idea de cabañas se mantuvo en la mente de los habitantes de la comunidad hasta el año de 2006, quienes contaban ya con uno de los primeros museos etnológicos y etnográficos de la región, que acogía a muchos visitantes.

La necesidad de crear una actividad en la comunidad para obtener un ingreso económico, los motivó a emprender la construcción de la nueva casa de artesanía, algunas cabañas de alojamiento y el restaurante, añadido a todas las actividades culturales como: danza, música, lavadero de oro, trampas de

caza y pesca, shamanismo, elaboración de chocolate y excursiones en la selva.

Todo este proyecto fue elaborado y realizado con el objetivo de rescatar y valorizar la cultura Kichwa, tesoro cultural que se está perdiendo en esta época de modernización y globalización.

Soledad nos comenta, que tienen la necesidad de poner en marcha actividades de preservación y protección de la cultura y del ambiente como una alternativa de uno de los mejores modos de vida y desarrollo.

Su comunidad se siente responsable con el medio ambiente, ahora se dedican solo a la pesca, el problema es que falta capacitación, todavía hay gente que bota dinamita a los ríos; además está prohibida la cacería de animales, no matan ni una mariposa para así conservar la biodiversidad del sector.

Nos menciona que todos hablan sobre tener un turismo sostenible pero no trabajan para conseguirlo, la gente se conforma con lo que tiene. Hay personas de otras comunidades que los visitan y toman fotos, a fin de promocionarse con lo que no tienen, engañando al turista. Soledad dice que ninguna autoridad los ha ayudado, solo les expresan sus felicitaciones y un sigan adelante, únicamente se hacen presentes en tiempo de campañas electorales para conseguir su voto, regalándoles fundas de caramelos o camisetas.

La comunidad es muy unida ya que no quieren que se divida como pasa en la mayoría, principalmente por conflictos de intereses. Una de sus principales preocupaciones es la educación de sus hijos, es por esto que cuando tienen ganancias compran material didáctico, festejan cuando es el día del niño, aparte invierten en la construcción y mantenimiento de las cabañas.

Soledad expresa que hacen falta programas radiales donde las personas de la comunidad puedan aprender, dice que la capacitación de la gente es importante, que la mayoría habla de turismo pero es un tema que no se lo ha tratado en medios de comunicación que son el puente entre las comunidades y el conocimiento de lo que sucede en el cantón. Por supuesto les interesa que se promocioe y a la vez se enseñe a gestionar y desarrollar un verdadero turismo sostenible y comunitario.

5.4.2 Encuestas

La encuesta se define como un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Se obtuvieron los datos de varias personas según la muestra realizada, las cuales fueron libres o encubiertas, para obtener mayor precisión en cuanto a los datos tabulados con exactitud, los cuales constituirán una respuesta a la problemática de la sociedad.

En este caso, las 10 preguntas planteadas en el cuestionario están dirigidas a la población rural del Tena.

La intención del cuestionario es determinar el nivel de aceptación de un programa radial referente a turismo sostenible, su programación, horario, necesidades etc. El cuestionario consta de 10 preguntas abiertas y cerradas.

Cuestionario de las encuestas realizadas a las personas de las comunidades rurales del Tena:

Solicitamos su colaboración brindándonos unos minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas:

Edad: _____

Sexo: F M

1.- ¿Conoce qué es turismo sostenible y que beneficios trae a la comunidad?

SI

NO

2.- ¿Escucha habitualmente programas transmitidos por medio de una radio?

SI Cuáles _____

NO

3.- ¿Conoce de algún medio de comunicación que trate temas de turismo sostenible en el Tena?

SI

NO

4.- ¿Le gustaría que existiera un programa especializado en turismo sostenible, en algún medio de comunicación?

SI NO

5.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información sobre cómo realizar turismo sostenible?

Semanal 2 veces por semana
Quincenal Mensual

6.- ¿En qué formato le gustaría escuchar los programas sobre turismo sostenible y que temas le gustaría que se traten?

Radionovelas Informativo Reportajes
Variado Radio revista

¿Qué temas? _____

7.- ¿Cree usted que hace falta aplicar turismo sostenible en su comunidad?

SI NO

8.- ¿Cree usted que aplicando turismo sostenible a su comunidad beneficiaría su desarrollo?

SI NO

9.- ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a escuchar este programa sobre turismo sostenible?

30 minutos 45 minutos 1 hora 2 horas

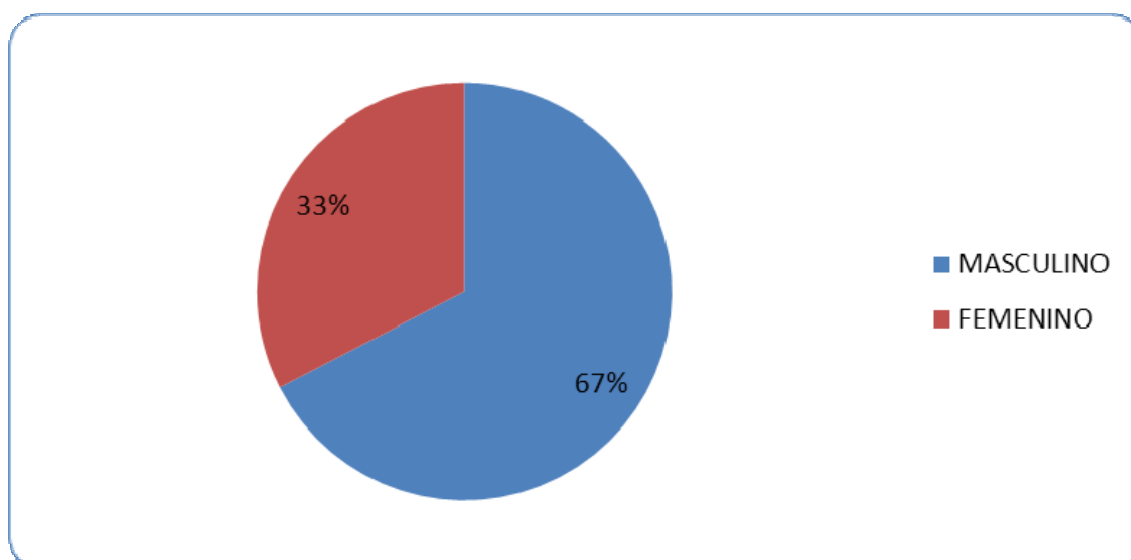
10.- ¿En qué horario usted estaría dispuesto a escuchar este programa sobre turismo sostenible?

Tabulación de los resultados de las encuestas realizadas:

396 personas encuestadas

Edad promedio: 33 años (32,7)

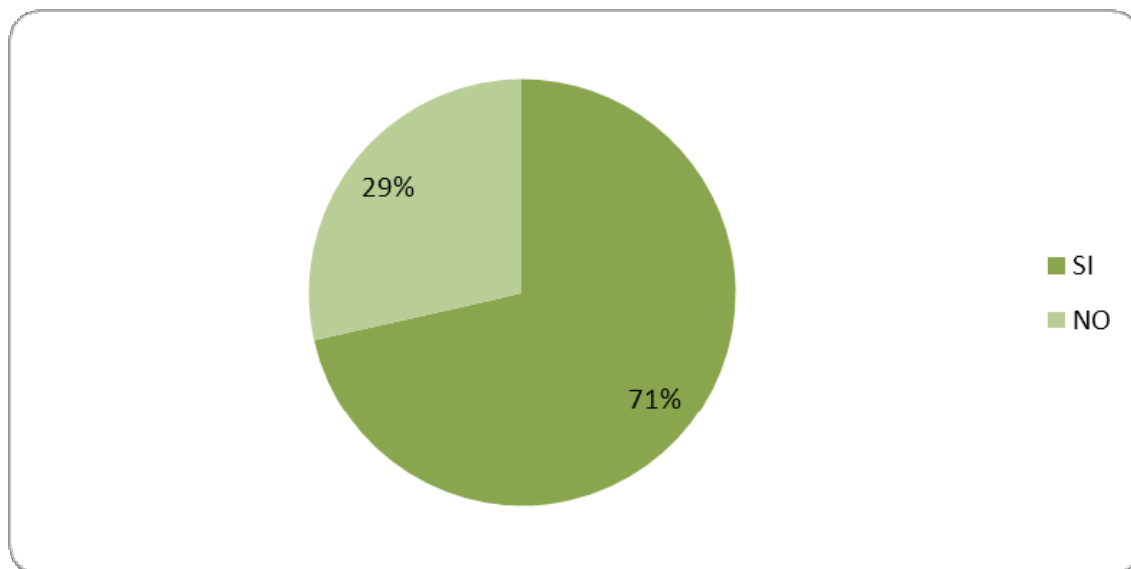
Sexo: F: 297 M: 129



El 67% de los encuestados fueron del sexo masculino, mientras que el 33% fueron del sexo femenino.

1.- ¿Conoce qué es turismo sostenible y que beneficios trae a la comunidad?

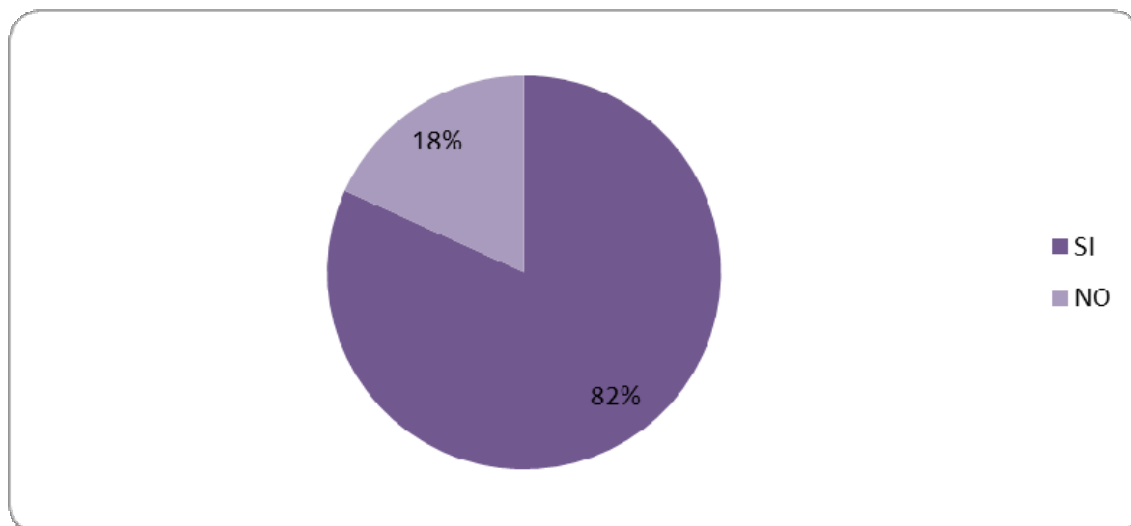
SI: 283 NO: 213



La mayoría con el 71% conoce que es el turismo sostenible y sus beneficios, aunque muchos lo relacionan o confunden con turismo comunitario o ecoturismo, el 29% no conoce.

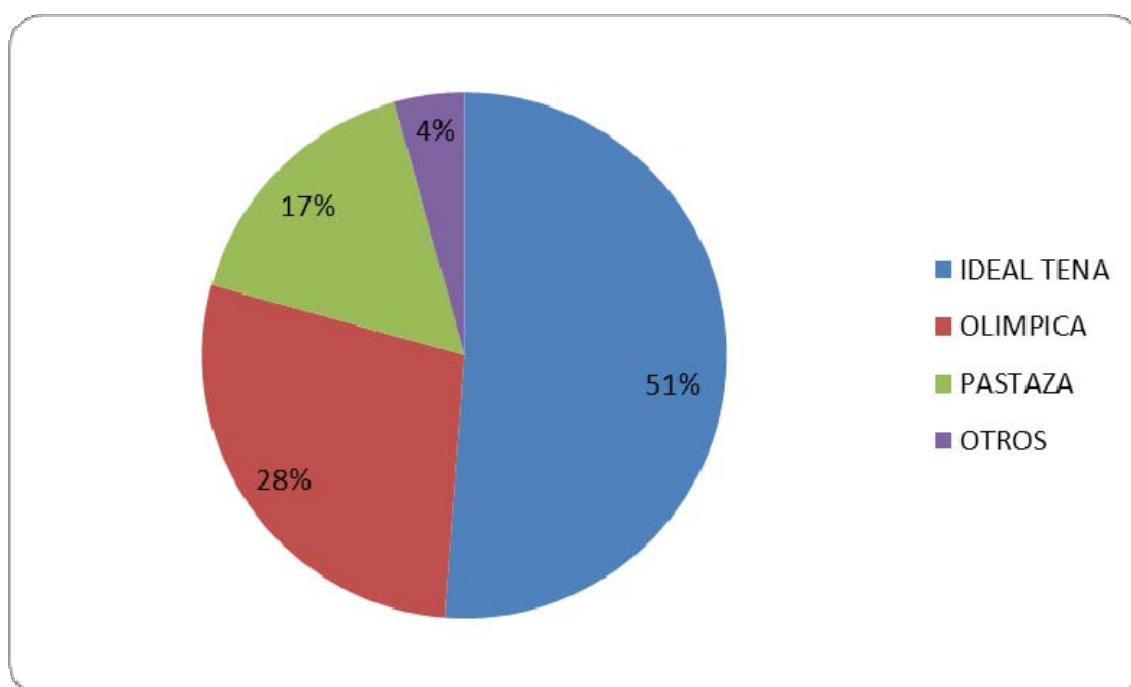
2.- ¿Escucha habitualmente programas transmitidos por medio de una radio?

SI: 324 NO: 72



El 82% de los encuestados si escucha habitualmente un programa radial mientras que el 18% no lo hace.

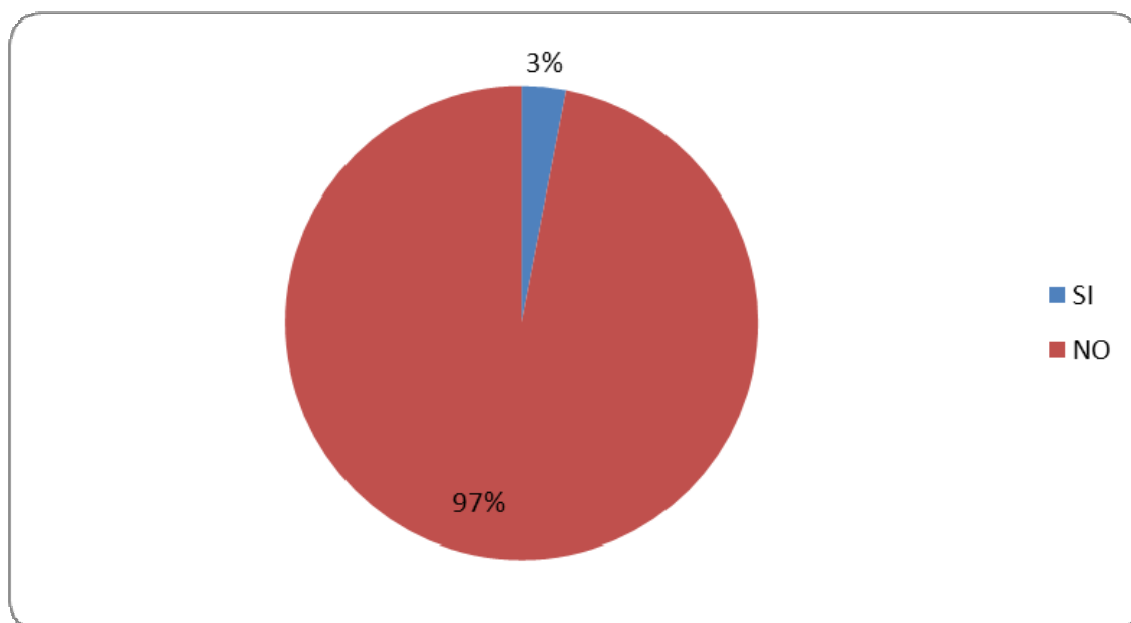
¿Cuál?



De total de los encuestados que respondieron que si escuchan un programa radial, el 51% lo hace a través de radio Ideal Tena, el 28% por radio Pastaza, seguido por radio Olímpica con el 17% y un mínimo del 4% escuchan otras radios.

3.- ¿Conoce de algún medio de comunicación que trate temas de turismo sostenible en el Tena?

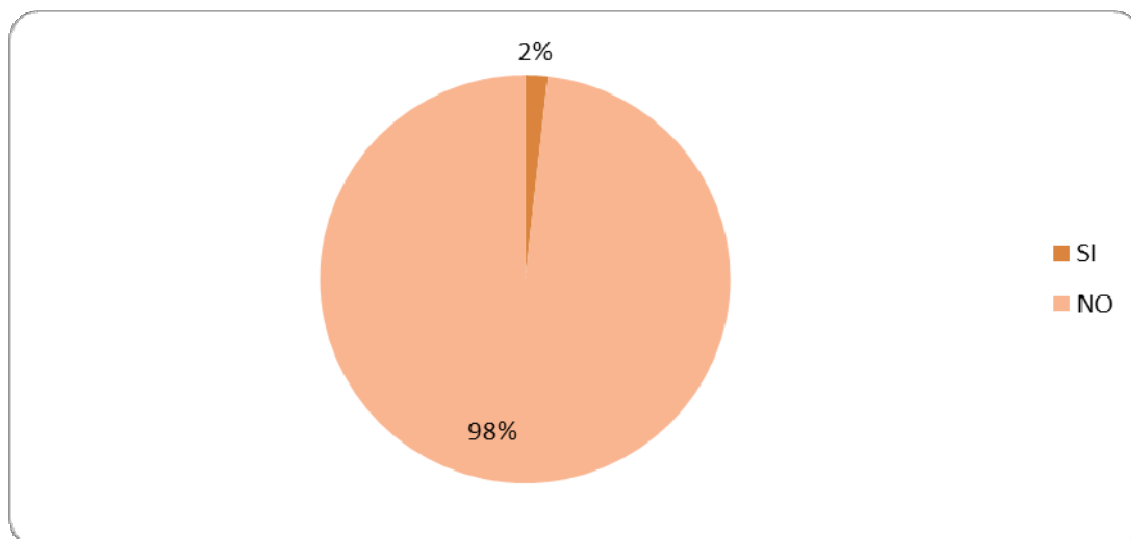
SI: 42 NO: 357



Se evidencia que hay poco interés y ausencia de medios de comunicación que tratan temas de turismo sostenible en el Tena, ya que el 97% desconoce de algún medio de comunicación que aborde sobre turismo sostenible.

4.- ¿Le gustaría que existiera un programa especializado en turismo sostenible, en algún medio de comunicación?

SI: 389 NO: 7

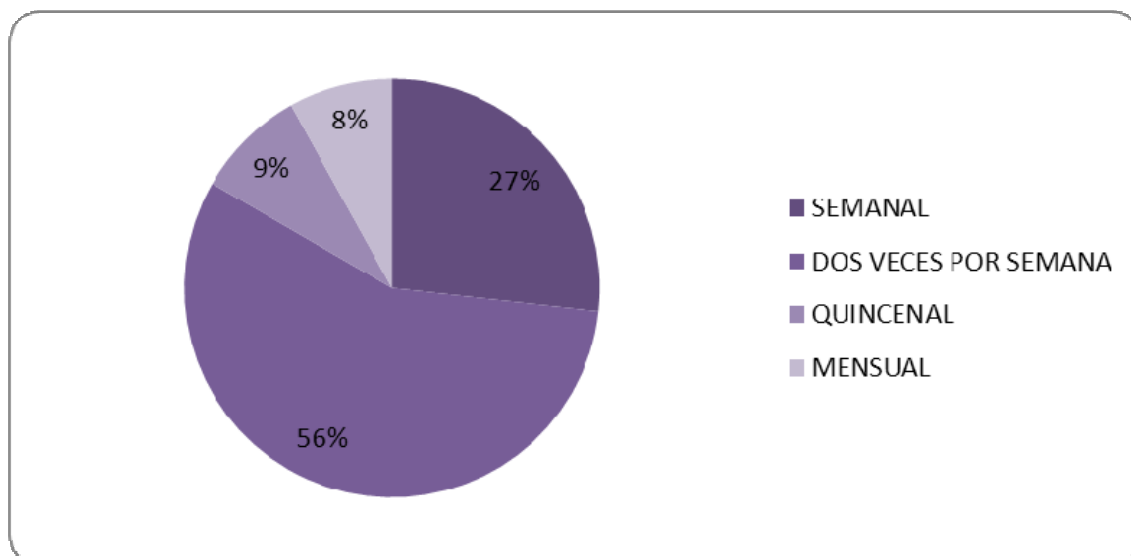


A la gran mayoría (98%) le gustaría que algún medio de comunicación tuviera un programa especializado en turismo sostenible, y a muy pocos como es el 2% no le interesaría.

5.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información sobre cómo realizar turismo sostenible?

Semanal: **106** 2 veces por semana: **224**

Quincenal: **34** Mensual: **32**

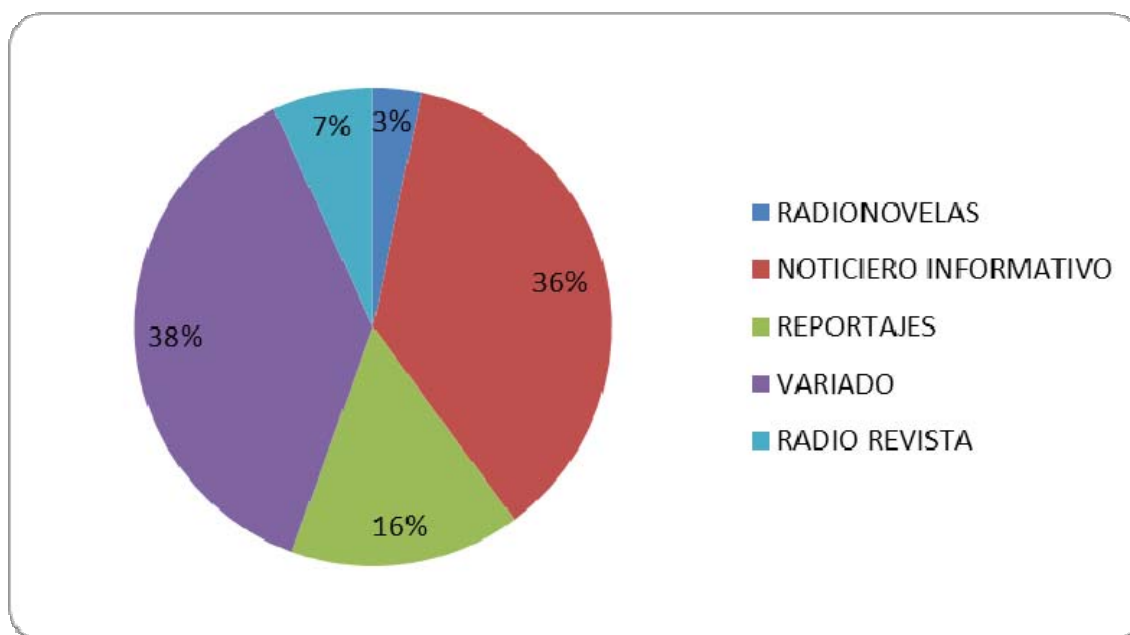


Al 56% le gustaría recibir información sobre cómo realizar turismo sostenible dos veces por semana, al 27% semanalmente, al 9% quincenalmente y al 8% le gustaría recibir esta información mensualmente.

6.- ¿En qué formato le gustaría escuchar los programas sobre turismo sostenible y qué temas le gustaría que se traten?

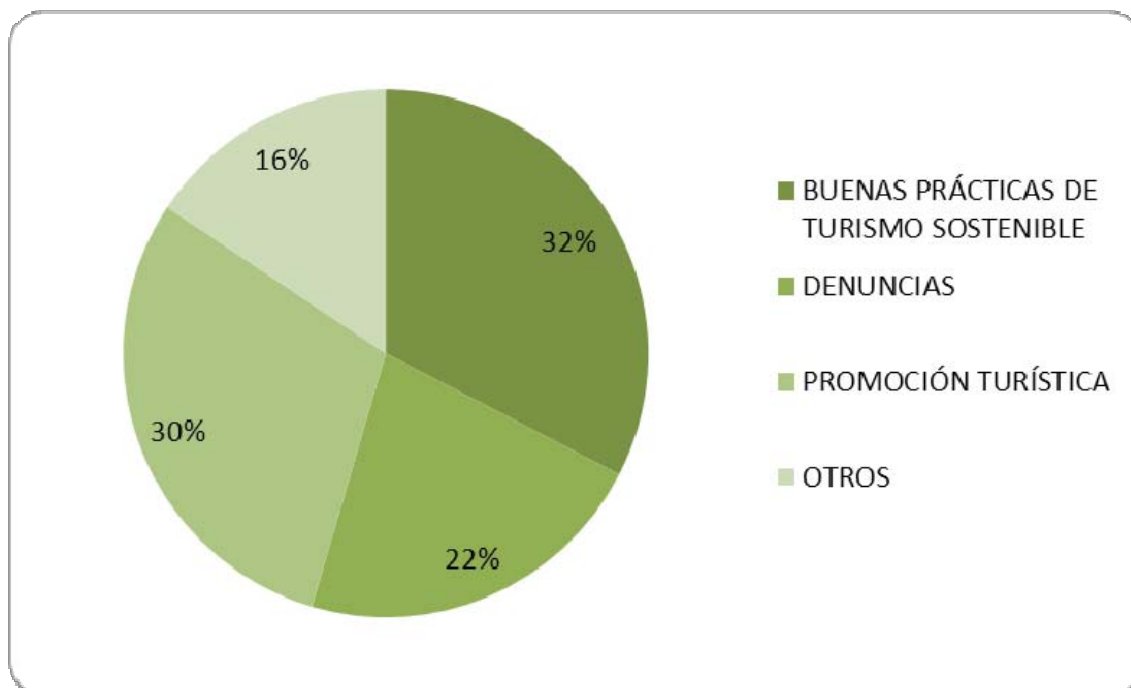
Radionovelas: 13 Informativo: 145 Reportajes: 62

Variado: 149 Radio revista: 27



El 38% preferiría un programa en formato variado o misceláneo, al 36% le gustaría escuchar un informativo, el 16% en formato reportaje, el 7% una radio revista y por último el 3% de los encuestados les interesaría escuchar como radionovela.

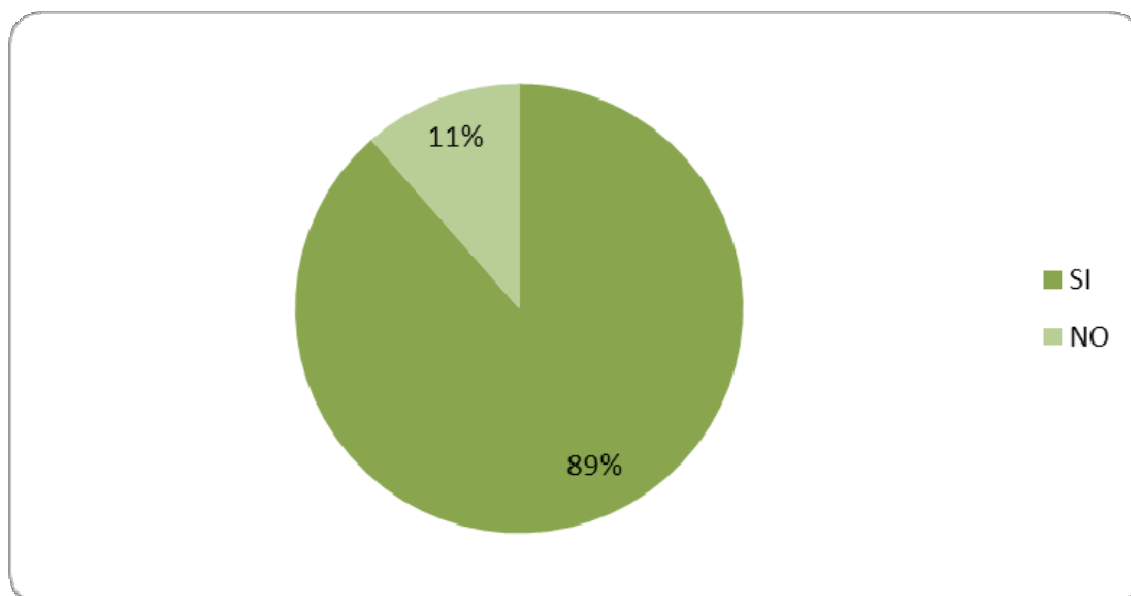
¿Qué temas?



El 32% de los encuestados respondieron que les gustaría que se traten temas relacionados a buenas prácticas de turismo sostenible, muy cerca con el 30% le sigue temas sobre promoción turística, al 22% le interesaría que se tomen en cuenta las denuncias, y por último con el 16% otros programas sería la preferencia de los encuestados.

7.- ¿Cree usted que hace falta aplicar turismo sostenible en su comunidad?

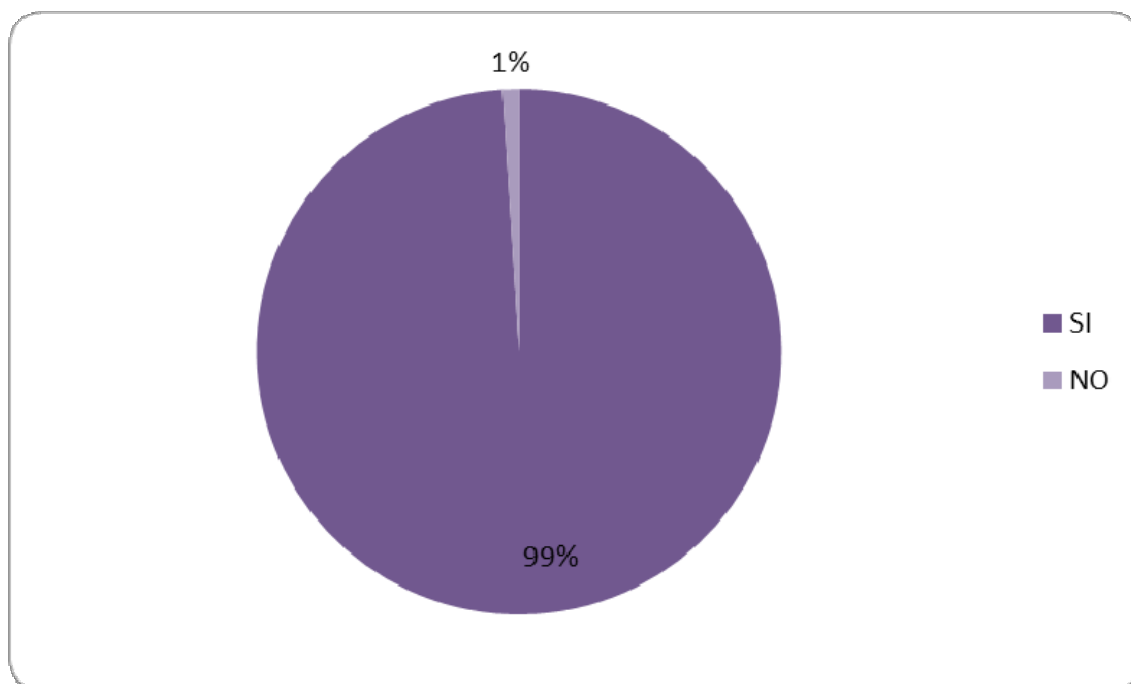
SI: 324 NO: 42



La gran mayoría de los encuestados con el 89% cree que hace falta aplicar turismo sostenible en su comunidad, mientras que solo el 11% piensa que no hace falta.

8.- ¿Cree usted que aplicando turismo sostenible a su comunidad beneficiaría su desarrollo?

SI: 392 NO: 4



Prácticamente la totalidad de los encuestados cree que aplicando turismo sostenible beneficiaría su desarrollo comunitario.

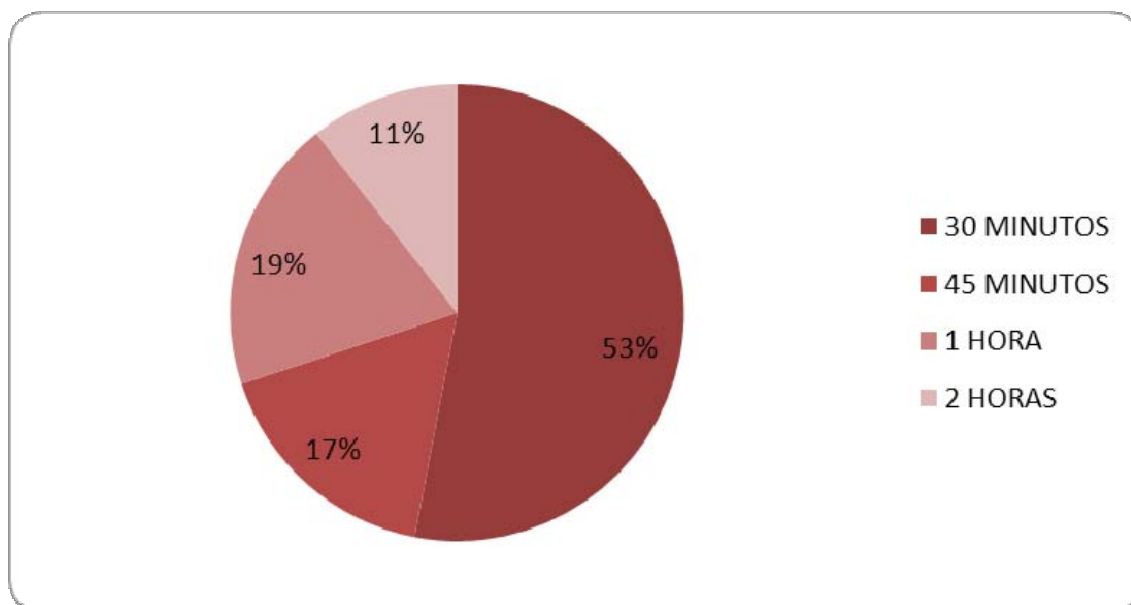
9.- ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a escuchar este programa sobre turismo sostenible?

30 minutos: **194**

45 minutos: **62**

1 hora: **71**

2 horas: **29**



Más de la mitad de los encuestados estarían dispuestos a escuchar el programa sobre turismo sostenible por 30 minutos, seguido por el 19% que estaría dispuesto a escucharlo por una hora, luego viene el 17% con 45 minutos y finalmente el 11% de los encuestados estarían dispuestos escuchar este programa por 2 horas.

10.- ¿En qué horario usted estaría dispuesto a escuchar este programa sobre turismo sostenible?

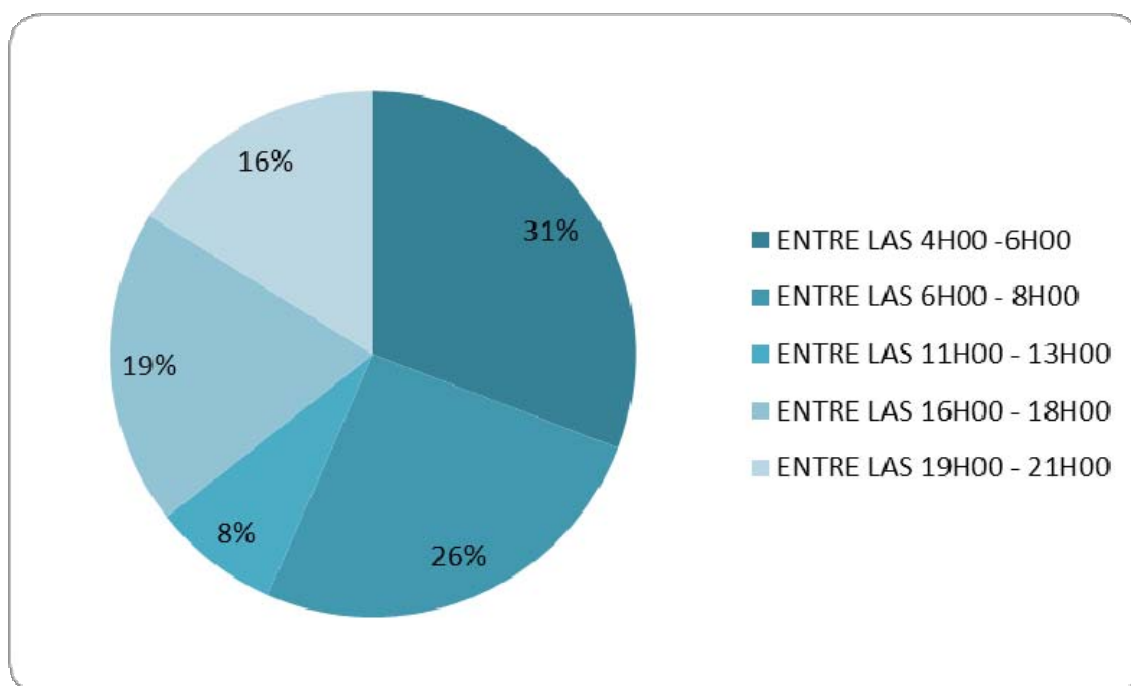
Entre las 4h00 – 6h00: 122

Entre las 6h00 – 8h00: 102

Entre las 11h00 – 13h00: 31

Entre las 16h00 – 18h00: 77

Entre las 19h00 – 21h00: 64



El 31% estaría dispuesto a escuchar el programa sobre turismo sostenible entre las 4h00 – 6h00, seguido con el 26% entre las 6h00 – 8h00, luego viene el horario de entre 16h00 – 18h00 con el 19%, el cuarto lugar viene con el 16% horario entre las 19h00 – 21h00. Y por último con el 8% de 11h00 a 13h00. Las respuestas de los encuestados se relacionan con las actividades diarias que realizan mientras escuchan la radio.

5.5 ANÁLISIS DE DATOS Y CONCLUSIONES

Los instrumentos utilizados para esta investigación como las entrevistas y las encuestas, se ligan para ayudar a explicar la situación actual en la que viven las comunidades rurales del sector del Tena, y la necesidad de un medio de comunicación que trate temas de turismo sostenible, para así poder conservar y tener un equilibrio en el desarrollo social, la conservación del medio ambiente y el beneficio económico del cual no se pierda su identidad cultural.

Las entrevistas contribuyeron al enfoque cualitativo ya que permitieron ahondar las diferentes perspectivas sociales y periodísticas, las cuales determinan si realmente la población necesita un medio de comunicación que trate estos temas para los grupos más vulnerables. Permitieron terminar con la inquietud de ser factible un programa radial, que trate temas de turismo sostenible para que así la sociedad se eduque, y esclarecer la duda de que con este tipo de programas las comunidades se sientan aventajadas.

Mónica Carriel aportó con una visión social en la investigación, quien asegura que el turismo es fuente inagotable de riqueza, mientras más canales de difusión existan para ayudar al desarrollo educativo del turismo sostenible de las comunidades, es cada vez mejor. La experimentación es necesaria para el comunicador, porque lo convierte en el testigo vivencial de lo que transmitirá.

Su labor deberá ser la de dar una visión distinta y para poder ejecutarlo se necesitan procesos de concienciación para que así la población se pueda dar cuenta de que es un proceso de desarrollo y beneficio para la misma gente.

El problema para Mónica, radica en el proceso de comunicación radiofónico, donde los implicados son ajenos a la realidad, es decir los educadores o comunicadores no conviven en el sector para ver cuáles son las necesidades.

Para Mario Villalobos, periodista radial, es la radio comunitaria la que tiene la finalidad de darle la expresión a toda la gente de un sector, la radiodifusión en

conjunto con la población ha descubierto que existen otras formas de hacer turismo, que es representar la cultura, contar sus historias; por ejemplo se habla de cómo se han formado cada una de las construcciones de la comunidad, de cómo se alimentaban antes y ahora, es así que el turismo pasa a ser un elemento en la vida cotidiana de la gente, donde hay subsistencia por que vive de lo que los turistas le dejan cuando llegan a la vivienda de la comunidad, donde abren las puertas de su casa, brindándoles atención, compartiendo los alimentos, explicándoles cómo se cocina, mostrándoles las riquezas tanto geográficas como culturales, procurando que la radio comunitaria esté permanentemente promocionando estos elementos, además que tiene muchas más posibilidades por su concepción de abrirse al conjunto de las voces que existen, para que expliquen con voz propia qué es lo que está ocurriendo.

A la vez menciona que es fundamental tener cuidado cuando surgen los elementos de acumulación, que es cuando se cometen los mismos errores de las grandes ciudades, al contratar más personal se reducen los sueldos para tener más utilidad, es entonces donde también la radio juega otro papel que es el de denuncia.

Es indispensable que la gente adquiera la voluntad de hacerse parte de un proceso comunicacional; lo que interesa es que sea un proceso absolutamente compartido, en el que las comunidades se apropien de la radio, que los programas sean producto de una condición de participación, donde cada uno cuente su historia, demuestre que tiene voz y que la aplica, y de este modo desmitificar aquello de que la radio es la voz de los que no tienen voz.

Mario además señala, que la radio es fuente de desarrollo porque le permite a la gente darse cuenta de que su voz si vale y que solo hace falta tener antenas para poder deducir que en los procesos comunicacionales es tan importante entender lo que nos cuentan con el micrófono cerrado como lo que nos cuentan con el micrófono abierto.

Conversando con la gente de las comunidades, se puede observar cómo por parte de organizaciones y ministerios, el tema de Turismo Sostenible se queda en planes o futuros proyectos a implementarse, cada vez que el gobierno por una parte habla de llevar a cabo esta clase de propósitos que ayuden al desarrollo de las comunidades rurales del Tena se contradicen con acciones que en lugar de ayudarlos los perjudica, como son las concesiones petroleras, mineras, etc.

Las comunidades ven a la radio como una forma esencial de enseñanza, de promoción, de ayuda y desarrollo para la comunidad.

Las radios comunitarias han cumplido un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad ecuatoriana a nivel educativo, organización popular, participación ciudadana, etc. Sin embargo este rol no es reconocido por la sociedad. Además la identidad de las llamadas radios comunitarias está en un constante proceso de definición. Por ello, la propuesta se considera básica y determinante la generación de nuevos espacios donde los diferentes actores involucrados privilegien a los sectores más vulnerables.

Además en el artículo 1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos se promulgan los tres grandes valores: libertad, igualdad y fraternidad que deben regir la vida humana y orientar la programación de una radio ciudadana. Y en el artículo 2, se reitera la universalidad de los derechos que emanan de dichos principios y se especifican las más frecuentes discriminaciones que atentan contra ellos: Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta declaración, sin distinción alguna de etnia, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento u otra condición.

Las radios que se autocalifican como comunitarias y que son miembros de la CORAPE, representan un porcentaje muy pequeño dentro del universo de estaciones autorizadas para operar en el territorio ecuatoriano. Por esta razón

es importante propiciar el fortalecimiento de esta organización a fin de expandir esta red de estaciones que comparten principios de desarrollo basados en la participación y el trabajo comunitario.

En las encuestas realizadas se pudo evidenciar que hay poco interés y ausencia de medios de comunicación que tratan temas de turismo sostenible en el Tena, ya que el 89% desconoce de un medio que capacite o informe sobre esto. A la vez a la gran mayoría como el 98% le gustaría que exista algún medio que tuviera un programa especializado en turismo.

La mayoría con el 71% conoce que es el turismo sostenible pero muchos lo confunden con turismo netamente comunitario o ecoturismo.

El 38% preferiría un programa en formato variado o misceláneo, del cual a la mayoría les gustaría escuchar sobre buenas prácticas de turismo sostenible, enseñanza sobre este, denuncias, experiencias de las comunidades, entre otros. De esta manera se considera que sí hace falta aplicar programas sobre turismo sostenible que beneficiarían su desarrollo comunitario.

El programa que preferirían y estarían dispuestos a escuchar sería de 30 minutos en el horario entre las 4h00 y 6h00 am, que es la hora mientras realizan los quehaceres diarios antes de salir a trabajar. Estos programas serían escuchados dos veces por semana y será transmitido a través de la frecuencia de radio Ideal Tena, dial 98.9 FM que forma parte de la Red de Coordinadora Popular Educativa del Ecuador en el cantón Tena que es el dial de más acogida y que llega a toda la población del Tena.

Para esto a continuación, se presenta el listado de las radios afiliadas a la Red CORAPE en la Amazonía, resaltando Ideal Tena.

Tabla 5.1 Radios Afiliadas a la Red CORAPE

RADIO	PROVINCIA	CIUDAD	COBERTURA	FRECUENCIA
IDEAL TENA	Napo	Tena	Provincia del Napo a excepción del Chaco en Orellana cantón Loreto, parte de Pastaza Santa Clara y Arajuno.	98.9 FM
INTEROCEÁNICA	Pastaza	Puyo	70% de la Amazonía: Pastaza, Napo, Morona Santiago, parte de Sucumbios y Tungurahua.	96.5 FM
LA VOZ DEL UPANO	Morona Santiago	Macas	Provincia Morona Santiago y Pastaza.	1540 AM 90.5 FM
PUYO	Pastaza	Puyo	Provincia Pastaza, Napo, Tunguragua, hasta Baños, Morona Satiago, hasta Guampoya, Pablo Sexto.	89.1 FM
SUCUMBIOS	Sucumbios	Nueva loja	Napo, Pastaza, Orellana Sucumbíos, sur Colombia.	1300 AM 105.3 FM
CUYABENO	Sucumbios	Lago Agrio	Provincia de Sucumbíos y Orellana, departamento de Putumayo en Colombia.	98.1 FM
LIDER	Napo	Archidona	Napo, Tena, Archidona, Quijos, Arozemena Tola, y toda la Rivera del Río Napo.	103.7 FM
CUMANDÁ	Orellana	Coca	Orellana, Napo y Sucumbíos.	101.5 FM
LA VOZ DE ZAMORA	Zamora Chinchipe	Zamora	Provincia de Zamora Chinchipe.	102.9 FM

Elaborada por: Alejandra Naranjo

La parrilla de programación evidencia que en dicha radio, no hay ningún programa educativo que beneficie a las comunidades sobre las buenas prácticas de Turismo sostenible, como tampoco se menciona el cuidado y conservación de sus culturas, ambiente y su desarrollo económico

Tabla 5.2 Parrilla de Programación CORAPE

PROGRAMACIÓN DE LUNES A VIERNES	
1.-05h.	Despertar Amazónico
2.-06h.	Informativo síntesis
3.- 07h.	Folklore latinoamericano
4.- 08h.	Recuerdos musicales
5.- 10h.	Rumba caliente
6.- 12h.	Buenas tardes, buena música
7.- 14h.	Tropisalsa
8.- 14h.	Mundo juvenil
9.- 17h.	Música moderna
10.- 18h.	Informativo síntesis
11.- 19h.	Ecuador y su música
12.- 19:30h	Radio revista educativa (Familia)
13.- 20:00h.	Reencuentro musical
14.- 24:00h.	Cierre
PROGRAMACIÓN SÁBADOS	
1.-05h.	Música nacional y temas educativos
2.-06h.	Folklore latinoamericano
3.-07h.	Música juvenil
4.- 10:00h.	Un encuentro con el pasado
5.- 12:00h.	Calientes del sábado
6.- 14:00h.	Encuentro musical de la semana
7.- 17:00h.	Sábado cultural
8.- 20:00h.	Bailables de fin de semana
9.- 24:00h.	Cierre de programación
PROGRAMACIÓN DOMINGOS	
1.- 06h.	Música nacional
2.- 07h.	Alegres vallenatos
3.- 09h.	Radio revista "Domingo ideal"
4.- 12:00h.	Música de los grandes maestros
5.- 14:00h.	Variados
6.- 18:00h.	Recuerdos musicales y reflexiones
7.- 20:00h.	Música nacional
8.- 21:00h.	Cierre de programación

Elaborada por: CORAPE

CAPÍTULO VI

“LA LORA SABIA”, PRODUCTO RADIOFÓNICO.

TURISMO SOSTENIBLE PARA LAS COMUNIDADES RURALES DEL TENA.

6 PROPUESTA DEL PROYECTO

6.1 CONTEXTO

En este trabajo se planteó la necesidad de trabajar con la radio tomando a esta, como un instrumento para fortalecer el desarrollo comunitario en turismo sostenible para las comunidades rurales del Tena, por medio de la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador.

Entendiendo como base que el medio radio pretende: informar, educar y entretener, estas tres palabras fueron, desde entonces, parte del objetivo y acervo profesional de los comunicadores sociales de todo el mundo.

La equivocación llega, cuando no se normaliza claramente que el medio debe servir para estos tres criterios, los dueños de los medios de comunicación separaron de tal manera bajo su propia perspectiva e interés que por razón de mercado se transforma a la información general en mercancía y el desentendimiento de lo que significa el medio como mediador en la educación haciéndose superficial el entretenimiento.

Con el transcurso del tiempo lo denominado educativo fue perdiendo espacio en los medios de comunicación. Lo rentable es lo que queda y se deja de lado la producción con contenido, se ingresa a la etapa de la molienda de discos y al estropeo del idioma con la función de locutores sin formación, y dueños de medios que lo tratan como cualquier negocio de venta de productos sin

incorporar la responsabilidad social que el medio requiere ofrecer. Era más rentable aumentar espacios o tiempo de entretenimiento que de información.

El no manejo de formatos hizo que lo cultural o educativo se transforme en sinónimo de aburrido.

En base al respeto al medio, al sentido de producción, muy necesaria en esta época, nace el programa “La Lora sabia” en función de las personas más vulnerables en el contexto social. De ahí el compromiso de desarrollar programas dentro de un formato adecuado, que con contenidos de carácter educativo pueda orientar a la comunidad a través de la radio como el medio más cercano a ellos y que además les dé la posibilidad de dar la voz a los menos privilegiados.

6.2 FORMULACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Una radio comunitaria es un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con intereses comunes, por lo que apoyar a las políticas sociales de desarrollo local y responder con diversidad informativa a la problemática de la comunidad son rasgos indispensables, pues son muchas veces la única fuente de comunicación e información con la que cuentan las provincias y comunidades que se encuentran alejadas.

Las comunidades rurales del Tena, son gran fuente de riqueza natural y de biodiversidad, muchas entidades están explotando sus potencialidades, pero los procesos técnicos de una explotación inadecuada perjudican a las comunidades.

Un primer gran eje para el desarrollo del turismo sostenible, es la resistencia de las comunidades indígenas por las malas experiencias en la relación y presencia de empresas madereras, petroleras y de otras actividades productivas extractivas que, en la forma en que se plantearon, desde los años

70 en adelante, han afectado seriamente al medio ambiente, al tejido social y a las condiciones de vida de los pueblos indígenas.

Los indígenas y las comunidades al ser empleados por las petroleras, empezaron a experimentar un conjunto de prácticas de sobre explotación en condiciones desiguales y trato no respetuoso por parte de las mismas. La fuerte contaminación del agua por diversos derrames de petróleo, hizo que las comunidades indígenas desarrollen formas de militancia para proteger el agua como recurso fundamental.

La nueva red de asentamientos empresariales que se implementaban, afectaron de diversas formas a las comunidades en tres aspectos fundamentales: pérdida de tierras más accesibles y ricas para la agricultura, reducción del territorio para caza y debilitamiento en la relación con la agricultura. También supuso, por primera vez, la privatización de los recursos comunales.

Por otro lado, la industria del turismo que incluye hospedaje en la selva, tour operadoras extranjeras con sede en Quito y guías locales, comenzó a integrar en sus operaciones a la población local.

Las empresas turísticas ofrecían con frecuencia empleo a los indígenas como guías nativos, transportistas en los ríos y otras tareas no cualificadas. Visitar las comunidades indígenas era parte de los programas de las operadoras turísticas.

Generalmente, los beneficios económicos para los indígenas eran limitados e impredecibles puesto que las tour operadoras cambiaban prioridades y destinos.

Los beneficiarios tendían a ser empleados individuales que negociaban con las tour operadoras, siendo este un fenómeno que contribuyó a una diferenciación social que difícilmente se ajustaba con la organización comunitaria.

Hoy en día, dentro de las propuestas turísticas han cobrado gran importancia e iniciativas para un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones, acorde con la preservación del medio ambiente y la conservación de la diversidad biológica en sus territorios y su entorno, pero en lo ambiental se debe manejar de manera adecuada los materiales, técnicas constructivas, fuentes de energía y tecnologías utilizados para construir, equipar y operar tanto la planta turística, alojamiento y restauración como las obras de infraestructura caminos, muelles, terrazas; de modo adecuado al entorno y a la par, iniciar una estrategia de información, comunicación, concienciación y educación para la comunidad y los turistas.

Es necesario determinar la carga máxima que puede soportar el contexto comunitario, sin provocar efectos nocivos ambientales, socioculturales, económicos y psicológicos, estos aspectos al convertirse en buenas prácticas, no solo mejoran el ambiente para los visitantes sino su entorno que va de la mano con el principio de calidad de vida o buen vivir de las mismas.

El problema de las comunidades es que no tienen programas para la capacitación en el área de la hospitalidad; en este aspecto los programas de turismo sostenible los cuáles son muy pocos y la mayoría representada en entidades, presentan serias deficiencias, también en los procesos de gestión como en la comunicación y servicios de salud.

Existe la percepción entre los especialistas de que los proyectos comunitarios están destinados a fracasar. Este es un grave problema, ya que generalmente son las entidades las que hablan de hacer o lograr un turismo sostenible, pero a la vez son las mismas que se contradicen, es decir las acciones solamente se quedan en el discurso.

Y por último, las comunidades rurales del Tena esperan que los cambios se vean a un corto plazo y no asimilan o ven la realidad que poco a poco este tipo de turismo manejado por buenas prácticas benefician a su desarrollo.

6.3 NATURALEZA DEL PROYECTO

El programa radial “La Lora Sabia”, se presenta como una propuesta educativa en turismo sostenible que beneficie el desarrollo comunitario para las comunidades rurales del Tena.

El eje del proyecto es educar a las comunidades por medio de la radio sobre las buenas prácticas de turismo sostenible, para así lograr el desarrollo en un proceso de recuperación de la identidad, trabajando desde la cosmovisión amazónica en perspectiva de aumentar la autoestima, seguridad, liderazgo, gestión y consolidación.

La generación y desarrollo de capacidades productivas locales, hacen énfasis en la comunidad para su progreso, utilizando a la radio como vehículo que respete y acoja prácticas ancestrales, para así mejorar los ingresos de la familia como también para que cuiden y protejan el medio ambiente.

El fin del programa es lograr que las comunidades rurales del Tena, por medio de la radio, se sensibilicen con buena información, que permita capacitación y mediante el entretenimiento participen en el programa, con sus características, respetando su cultura y el entorno en el que se desarrollan incentivando a la vez la acción de trabajar para que cada día sea un aporte al cuidado ambiental, proteger la identidad sociocultural y fortalecer el ámbito económico para el beneficio de las mismas.

6.4 OBJETIVOS

General:

Realizar programas educativos radiofónicos en turismo sostenible que beneficie el desarrollo de las comunidades rurales del cantón Tena.

Específicos:

- 1) Identificar el manejo y funcionamiento de los medios de comunicación del sector, especialmente la radio.
- 2) Recopilar las corrientes comunicativas utilizadas en las radios comunitarias, como la comunicación para el desarrollo.
- 3) Establecer tácticas comunicacionales para Turismo sostenible, aplicadas a las radios con formatos diversificados.
- 4) Definir el desempeño de las radios comunitarias como aporte al desarrollo de la sociedad y de las comunidades del Tena.
- 5) Analizar las estrategias comunicacionales de formatos radiales para la integración del turismo sostenible en la zona rural del Tena.
- 6) Propuesta Periodística Radiofónica para programas educativos en Turismo Sostenible que beneficie el desarrollo comunitario, a través de la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE), en las comunidades rurales del cantón Tena.

6.5 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

6.5.1 Análisis FODA

Tabla 6.1 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - El producto puede ser transmitido por la radio que es un medio muy accesible para todos. - El tema es social e innovador y aporta con la humanidad y naturaleza lo que le hace interesante y actual. - Interés sobre el tema por parte de las comunidades rurales del Tena. - Acceso directo a información bibliográfica y a fuentes oficiales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Altos costos de producción. - La no experticia en la producción puede llevar en un inicio a ser un producto con gran posibilidad de errores. - Poco alcance de la señal de las radios comunitarias. - Poca información oficial sobre las comunidades y su cultura.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Existe poco conocimiento sobre el turismo sostenible y sus beneficios. - Cambio de tendencias a lo sostenible por parte de los turistas. - Ser pioneros en la información educativa en el tema de turismo sostenible. - El tema es innovador e interesante para entidades públicas y privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aculturización de las comunidades por la visita constante de turistas. - Falta de políticas sostenibles por parte de los gobiernos locales. - Falta de interés de la empresa privada con este tipo de proyectos. - Difícil procesos para conseguir financiamiento. - Poca accesibilidad geográfica de las comunidades.

Elaborada por: Alejandra Naranjo

Conclusión:

La matriz FODA nos dio como conclusión que el tema es viable por ser social, busca el desarrollo y beneficio de todos los actores que conforman el turismo

sostenible, despertando el interés a las comunidades, entidades públicas y privadas, cabe mencionar que existen amenazas para dichos actores y para el tema en general ya que no hay políticas sostenibles desarrolladas, además se podría ver afectado la cultura de las comunidades por la visita de turistas que podrían adoptar su cultura y perder la suya. El tema del financiamiento se lo debe tratar con prioridad por ser un tema que conlleva a mucha burocracia y hay que ser perseverantes.

El cambio de tendencias de los turistas extranjeros hacia lo sostenible es una oportunidad para el tema, ya que éste cada vez va aumentando y lo hará interesante para cualquier entidad que quiera desarrollarlo.

6.6 ESTUDIO TÉCNICO

6.6.1 Duración del Proyecto

La investigación y elaboración del producto “La Lora Sabia”, tuvo una duración de 12 meses, llevándose a cabo una rigurosa investigación bibliográfica y de campo, además diferentes especialistas aportaron a esclarecer la problemática del tema con el fin de crear un producto claro, sencillo y conciso para las comunidades rurales del Tena sobre el turismo sostenible.

6.6.2 Lugar donde se desarrolla el Proyecto

El proyecto se desarrolla en las comunidades rurales del Tena, cantón de la provincia de Napo. Las encuestas fueron aplicadas a las personas de las comunidades, las entrevistas a especialistas fueron realizadas en Quito y en Tena para contrastar la información y los diferentes puntos de vista.

6.6.3 Título del Proyecto

El programa radiofónico se titula: “La Lora Sabia”. Este nombre fue escogido ya que el loro es un animal representativo de la zona, además son animales

muy inteligentes, capaces de reproducir sonidos que oyen en su entorno, la capacidad de hablar como los humanos es posible gracias al gran desarrollo del cerebro, además que viven siempre en colonias o en grupos, pero nunca solos; los cuales los identifico con las comunidades rurales del tena que trabajan en conjunto para su bienestar.

El segundo punto de vista es educacional ya que hace énfasis en el aprendizaje, el nombre es claro y crea una imagen en el pensamiento de la gente, al escucharlo.

El programa es alegre y llamativo al igual que los colores de los loros, estos majestuosos animales a pesar de tener alas cortas son buenos voladores al igual que los habitantes de las comunidades rurales del Tena.

Nombre de la institución que representa al proyecto

Alejandra Naranjo, Universidad de las Américas.

Nombre de la institución a la que va dirigida el proyecto

Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador.

6.6.4 La Audiencia

Toda programación es la resultante de una consulta con los públicos que están alrededor del medio, utilizando la encuesta y la entrevista. En las encuestas la mayoría de la gente escucha radio Ideal Tena ya que es el dial con mayor alcance en el cantón.

El programa a través de la Coordinadora de Radio Popular del Ecuador enviará la señal al dial 98.9FM (Ideal Tena)

El Público Objetivo: El público objetivo son las comunidades rurales del Tena al que está dirigido la programación, sin embargo el programa no excluye a la

demás población, es decir es un programa educativo que se lo considera esencial para la formación de cualquier individuo.

6.6.5 Contenido del Producto

Cabe recalcar que la información del programa, se basa en la investigación de campo realizada.

¿Por qué hay que hacer este programa?

La radio es el medio de comunicación que mayor alcance tiene a las comunidades alejadas de la zona urbana. Para el sector rural del Tena, las mejores palabras son aquellas que se pueden ver, oler, tocar y saborear con la ayuda de la imaginación, este medio que los une se llama radio.

El propósito del programa es que la comunicación afecte de cierta forma al comportamiento del receptor en este caso adquieran conocimiento y educación para su beneficio y desarrollo del Turismo Sostenible que a la vez se transforma en comunitario.

¿Qué formato radiofónico se va a emplear?

Formato Misceláneo: A base de temas y secciones variadas, en este tipo de programa se trabaja con formatos pequeños sin poner tiempos, ni perder la línea informativa y de temática.

¿Con qué duración y periodicidad?

El programa será transmitido dos veces por semana con una duración de 30 minutos en el horario de 5h00 a 5h30 am, por conformidad y petición de las mismas comunidades rurales del Tena.

¿Qué contenidos utilizará?

Los contenidos serán educativos e informativos, el programa inicia con una leyenda que identifica a las culturas Kichwas del Tena como tierra de la Chonta y Canela.

En cada programa habrá un especialista invitado que compartirá con la conductora diferentes puntos de vista.

En el transcurso de los 30 minutos, se presentarán pastillas informativas con “tips” de buenas prácticas sobre turismo sostenible, como también se explicarán cuáles son los 3 ejes para un armonioso equilibrio del mismo.

Los micros dramatizados serán esenciales por su gran concepto educativo. En la primera producción radial, se tratará sobre la protección y conservación del medio ambiente, desencadenando los tres ejes de la sostenibilidad.

El invitado especial, dará a las comunidades consejos prácticos que se pueden implementar en la casa o en su negocio de cómo lograr este tipo de turismo.

En el espacio “Conversando con la comunidad”, se harán intervenciones con las personas que las integran ya sea para denunciar, compartir sus problemas, contarnos como están avanzando en sus proyectos comunitarios, sus experiencias como también sus dudas, donde también se recogerán las opiniones de los expertos sobre el tema, lo esencial es destacar cuales son las realidades de las comunidades, para así buscar su desarrollo y beneficio en la que puedan ejercer su derecho a la comunicación, a través de la radio.

6.6.6 Elaboración del Guión

En la elaboración del guión se tiene en cuenta los siguientes aspectos:

Redacción.- La construcción del programa: fue clara, concisa, precisa y de lenguaje sencillo en base a los códigos comprensibles para el público escogido, en este caso las comunidades rurales del Tena, que permita con claridad la traducción de las imágenes auditivas en imágenes visuales.

Lenguaje.- En la escritura, se utilizó palabras fáciles de entender, oraciones cortas en extensión. El lenguaje musical fue claro e identificativo de la zona, se escogió una música alegre con instrumentación para que reviva la cultura de las identidades Kichwas. El sonido de la naturaleza y animales fue necesario para crear el ambiente que representa al sector.

Estilo.- Tiene un estilo sencillo y coloquial, ya que a través del lenguaje cotidiano se puede llegar mejor al oyente.

Reiteración.- En el programa se reitera que “La Lora Sabia”, es el primer producto radiofónico educativo en Turismo sostenible.

6.7 PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

Tabla 6.2 Activos fijos preproducción

Activos fijos	
Computador	USD 800
Grabadora digital	USD 200
Cámara digital	USD 250
Impresora	USD 150
Total	USD 1.400

Elaborada por: Alejandra Naranjo

Tabla 6.3 Capital Humano

Capital Humano / mensual	
Productor	USD 800
Reportero	USD 500
Locutor	USD 500
Total	USD 1.800

Elaborada por: Alejandra Naranjo

Tabla 6.4 Ingresos por producción mensual

Tipo de producto radiofónico	Costo Unitario	Cantidad	
Cuñas	USD 300	8	USD 1.200
Menciones	USD 180	4	USD 720
Total			USD 1.920

Elaborada por: Alejandra Naranjo

Tabla 6.5 Ingresos por difusión mensual

Segmento	Detalle	Valor Unitario	Valor total por programa	Valor Mensual (8 programas)
“Conversando con la comunidad”	1 Auspicio	USD 80	USD 80	USD 640
	2 menciones	USD10	USD 20	USD 160
	3 cuñas (30-45 segundos) (Producción y difusión)	USD15	USD 45	USD 360
“Invitado”	1 Auspicio	USD 80	USD 80	USD 640
	2 menciones	USD10	USD 20	USD 160
	3 cuñas (30-45 segundos) (Producción y difusión)	USD15	USD 45	USD 360
“Leyendas y cuentos”	1 Auspicio	USD 80	USD 80	USD 640
	2 menciones	USD10	USD 20	USD 160
	3 cuñas (30-45 segundos) (Producción y difusión)	USD15	USD 45	USD 360
“Microprograma dramatizado”	1 Auspicio	USD 80	USD 80	USD 640
	2 menciones	USD10	USD 20	USD 160
	3 cuñas (30-45 segundos) (Producción y difusión)	USD15	USD 45	USD 360
TOTAL		USD 420	USD 580	USD 4.640

Elaborada por: Alejandra Naranjo

Tabla 6.6 Estado de pérdidas y ganancias

Total gasto mensual La Lora Sabia	USD 1.800
Total gasto mensual CORAPE	USD 2.800
Total ingresos	USD 6.560
Total utilidad / perdida	USD 1960
CORAPE 50%	USD 980
La Lora Sabia 50%	USD 980

Elaborada por: Alejandra Naranjo

Producción y post producción corre por cuenta de CORAPE con el uso de la cabina de locución y grabación, técnico en sonido y difusión por radios afiliadas.

6.8 ESTUDIO JURÍDICO

El producto radiofónico resultante de la investigación, cumple con las leyes vigentes de propiedad intelectual, comunicación e información.

Constitución de la República del Ecuador

Derechos del Buen Vivir - Comunicación e Información

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 a:

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.

Régimen del buen vivir

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.

6.9 PRODUCTO FINAL

Tabla 6.7 Programa Misceláneo

PROGRAMA	La Lora sabia
CAPITULO	Primero
AUTOR	Alejandra Naranjo
PRODUCCIÓN	Alejandra Naranjo
DURACIÓN	Treinta minutos
HORA EMISIÓN	5h00- 5h30
LIBRETISTA	Alejandra Naranjo
TÉCNICO OPERADOR	Alejandra Naranjo, Diego González
VOZ EN OFF	Jorge Guachamín
LOCUTORES	Alejandra Naranjo, María Elisa Espín. Invitado: Andrés Aguirre

Elaborada por: Alejandra Naranjo

ÁMBITO:

Turismo Sostenible, Buenas Prácticas de sostenibilidad, leyendas, pastillas informativas, Tips, entrevistas.

GUIÓN

VOZ1: Jorge Guachamín

VOZ2: Alejandra Naranjo

VOZ3: Andrés Aguirre

VOZ4: María Elisa Espín

VOZ 5: Laura Guillén

001 **CONTROL CORTINA (MÚSICA IDENTIFICATIVA) SUBE, MANTIENE, BAJA**

002 **VOZ1:** La Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador presenta:

003 **CONTROL (MÚSICA) SUBE, MANTIENE, FADE OUT**

004 **VOZ1:** La Lora sabia, tu primer programa sobre turismo sostenible

005 Con la conducción de Alejandra Naranjo.

006 **CONTROL (MÚSICA) SUBE, MANTIENE, FADE OUT**

007 **VOZ1:** Empezamos

008 **CONTROL (MÚSICA) SUBE, MANTIENE, FADE OUT**

009 **VOZ2:** Muy buenos días amigos y amigas, bienvenidos a su primer programa

010 "La Lora Sabia", es un gusto estar hoy con ustedes tratando agradables temas

011 que les guiará como realizar turismo sostenible.

012 Hoy día tenemos el gusto de que nos acompañe Andrés Aguirre, Licenciado en

013 Turismo, quien nos explicará un poco más sobre los ámbitos que componen este

014 tipo de turismo.

015 **VOZ3:** Hola Alejandra y amigos de las comunidades que nos escuchan, las

016 buenas prácticas de turismo sostenible que les daré a continuación les va ayudar

017 a cada uno de ustedes para un desarrollo adecuado tanto de la comunidad como

018 personales.

019 **VOZ2:** Pero antes de que Andrés nos cuente de los ejes de la sostenibilidad que

020 tiene que ver con la naturaleza, el ambiente, la cultura, y la economía, debemos

021 entender que es el turismo en sí.

022 **(EFECTO RÁFAGA)**

023 **PASTILLA INFORMATIVA**

024 **VOZ1:** Turismo es una actividad económica que consiste en el movimiento
025 de personas de un lugar a otro, diferente al de su residencia que debe ser
026 mayor a 24 horas y menor a 365 días, utilizando hospedaje, alimentación,
027 entretenimientos y otros bienes y servicios.

028 **(EFECTO RÁFAGA) USTED ESTÁ INFORMADO CON LA LORA SABIA**

029 **VOZ2:** Para empezar Andrés te propongo, escuchar una leyenda de la zona
030 que nos adentrará y nos hará sentir un poco más su cultura.

031 “Chonta y Canela” ! Escuchemos!

032 **CONTROL (PREGRABACIÓN LEYENDA CHONTA Y CANELA, CIESPAL)**

033 **VOZ2:** ¿Qué tal te pareció Andrés?

034 **VOZ3:** Mágico, estas historias nos demuestran la infinita riqueza de la cultura
035 de las comunidades amazónicas.

036 **VOZ2:** A continuación aprendamos sobre los tres ejes que brindan equilibrio
037 económico, ambiental y sociocultural en el turismo sostenible para nuestras
038 comunidades.

039 **(EFECTO RÁFAGA)**

040 **PASTILLA INFORMATIVA**

041 **VOZ1: Ámbito Económico:** La actividad se basa en el desarrollo de la
042 empresa, las cuales aseguren un crecimiento con el que se beneficien todos;
043 los propietarios, empleados y vecinos de la comunidad donde el negocio se
044 encuentra.

045 **(EFECTO RÁFAGA)**

046 **Ambiental:** Esta actividad se desarrolla en el respeto y utilización de los
047 recursos naturales, cuidando su conservación, es decir sin ensuciar los ríos,
048 no matar o casar los animales, no talar los árboles etc.

049 **(EFECTO RÁFAGA)**

050 **Sociocultural:** La actividad del negocio no debe afectar la comunidad en
051 donde se desarrolla, previniendo su respeto a su cultura local para
052 preservarla.

053 **VOZ3:** Escuchamos fragmentos de los ámbitos del turismo sostenible.
054 En resumen tomando en cuenta los tres ejes, la empresa debe buscar su
055 desarrollo sostenible que promueva el ahorro, el uso responsable de los
056 recursos, que involucre a la comunidad y sus proyectos propios, que se
057 invierta en infraestructura de calidad con materiales de la zona, y que sean
058 amigables con la naturaleza preferentemente.

059 Estos tres ejes requieren un armonioso equilibrio de todos sus elementos y
060 acciones.

061 CONTROL (MÚSICA AMAZÓNICA) SUBE, MANTIENE, BAJA

062 **VOZ1:** Usted está informado con “La Lora Sabia”

063 CONTROL (MÚSICA AMAZÓNICA) SUBE, MANTIENE, BAJA

064 **VOZ2:** ¿Sabías que? Reciclar 10 kilogramos de papel salva la vida de siete
065 árboles. Reciclar una tonelada de papel ahorra veinte mil litros de agua.

066 Producir acero nuevo, cuesta cuatro veces más que reciclado.

067 Reciclar aluminio representa un ahorro del 91% de la energía que se requiere
068 para hacerlo nuevo y además evita una mayor contaminación del aire.

069 Reciclar el vidrio ahorra una tercera parte de la energía necesaria para
070 hacerlo nuevo.

071 CONTROL (MÚSICA) (CORTINA EFECTO)

072 **VOZ4:** Las tres “Rs” del reciclaje. Reciclar, reutilizar, reducir

073 **VOZ1:** ¿Qué es reciclar?

074 **VOZ4:** Reciclar significa volver a usar un producto que ya cumplió su utilidad
075 como materia prima, para la elaboración de nuevos bienes materiales, ya sea
076 con el mismo uso o con otro fin.

077 **VOZ1:** ¿Y para qué sirve?

078 **VOZ4:** Si reciclamos protegemos el medio ambiente y aseguramos la vida
079 del planeta.

080 El reciclar reduce el uso de energía y recursos como el agua, electricidad,
081 transporte y derivados del petróleo.

082 **VOZ1:** ¿Qué es reutilizar?

083 **VOZ4:** Es cuando un producto que ya cumplió su objetivo, especialmente
084 envases, en vez de botarlo como se lo hace normalmente se le encuentra un
085 nuevo uso, preguntarse

086 ¿Para qué más puede servir?

087 **VOZ1:** ¿Qué es reducir?

088 **VOZ4:** Consumir menos de aquellos productos que generan residuos difíciles
089 de reciclar o reutilizar. Por ejemplo, en lugar de comprar varias botellas
090 pequeñas, puedes comprar una grande o un galón.

091 CONTROL (MÚSICA) FADE OUT

092 CONTROL (EFECTO CARRO DE BASURA) DRAMATIZADO

093 **VOZ5:** Mijito, mijito, ¿Dónde estás?

094 **VOZ3:** Jugando mamá

095 CONTROL (CARRITOS EFECTO)

096 **VOZ5:** Ven ayúdame a sacar la basura.

097 **VOZ3:** Mamá, pero la basura está toda mezclada.

098 **VOZ5:** Hay no importa Dieguito.

099 **VOZ3:** No mamá, en la escuela me enseñaron que hay que clasificar la
100 basura para contribuir a tener un mundo mejor.

101 **VOZ5:** ¿Pero cómo logramos eso?

102 **VOZ3:** Podemos separar de la siguiente manera:

103 Orgánicos: Ahí puedes colocar cáscaras de huevo, de frutas, restos de
104 vegetales que usas para cocinar.

105 Papel y cartón: Las hojas que no utilizo en la escuela, etiquetas en los
106 envases, los cartoneros de mis leches.

107 Plástico: como botellas y fundas del supermercado.

108 Si contribuimos de esta manera, los desechos pueden reducir su volumen de
109 un 40% a un 60%.

110 **VOZ5:** ¡Pero estos galones y botellas de cola son muy grandes, bótalas no
111 más Dieguito!

112 **VOZ3:** Noooooo Mamá, el galón lo podemos cortar y utilizar como maceta o
113 florero que adorne nuestra comunidad, y las botellas de cola me sirven para
114 guardar mis canica, eso es reutilizar ¡!

115 **VOZ5:** Mmmmmm ya entendí Dieguito, comenzaré hoy mismo a reciclar para
116 al planeta ayudar.

117 (EFECTO RÁFAGA)

118 CONTROL (MÚSICA AMAZONÍA) SUBE, MANTIENE, FADE OUT

119 **VOZ1:** Usted está informado con La Lora Sabia.

120 CONTROL (MÚSICA IDENTIFICADA AMAZONÍA)

(TAMBORES EFECTO)

122 **VOZ2:** Andrés nos podrías dar consejos prácticos que se puedan hacer en
123 casa o en tu negocio.

124 **VOZ3:** Claro que sí se pueden hacer muchas cosas, por ejemplo una es el
125 ahorro de agua es importante realizar mantenimientos periódicos en las
126 tuberías, llaves de agua para que no haya goteos ni filtraciones, también es
127 importante cerrar las llaves de agua cuando uno se lava las manos o se
128 cepilla los dientes, o se puede instalar grifos con temporizador que uno
129 aplasta y se cierra automáticamente el agua.

130 También tenemos tips para la energía, por ejemplo se debe aprovechar al
131 máximo la luz natural para ahorrar el gasto energético.

132 Si se puede se debe sustituir los interruptores de encendido normal por el de
133 apagado automático, asegurarse que las luces queden apagadas cuando no
134 haya nadie, sustituir los focos normales por ahorradores que consumen
135 mucho menos y duran mucho más

136 En el baño utilizar toallas y no secadoras de manos.

137 Para productos de limpieza debemos elegir productos biodegradables no
138 elegir aerosoles o productos químicos que dañen la naturaleza.

139 CONTROL (MÚSICA INST) SUBE, MANTIENE, BAJA

140 **VOZ1:** “Conversando con la comunidad ”

141 CONTROL (MÚSICA INST) SUBE, MANTIENE, BAJA

142 **VOZ2:** Amigos y amigas, este segmento nos permite dialogar con las
143 comunidades para que nos cuenten sus costumbres, sus problemas, su vida
144 cotidiana y que saben del turismo sostenible.

145 En esta ocasión tuvimos la oportunidad de conversar con Soledad Chimbo de
146 la comunidad Shuripuno, que se encuentra en Misahuallí, y es un ejemplo de
147 emprendimiento propio ya que han salido adelante con el turismo comunitario
148 y mantienen buenas prácticas ambientales, últimamente han sobresalido con
149 la construcción de cabañas y de un restaurante típico, además de tener una
150 tienda de artesanía manufacturados por las mujeres.

151 Durante la visita de los turistas, muestran la vestimenta y danza de la
152 comunidad, enseñan como preparan la chicha, la guayusa, y el chocolate
153 como también cuales eran sus costumbres en la casa y pesca.

154 Escuchemos, que nos comentó Soledad sobre cómo su comunidad conserva
155 la naturaleza.

156 CONTROL ENTREVISTA SOLEDAD CHIMBO (1:55-2:22)

157 **VOZ2:** A pesar de que la comunidad se preocupa por conservar el medio
158 ambiente, las comunidades vecinas no lo hacen.

159 CONTROL ENTREVISTA SOLEDAD CHIMBO (3:52-4:26)

160 **VOZ2:** El río es su fuente de vida, por ello saben cómo cuidarlo Soledad nos
161 cuenta sobre sus buenas prácticas en el manejo de aguas residuales.

162 CONTROL ENTREVISTA SOLEDAD CHIMBO (6:50-7:38)

163 **VOZ2:** Todos estos conocimientos, la comunidad lo ha conseguido con
164 capacitaciones gestionadas por ellos mismo.

165 CONTROL ENTREVISTA SOLEDAD CHIMBO (4:30-5:03)

166 **VOZ2:** Por último Soledad, se refirió sobre su propio emprendimiento y la
167 falta de apoyo de las entidades públicas y privadas.

168 CONTROL ENTREVISTA SOLEDAD CHIMBO (8:37-9:27)

169 **VOZ2:** A todo esto que nos cuenta Soledad Chimbo, hemos buscado el
170 punto de vista de algunos expertos sobre el tema.

171 Les presentamos la opinión de David Granja comunicador social del Tena,
172 quien nos comentó sobre los problemas que tiene el turismo sostenible en la
173 zona y la falta de compromiso de las autoridades.

174 CONTROL ENTREVISTA DAVID GRANJA (8:57-10:15)

175 **VOZ2:** De que conservación ambiental hablan las entidades si son los
176 mismos que se encargan de la destrucción de la misma, como muestra un
177 botón, escuchemos.

178 CONTROL ENTREVISTA DAVID GRANJA (15:52-17:00)

179 **VOZ2:** Nubia Jaramillo de la organización Rainforest Alliance, certificadora
180 de turismo sostenible nos habla sobre la importancia de esta actividad en la
181 Amazonía.

182 CONTROL ENTREVISTA NUBIA JARAMILLO (37:00-37:40)

183 **VOZ2:** Ella también nos recalca sobre las buenas prácticas que siempre han
184 tenido las comunidades por su naturaleza y costumbre, ya practican parte del
185 turismo sostenible a su manera lo único que falta es pulirlo.

186 CONTROL ENTREVISTA NUBIA JARAMILLO (39:14-39:46)

187 **VOZ2:** Hemos recogido también la opinión del especialista Walter Ocaña,
188 quien nos aclara, acerca de los tres elementos del turismo sostenible
189 haciendo énfasis en la identidad cultural.

190 CONTROL ENTREVISTA WALTER OCAÑA (10:52-12:27)

191 CONTROL (MÚSICA MI PAÍS ECUADOR) SUBE, MANTIENE, BAJA

192 **VOZ2:** Gracias a este segmento hemos podido palpar la realidad, recuerda
193 que con el apoyo de la comunidad un turismo sostenible puedes lograr.

194 CONTROL (MÚSICA MI PAÍS ECUADOR) SUBE, MANTIENE, BAJA

195 (EFECTO RÁFAGA) CONVERSANDO CON LA COMUNIDAD)

196 CONTROL (MÚSICA DULCE PAÍS) SUBE, MANTIENE, BAJA

197 **(EFECTO RÁFAGA) USTED ESTÁ INFORMADO CON LA LORA SABIA**

198 **CONTROL (MÚSICA INSTRUMENTOS AMAZÓNICOS)**

199 **VOZ2:** Bueno amigos esto ha sido todo por hoy, agradecemos la presencia
200 de Andrés y esperamos que esta información haya sido de interés y beneficio
201 para su comunidad.

202 Hasta la próxima se despide su amiga. Alejandra Naranjo

203 **CONTROL (MÚSICA DE IDENTIFICACIÓN) SUBE, MANTIENE, BAJA**

204 **CONTROL (MÚSICA INSTRUMENTOS AMAZÓNICOS)**

205 **VOZ1:** La Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador presentó:

206 **CONTROL CORTINA**

207 **VOZ1:** La Lora sabia, tu primer programa educativo en turismo sostenible.

208 **CONTROL (MÚSICA DE IDENTIFICACIÓN)**

PROGRAMA: MISCELÁNEO
PRODUCCIÓN: PROGRAMA EDUCATIVO TURISMO SOSTENIBLE
RESPONSABLE: ALEJANDRA NARANJO
HORARIO: 5H00 A 5H30
FRECUENCIA: DOS VECES POR SEMANA

GUIÓN

BLOQUE	TIEMPO	RESPONSABLE
PRESENTACIÓN GRABADA	25 SEGUNDOS	TÉCNICO
SALUDO INICIAL PRESENTADORES	33 SEGUNDOS	LOCUTORES
TITULAR EL TURISMO	37 SEGUNDOS	LOCUTORES Y TÉCNICO
TITULAR LEYENDA	6 MINUTOS	LOCUTORES Y TÉCNICO
PAUSA	15 SEGUNDOS	TÉCNICO
TRES EJES DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA LAS COMUNIDADES	2 MINUTOS	LOCUTORES Y TÉCNICO
PAUSA	25 SEGUNDOS	TÉCNICO
PASTILLA SABÍAS QUÉ	45 SEGUNDOS	LOCUTORES Y TÉCNICO
INFORMATIVO RECICLAR	1 MINUTO, 30 SEGUNDOS	LOCUTORES Y TÉCNICO
DRAMATIZADO RECICLAJE	1 MINUTO, 30 SEGUNDOS	LOCUTORES Y TÉCNICO
PAUSA	25 SEGUNDOS	TÉCNICO
CONSEJOS PRÁCTICOS	1 MINUTO, 30 SEGUNDOS	LOCUTORES
PAUSA	20 SEGUNDOS	TÉCNICO
CONVERSANDO CON LA COMUNIDAD	12 MINUTOS	LOCUTORES, ENTREVISTADOS Y TÉCNICOS
PAUSA	25 SEGUNDOS	TÉCNICO
DESPEDIDA	30 SEGUNDOS	LOCUTORA
CORTINA DE CIERRE	35 SEGUNDOS	LOCUTORES Y TÉCNICO

ANEXO CD PROGRAMA “La Lora Sabia”

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los productores y consumidores de información, deberían reunirse para pensar juntos en el proceso de comunicación social y de formación de conciencia social. Pero no solo para pensar sino también para accionar, llevando un debate transformador a más periodistas y más consumidores de la información.

Los periodistas deberían asumir, el control sobre el producto de su trabajo. Luchar como categoría profesional, no solo por mejores salarios, sino también por mejores radios, por más libertad para seguir su conciencia y para poner sus textos, su habla y sus imágenes en función de los intereses de la comunidad.

Periodistas y consumidores de información, deberían tener la obligación y el propósito de crear mecanismos de educación y movilización por los cuales los ciudadanos conscientes sean más numerosos, influyentes y capaces de dictar las políticas de comunicación. Pero sobre todo los periodistas deben percibir que son ciudadanos y tienen derecho a ejercer su profesión de acuerdo a su conciencia de modo libre y honesto.

Haciendo referencia al desarrollo de un turismo sostenible, ayuda a despertar una conciencia capaz de interrumpir el proceso de destrucción ambiental, sociocultural y económico acelerado en el que vivimos.

Los habitantes de la Amazonía no están vinculados con el resto del mundo. El planeta gasta millones de dólares para hablar en los gabinetes universitarios, respecto a la preservación de la Amazonía, del efecto invernadero en el cambio del clima global y de los riesgos de la energía nuclear. Pero poco se ha dicho en concreto para efectivamente preservar. El discurso siempre está lejos de la práctica.

El periodismo radial precisa asumir su papel de educador y no acomodarse a la función meramente informativa sin la contextualización de los hechos. Los

medios de comunicación son los más importantes vehículos de educación para los sectores más vulnerables.

La radio, es el medio de mayor penetración en la zona rural, según lo confirman las encuestas de audiencia. La radio está arraigada en la vida cotidiana de las comunidades rurales. Además es el medio que reúne mejores condiciones y ventajas para la participación comunitaria.

El analfabetismo va en aumento, ya sea por la falta de tiempo, oportunidades de estudio, o porque con los años se deja de leer y escribir, mientras se busca el sustento diario. Pero la radio tiene la ventaja de ser un medio donde la palabra hablada facilita la recepción del mensaje. La persona escucha, se identifica y no necesita de códigos complejos para comunicarse.

El lenguaje hablado cotidiano ayuda a las comunidades rurales, ya que hasta ahora se levantan a tratar las chacras con la radio prendida, esto favorece la tradición oral que desde tiempos inmemorables ha permitido la transmisión de la cultura, conocimientos y valores.

“La Lora Sabia” es un programa misceláneo en el que las comunidades rurales del Tena pueden educarse sobre el turismo sostenible, ya que el tema es tratado con un lenguaje entendible. Además que promoverá el desarrollo social, ambiental y económico en la zona.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- ACOSTA MONTORRO, José *Periodismo y Literatura* España Guadarrama 1973 Tomo II.
- ACUÑA, Alejandrina RAINFOREST ALLIANCE, *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible* 2005.
- ALVES, Walter, *Estrategia de los pequeños formatos*, Digraf, 1988, Quito-Ecuador.
- ALVES, Walter, *La Cocina electrónica*, CIESPAL, julio 1994, Quito-Ecuador.
- ALVES, Walter, *La mayor pantalla del mundo*, CIESPAL, Noviembre, Quito-Ecuador.
- AMADO, Adriana, *Prensa y Comunicación relaciones informativas responsables*, La Crujica ediciones, primera edición 2010, Argentina.
- ANDRADE, José Vicente. *Turismo, fundamentos*, S.P, Ática, 1992.
- BALLE, Francis. *Comunicación y sociedad: Evolución y análisis comparativo de los medios*. Bogotá Tercer Mundo, 1994.
- BARTLETT, Albert (Traducido por Gabriel Tobar). Reflexiones sobre sostenibilidad, crecimiento de la población y medio ambiente. Revista Focus Vol. 9 No 1.
- BASSETS, Luis. *Introducción: Elogio de la radiodifusión*. Elementos de la Historia de la radio. 1951.
- BRINCKMANN, Elizabeth y CEBRIAN, Aurelio. *Desarrollo sostenible y turismo rural en áreas subdesarrolladas* 2001.
- CABEZAS, Antonio; Amable, Rocío, *La emisora popular*, CIESPAL, Quito-Ecuador.
- CAMACHO, Carlos. *Compromisos estratégicos de las radios populares: Las radios populares en la construcción de ciudadanía*. La Paz: Amaru, 2007.
- CANOVES, Gemma; VILLARINO, Montserrat y HERRERA, Luis. *Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio*. Boletín de la A.G.E N .41, 2006.

- CEPEDA, José. *Características de la radio*. Madrid, España, 1987.
- CERESO, M. *Teorías sobre el medio televisivo y educación: El discurso de la televisión*. Granada: Grupo Imago, 1994.
- CYTRYNBLUM, Alicia *Periodismo Social* Argentina La Crujía, 2 ediciones.
- DE LA TORRE CADENA, Hugo, *Manual de Producción para Radio*, Quito Ecuador UTA 2003.
- DEFFIS, Armando *Turismo Sostenible* Colombia Editorial Árbol.
- ERAZO RODRÍGUEZ, José Luis *Manual Práctico de Radiodifusión* Ecuador Municipio de Quito 1980.
- ESCALANTE, Vinicio, *El reportero radiofónico*, CIESPAL, primera edición 1986, Quito- Ecuador.
- ESCALANTE, Vinicio, *Revolución digital de la radio*, Ed. "QUIPUS", 2005, Quito, Ecuador.
- FERNÁNDEZ, F. *Clase social: Exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión*. Chile 1994.
- GARCÍA, Jimmy *El mundo de la radio*, Ed. Quipus, 1998, Quito-Ecuador.
- GARCÍA, Jimmy, *La radio por dentro y por fuera*, Andalucía, 1980, primera edición, Quito-Ecuador.
- GASCON J. CANNADA, Ernest. *Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria
- GEERTS, Andrés y Víctor VAN OEYEN *Radio Popular frente al nuevo siglo* Quito-Ecuador Ed. ALER 1era edición 2001.
- GEERTS, Andrés, Víctor VAN OEYEN, y Claudia VILLAMAYOR *La Radio Popular y Comunitaria frente al nuevo siglo* Quito-Ecuador Ed. ALER 1era edición 2004.
- GIRART, Bruce *Radio Apasionados* Quito-Ecuador Ed. "QUIPUS" 1era edición 1992.
- JARAMILLO, Edgar, *Desafíos de la radio en el nuevo milenio*, Ed. Quipus, primera edición 2003, Quito- Ecuador.
- KAPLUN, Mario *Producción de programas de radio*, Ed. Quipus, Intiyán CIESPAL 1999.

- KORSTANGE, Maximiliano. *Desarrollo local sostenible*. Iberoamericana Local Global, Argentina: Grupo Eumed. 2009. Vol.2.
- LAMAS, Ernesto y Claudia VILLAMAYOR *Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana* Quito-Ecuador Ed. Artes Gráficas Silva 1998.
- LEÓN, Liliana *Radio Participativa* Ecuador.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio *¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?* Ecuador Chasquí 1995.
- LÓPEZ, José Fernando. *Retos de la radio en la actualidad: Desafíos de la radio en el nuevo milenio*. Quito: "QUIPUS" CIESPAL, 2003.
- MARTÍNEZ, María del Pilar y Elsa MORENO *Programación Radiofónica- Arte y Técnica del Diálogo entre la radio y su audiencia* España Ed. Ariel S.A. 1era edición 2004.
- MARTÍNEZ, María del Pilar, DÍEZ José, *Lenguajes géneros y programas de radio*, Universidad de Navarra, 2005, España.
- MATA, María Cristina y Silvia SCARAFÍA *Lo que dicen las radios una propuesta para analizar el discurso radiofónico* Quito-Ecuador Ed. ALER 1era edición 1993.
- MENESES, Zuly, *Análisis de los medios de comunicación en el Ecuador*, Ed. Quipus, primera edición, 1992, Quito-Ecuador.
- PÉREZ, Juan Carlos, *La magia del dial*, Uniminuto, 2004, Colombia.
- *Periodismo y medioambiente*, CIESPAL, Quipus, primera edición, 1991, Quito, Ecuador.
- *Primer Festival de Radios Educativas* Quito-Ecuador CIESPAL 1era Edición 1986.
- RUIZ, Esteban y SOLIS, Doris. *Prologo: Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya Ayala 2007.
- RUIZ, Esteban; HERNANDEZ, Macarena; CANTERO, Pedro y DEL CAMPO, Alberto *.Turismo comunitario en Ecuador: Turismo y Patrimonio Cultural*. Revista Pasos, Vol 6. No 3.
- SANDOVAL, Ewaldo *El Turismo y el Ambiente* México Editoriales Trilla 2006.
- SMITH, Randy *Manual de Ecoturismo* Ecuador Abya- Yala 2003.

- TAUFIC, Camilo, *Periodismo y lucha de clases*, primera edición, 1987, Quito- Ecuador.
- TORRES, Marco Polo, *Locución Radiofónica*, Manuales didácticos CIESPAL, Belén editoriales, Quito- Ecuador.
- VIGIL, López, *Manual Urgente para Radialistas Apasionados*, Ed. Quipus, CIESPAL, 1997, Quito- Ecuador.
- VILLAMARÍN, José *Síntesis de la Historia Universal de la Comunicación Social y el Periodismo Ecuador*, RADMANDI 1997.
- WIMMER. Et. *Al Introducción a la investigación de medios masivos de Comunicación* Ed. International Thomson S.A 6ta edición 2001.
- ZECCHETTO, Victorino. *En medio de la comunicación*. Buenos Aires: Don Bosco, 1995.

Revistas:

- AGUILAR Pepa. *Decrecimiento: camino hacia la sostenibilidad*. El ecologista No. 55, 2007.
- *Análisis de la programación Televisiva y Radiofónica de América Latina y el Caribe* Revista CIESPAL, 1988.
- *FILOSOFÍA Y LÍNEAS DE ACCIÓN CORAPE*, 1992.
- GIBSON, Robert Tena: *Naturaleza Amazónica*, Ecuador Infinito, Ecuador.
- GIRART, Bruce, 21 experiencias de Radio comunitaria en el mundo, Radios Apasionadas, Ed. Quipus CIESPAL, 1992.
- *Informe de la Sexta Asamblea Mundial de los Radiodifusores Comunitarios* Dakar, Senegal 1995.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria?*, Chasqui # 52, Quito, 1995.
- *Organización Mundial de Turismo*, Informe Brundtland Nuevo futuro común ONU.
- PÉREZ, José Área de problemas en la radio educativa, *Revista Chasqui*, Junio 1984.
- ROJAS, M. *La idea de progreso: La idea de progreso y el concepto de desarrollo*. Revista Libertas 5 Eseade.

- WHITE, Robert, De las contradicciones en la comunicación democrática, *Revista Chasqui*.

Internet:

- ACKER, Ally "Pioneers of the Cinema",1991 www.wikipedios.org. 21-03-2011
- Anónimo, *El Tena, Belleza Turística*, <http://www.ecuadorworld.com.ec>, 6-04-2011
- Anónimo, Viajando por Ecuador, Ecuador, <http://www.viajandox.com/index.htm>, 25-04-2011
- Jatun Shungo, Ecuador <http://jatun-shungo.com/excursiones>. 20-04-2011

Boletines:

- Filial de la Compañía Ivanhoe Energy en Latinoamérica, segundo boletín de prensa 137-RIN-2008 de Petroecuador
- Boletín del frente de la defensa ambiental parroquia Misahuallí, 05-20-2001

ANEXOS

Comunidad Río Blanco

La comunidad se conformó hace 30 años con familias procedentes de Archidona, se organizó y fue reconocida legalmente en 1985. Hoy cuenta con 28 familias. Está asentada en las riveras del río Huambuno, perteneciente a la parroquia Ahuano, cantón Tena, próximo al Parque Nacional Galeras. Para llegar a la comunidad se debe viajar por bus 1 hora y media hasta el sector denominado "La punta" a orillas ya del río Napo, de allí se toma canoa por 20 minutos, hasta Puerto. Misicocha y luego una caminata de 2 horas atravesando colinas por senderos entre el bosque. Las cabañas turísticas están localizadas a orillas del Río Huambuno, que corre suavemente a través del bosque y la comunidad. Cuenta con la participación de todos sus miembros en la actividad turística.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Río Blanco
Representante:	Ángel Yumbo
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	1989
Parroquia:	Ahuano
Nacionalidad:	Kichwua

Comunidad Wasila Talag

Hace más de 70 años llegó la familia Licuy, ellos migraron desde Archidona, buscando cacería y pesca, la necesidad de la iglesia hizo que llamen a la misión Josefina y con esto se comenzó a desarrollar la comunidad.

En vista de que la población necesitaba de terrenos, empiezan a organizar para reclamar el territorio que les pertenecía. Luego algunos años de deliberaciones la misión Josefina cede a la población en calidad de venta.

Antes de que ingrese la misión Josefina, se le conocía con el nombre Tzalag, honor a un pájaro pescador, de igual manera el cerro que les rodea, se le denomina Wasila, por abundancia de mata palos que tenía una formación de una casa, los misioneros le nombraron Talag por lo que no pudieron pronunciar. Bajo estas circunstancias la comunidad comienza organizar en los años 60 bajo el nombre de Asociación Wasila, y en el año 78 fueron reconocidos jurídicamente por el Ministerio de Bienestar Social.

Nacen proyectos con la alternativa de conservar el medio natural y la supervivencia de los pueblos, los ingresos que genera esta actividad se reparten en igual porcentaje para educación, salud mejoramiento de la vivienda y actos culturales.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Wasila Talag
Representante:	José Licuy
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	2000
Parroquia:	Talag
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Runashitu

Hasta los años 1980 el territorio anteriormente pertenecía a los Huaoranis, los Kichwas cruzaban territorio en busca de la caza y pesca, pero a lo largo de los años una familia Shiguango ocuparon las tierras más arriba del Río Humuyacu, las cuales se posesionaron con el señor Carlos Sevilla. En aquel entonces existían personas que querían formar la comunidad; eran los señores José Shiguango, Alberto Tapuy, José Tapuy, quienes buscaron unir con los trabajadores del señor Sevilla, para que no sigan siendo explotados, así formaron la comunidad, y uno de los líderes los motivó para crear una organización y defender sus territorios que querían explotar con la ley agraria. Con el apoyo de FOIN, se llegó a crear el Centro Runashitu. En 2003 se hizo la reforma del estatuto cambiando la razón social, con el nombre de Centro de la Nacionalidad Kichwa Runashitu de Humuyacu, inscrita en CODENPE.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Humuyacu
Representante:	Guido Yumbo
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	está en proceso de inicio
Parroquia:	Chonta Punta
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad 27 de Febrero

Las tierras donde actualmente se asienta la comunidad 27 de febrero, antiguamente eran parte de una gran hacienda, la antigua propietaria, dona las tierras a las primeas familias. Hace 40 años las familias que vivían en esta comunidad, ahora tienen sus propias tierras, las cuales se dedica a cultivar productos como la yuca, el plátano, la naranjilla, el café y el cacao. La comunidad también se encuentra trabajando en el ámbito del turismo comunitario ya que el sector es muy visitado por turistas principalmente extranjeros procedentes del continente europeo.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	27 de febrero
Representante:	Saúl Vargas
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	desde 1988
Parroquia:	Aguano
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Machacuyaku

La mayoría de los pobladores son procedentes del sector Sigrusiqui, en los años 1930 a 1940 llegaron al sector de Latas. Recorrieron todo el sector hasta que llegaron a conocer el sitio que hoy se llama Machacuyacu, le bautizaron con ese nombre por la gran cantidad de culebras venenosas.

En los años de 1988-1989 participaron en las primeras reuniones de socialización de Turismo Comunitario que organizó la Federación de Organizaciones Indígenas de Napo.

En 1992 se conforma la Red Indígena de las comunidades del Alto Napo RICANCIE con 30 organizaciones bases, la comunidad de Machacuyacu ingresa como socio fundador; así comenzaron construyendo cabañas de hospedaje y cocina comedor, baños y senderos para recibir a los turistas. Actualmente siguen trabajando y capacitándonos para recibir a los turistas que con mucho agrado visitan la comunidad.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Machakuyacu
Representante:	Emilio Grefa
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	1990
Parroquia:	Misahualli
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Galeras

La comunidad Galeras está asentada en la rivera del río Huambuno, próximo al cerro Pasurku, dentro de la cordillera Galeras y Parque Nacional, es socia fundadora de RICANCIE. La comunidad se conformó hace 32 años. La conforman 25 familias, manteniendo fincas donde hoy comparten con sus hijos y nietos.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Galeras
Representante:	Miguel Aguinda
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	1993
Parroquia:	Ahuarico
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Alukus

El territorio donde actualmente es la comunidad es adquirido por posesión, los primeros en llegar fueron el Sr. Rodrigo Cerda, Vicente Shiguango, procedentes de Archidona. La mayoría de la población de la comunidad son gente nativa, el acceso para llegar a la comunidad era a través de un chaquiñán, ahora hay camino por la vía Salcedo-Tena que actualmente esta inconclusa. En 1970 el estado declara como área forestal y de acuerdo a esa declaratoria el sector de Alukus es una zona que está dentro del área como amortiguamiento del bosque Protector Guacamayo. Se puede realizar visita a cascadas, recorrido por el bosque primario, conocer sitios sagrados, la piscina natural con los riachuelos, un lamedero de mariposas y la isla Oropendula, etc.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Alukus
Representante:	Samuel Tapuy
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	1990
Parroquia:	Talag
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Sinchi Pura

En un inicio la comunidad se llamó Sirina, porque en el lugar existe un estero pequeño donde abundaban peces pequeños (Sichis). Más tarde se le da el nombre de Sinchi Pura, debido a que fueron personas valientes que sobrevivieron a las travesías de la Pachamama, vivían cerca del Amarun, del Rayu Urku actual (Itiu Urku) y el árbol de la sabiduría. En el año 2004 la fundación Ecociencia los apoyó con el proyecto de conservación y manejo ambiental, involucrando a las familias en la actividad de conservación y turismo.

Actualmente, viven en la zona del parque nacional llanganates, además hace 45 años, tienen las reservas posesionadas en Uksha y Shakan. Actualmente son 38 socios en el turismo comunitario, y tiene una población de 97 habitantes.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Sinchipura
Representante:	Lidia Cerda
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	2006
Parroquia:	Talag
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Pacto Sumaco

Los pobladores son de diferentes provincias del Ecuador, ya que en el terremoto de 1987 donde se destruyeron totalmente las casas, se desbordaron los ríos Salado, Quijos y Río malo. Al taparse formó una represa la cual devastó las edificaciones la que ocasionó damnificados, heridos y muertos. Posteriormente a los sobrevivientes se los ubicó en los albergues del Chaco y Santa Rosa. En 1988 fueron reubicados en la zona del Sumaco, los primeros que llegaron fueron las familias de Aladino Andi, Francisco Chimbo y otros.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Pacto Sumaco
Representante:	Germánico Ruiz
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	1998
Parroquia:	Cotundo
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Chuva Urku

La comunidad se estableció el 8 de Mayo de 1977; cuatro familias fueron los primeros pobladores río Arajuno, con un gran temor de los huaoranis, muchas veces estas familias fueron asustadas, pero valerosamente fueron tomando posesión en busca de mejores días para la futura generación.

El nombre de la comunidad se debe a que tiempo atrás en el cerro Urku, había una gran cantidad de monos llamado chuva (Mono Araña) esta propuesta fue aprobado por la mayoría de las familias y socios presentes, al que adelante se llamará Centro indígena Kichwa de Chuva Urku con una extensión de 98 hectáreas, de los cuales solamente 14 hectáreas pertenece a cada socio y el resto de la selva es reserva.

Al obtener el espacio verde la organización en una sesión se resolvió trabajar en turismo comunitario, como una nueva alternativa de buscar la mejor forma de vida protegiendo y conservando la vegetación flora y fauna existentes dentro de su territorio. Hoy en días es base de la Corporación de Turismo comunitario de Napo, RICANCIE y miembro de la FEPTCE. Por esta razón hasta hoy día se llama comunidad Kichwa Chuva Urku.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Chuva Urcu
Representante:	Luis Tapuy Andi
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	1993
Nacionalidad:	Kichwa

Comunidad Capirona

Anteriormente era la comunidad Ayacusha hoy llamada Capirona. En el año 1972, la comunidad se organiza por la amenaza de las entradas de los colonos, quienes querían apropiarse de los territorios de la comunidad; ya que en aquel tiempo no existían las organizaciones provinciales, ni nacionales. Además existían ataques y amenazas permanentes por parte de los huaoranis no civilizados, y en el mismo año se construye la primera escuela con la ayuda de los hermanos misioneros católicos. En 1979-1980 se crea la organización FOIN, donde se decidió cambiar de nombre de Ayacusha a Capirona el cual tiene de nombre de un árbol (Sinchi Capirona) de Puni Shalcana.

Información General:

Nombre de la Comunidad:	Capirona
Representante:	Fidel Mamallacta
Cantón:	Tena
Fecha de inicio de actividad turística:	1989
Parroquia:	Misahualli
Nacionalidad:	Kichwa

FOTOGRAFÍAS DURANTE LA INVESTIGACIÓN

PRODUCCIÓN EN LA COORDINADORA DE RADIO POPULAR EDUCATIVA DEL ECUADOR (CORAPE)





FOTOGRAFÍAS TOMADAS EN LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO (TENA)



