

# **UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS (UDLA)**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PROYECTO DE INSTALACIÓN**

**“RADIO COMUNITARIA EN ZAMBIZA”**

**GABRIELA ALEXANDRA VALENCIA RAMOX.**

**2007**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar quiero agradecer a mi director y guía de tesis, mi profesor Luís Dávila; sin su invaluable experiencia, su amplio conocimiento, su incondicional ayuda y sus acertados consejos no habría realizado exitosamente mi proyecto de tesis. Siempre le estaré agradecida.

A Pepe Villamarín, Decano de la Escuela de Comunicación de la Universidad de las Américas, por motivarme a realizar un proyecto de tesis y mas aún ha terminarlo.

Agradezco a Antonio Zarango, profesor corrector de mi proyecto de tesis.

A Miguel Andrade de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), por su experiencia y su tiempo.

A Patricio Vargas, de la radio Comunitaria de Atucucho, a Patricia Hidalgo, profesora de Diseño y evaluación de Proyectos de la Universidad de las Américas, a mis compañeros de la carrera de periodismo, a los habitantes de Zambiza que aportaron con sus ideas e ingenio y a todos quienes directa o indirectamente me ayudaron para la realización de este proyecto de tesis. Mil gracias, de todo corazón.

## **DEDICATORIA**

*A mis padres y a mi familia por su confianza  
y apoyo incondicional, a Luís Dávila, mi director  
de tesis y a todos los habitantes de Zambiza  
que se interesaron en este proyecto  
y le pusieron su granito de arena.*

## RESUMEN

La radio comunitaria es definida a partir de tres aspectos que la caracterizan: la comunidad es la propietaria y tiene el control sobre la propiedad, es una actividad con fines no lucrativos, y está caracterizada por la participación de la comunidad.

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogeneización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un aviso publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria.

Zambiza está en el costado Nor Oriental de Quito, y es conocido por ser el depósito final de los desechos de basura de la gran ciudad, por lo que atraviesa por el grave problema del mal ambiente y otros males que atrae la condición de “botadero de basura”.

Este Barrio al igual que muchos otros sectores marginales de Quito ha sido relegado en la atención Municipal de sus necesidades, y los grandes medios de comunicación no se preocupan de estos sectores marginados de la preocupación y acción de la autoridad seccional.

Los habitantes de este sector no se sienten unidos ni comunicados entre sí. Los propios moradores de este barrio “creen” que una radio sería la solución a esta desunión y desorganización.

Con un medio de comunicación de fácil acceso como es una radio comunitaria, los moradores lograrían generar mayor acercamiento entre sus vecinos, informar sobre los asuntos de su comunidad y mantener una tradición oral a la que ellos califican como la “mejor vía para estar unidos”; y sobre todo: organizarse para buscar soluciones a sus problemas.

## **INDICE O TABLA DE CONTENIDO**

### **1. CAPITULO I : LA RADIO Y LOS DEMAS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### **2. CAPITULO II: CLASES DE RADIO**

#### **2.1 RADIO COMERCIAL**

#### **2.2 RADIOS DE SERVICIO PÚBLICO**

#### **2.3 RADIO ALTERNATIVA**

##### **2.3.1 CARACTERISTICAS DE LA RADIO ALTERNATIVA**

#### **2.4 RADIO EDUCATIVA**

#### **2.5 RADIO POPULAR**

##### **2.5.1 CARACTERISTICAS RADIO POPULAR**

#### **2.6 RADIOS CIUDADANAS**

#### **2.7 RADIOS COMUNITARIAS**

### **3. CAPITULO III : LAS RADIOS COMUNITARIAS**

#### **3.1 DEFINICION**

#### **3.2 OBJETIVOS DE LA RADIO COMUNITARIA**

#### **3.3 CARACTERISTICAS DE LA RADIO COMUNITARIA**

### **4. CAPITULO IV : RELACION ENTRE LAS RADIOS**

**COMUNITARIAS Y SU**

**PUBLICO**

## **5. CAPITULO V : SITUACIÓN ECONÓMICA DE LAS RADIOS COMUNITARIAS**

## **6. CAPITULO VI : LA RADIO COMUNITARIA EN ECUADOR**

### **6.1 LEGISLACION DE LAS RADIOS COMUNITARIAS**

### **6.2 ANALISIS DE LA SITUACIÓN LEGAR DE LAS RADIOS EN ECUADIOR**

### **6.3 ENTREVISTA SITUACION ACTUAL DE LAS RADIOS**

### **6.4 EJEMPLOS DE RADIOS COMUNITARIAS EN ECUADOR**

#### **6.4.1 LA VECI RADIO DE ATUTUCHO**

#### **6.4.2 LA RADIO DEL VOLCÁN**

## **7. CAPITULO VII : DIAGNOSTICO DEL PROYECTO**

### **7.1 FORMULACION DEL PROBLEMA**

### **7.2 FORMULACION DE LOS OBJETIVOS**

### **7.3 MATRIZ MULTICRITERIOS**

### **7.4 MATRIZ DE ANALISIS DE PROBLEMAS**

### **7.5 ESTUDIO TECNICO**

### **7.6 ESTUDIO JURIDICO**

**7.6.1 ARTÍCULOS DE LA CONSTITUCIÓN DE ECUADOR  
RELACIONADOS CON LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN E  
INFORMACIÓN**

**7.6.2 REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE  
RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN**

**7.7 ESTUDIO SOCIAL**

**7.8 ESTUDIO FINANCIERO**

## **8. CAPITULO VIII : LA RADIO EN ZAMBIZA**

**8.1 ENCUESTAS Y TABULACION**

**8.2 PROGRAMACION**



## INTRODUCCION

La radio es un medio de comunicación social y de difusión masiva que llega al radio-escucha de forma personal y directa. Llega a los sitios más lejanos del centro y a los más íntimos. Es unisensorial, solo por el oído, lo que permite hacer otra actividad y escuchar.

La radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se vuelven interlocutores, se ven sin ser vistos, en la que se perciben espacios sin ser percibidos, en la que, sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas,... La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego, pero también es, al mismo tiempo, una pantalla enorme en la que se ve un mundo a todo color.

Un medio de comunicación como la radio establece un contacto mas personal, porque ofrece al radio-escucha un alto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se esta transmitiendo gracias a la oportunidad de respuesta que otorga a los receptores.

El costo de producción de una radio es menos elevado que el de los otros medios, por esto y más el tema de esta tesis es cómo implementar un proyecto de Radio Comunitaria para el sector de Zambiza.

Esta tesis desarrolla un proyecto de implementación de un medio de comunicación radial para que los habitantes del populoso y relegado barrio de Zambiza para poder solucionar su problema de desunión y desinformación. Zambiza es un sector que esta ubicado al norte de Quito, su condición de botadero de basura hace que esté aislado de los grandes medios de comunicación.

Este barrio, según sus propios moradores, tiene múltiples necesidades las cuales deben conocerse y que hasta el momento no ha sido posible porque no cuentan con un medio para ello. Sus habitantes no han logrado unirse para mejorar su barrio y la falta de unión y apoyo entre sus propios habitantes han hecho que un grupo de ellos se junten para solucionar este problema.

Es imperante, por lo tanto, dotar de un medio de comunicación de fácil acceso como es la radio por sus diversas ventajas como su fácil accesibilidad, no se necesita saber leer ni escribir, se la puede llevar a todas partes, entre otras.

Por todas estas razones la mayoría de los habitantes del sector tendrán acceso a este medio de comunicación.

Esto significa que implementar una radio comunitaria en este sector sería de gran ayuda para sus habitantes ya que podrán estar comunicados entre ellos y así buscar las mejores soluciones para sus problemas, se unirían esfuerzos y conocimientos para así buscar las mejores salidas a los conflictos de su comunidad, acceder a información directa sobre noticias del país como del sector, estar en contacto con el resto de habitantes directamente, entre otras.

Los habitantes de Zambiza tienen varios problemas a consecuencia del botadero de basura ya que su salud se ve afectada directamente por las sustancias tóxicas que emana el botadero. Además la pobreza es la principal característica de sus habitantes.

Una radio comunitaria en Zambiza permitirá mantener unido al sector y lo fortalecerá para solucionar sus problemas.

## **METODOLOGIA APLICADA**

Se utilizó un modelo mixto pues representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. La investigación oscila entre el pensamiento inductivo y deductivo.

El Alcance fue Exploratorio – Descriptivo.

A través del exploratorio nos familiarizamos con el tema y a través del descriptivo se analizó como se manifestaba el proyecto de investigación.

Entre las Técnicas e Instrumentos utilizados están:

- Investigación bibliográfica
- Entrevistas
- Encuestas
- Observación de campo

## **DESARROLLO DEL TEMA**

### **1. LA RADIO Y LOS DEMAS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

En todos los países los medios están cada vez más concentrados en pocas manos. Los periódicos, las radioemisoras, la televisión abierta y por cable se están aglutinados en grandes consorcios muchas veces manejados por poderosos grupos económicos. En Ecuador la situación no es distinta. Para poder acceder a una frecuencia es necesario contar con los medios económicos necesarios. Los grandes medios de comunicación son manejados por grupos de poder económico, en algunos casos por dueños de bancos que con todo su poder logran manejar sin ningún problema estos medios.

En varios países de América Latina, la televisión está rebasando a la radio como medio de mayor consumo. La televisión es también el medio que se lleva la mayor parte del pastel publicitario, muy por encima de los porcentajes reales del consumo. Por ejemplo en Venezuela el 82 % de la inversión publicitaria va para la televisión, el 13% a los periódicos y el 1% para la radio. En Ecuador de igual manera la televisión se lleva la mayor parte.

Esta misma situación se presenta en el resto de países de América Latina.

Sin embargo, el avance de la televisión no significa de ninguna manera que terminó la era de la radio. En muchos países la radio sigue en primer lugar. Esto es así para los sectores populares, especialmente en las zonas rurales y en los países de fuerte cultura oral como Guatemala, Paraguay, Bolivia y Ecuador.

Además se ha dado un proceso de reacomodo de los medios. Aún donde la televisión se consume más que la radio, ésta mantiene sus lugares preferencial

en los aquellos sitios que le son propios como el medio más cercano y de mayor nivel afectivo, como la que informa desde el lugar de los hechos, con la que sintonizan millones de ciudadanos de las grandes ciudades en sus horas de tráfico, etc.

En Ecuador la radio es el medio al que recurren aquellas personas que requieren información inmediata. Mucha gente es a fin a los noticieros radiales más que a los televisivos. Sólo en Quito durante las 6 am y las 9 am, existen más de 50 noticieros por radio de un total de 100 señales radiofónicas que se escuchan en la zona urbana. A esta hora “pico” circulan por la calles de Quito unos 220.00 automotores, potenciales radioescuchas<sup>1</sup>

En todas partes la radio le aventaja a la televisión y a la prensa en credibilidad e inmediatez. Por eso, en momentos de crisis o de emergencia nacional es la radio la que convoca y aglutina. En la guerra entre Ecuador y Perú de 1995 la mayor cantidad de personas dedico su atención a este asunto a través de la Radio, porque tenía que seguir la radio le permite seguir trabajando 2.

La concentración de los medios se expresa no solamente en la propiedad, sino en la formación de cadenas: una radio local o rural puede bajar con mucha facilidad la señal de satélite que trasmite una radio matriz en la capital y, además, recibir un pedazo de la torta publicitaria junto con la señal.

La radio, pese a los avances que han experimentado otros medios gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, la más rápida y la más instantánea, sobre todo a la hora de transmitir acontecimientos noticiosos de

---

<sup>1</sup> Datos investigación, Lic. Antonio Zarango. Radio IRFEYAL. Julio 01, 2007

última hora. De la misma manera, la radio no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, porque su escucha es compatible con el desarrollo de otras actividades, porque entretiene, porque no es necesario saber leer y porque es gratuita.

## **2. CLASES DE RADIOS**

En el Ecuador existen radios comerciales privadas y de servicio público. Sus descripciones están estipuladas en la Ley de Radiodifusión y Televisión expedida en el Gobierno del General Guillermo Rodríguez Lara.

En su Capítulo I, Artículo 6, se reconocen dos clases de estaciones de televisión y radiodifusión:

- a) Comerciales privadas; y,
- b) De servicio público.

**2.1** En el Art. 7 se explica textualmente que son estaciones comerciales privadas las que tienen capital privado, se financian con publicidad pagada y persiguen fines de lucro.

**2.2** En el Art. 8 se indica textualmente que son estaciones de servicio público las destinadas al servicio de la comunidad, sin fines utilitarios, las que no podrán cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza.

Están incluidas en el inciso anterior, las estaciones privadas que se dediquen a fines sociales, educativos, culturales o religiosos, debidamente autorizados por el Estado.

### **2.3 RADIO ALTERNATIVA:**

Lo alternativo no implica necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino la diferencia de los otros medios comerciales y dominantes. Lo que comparten la mayoría de las corrientes alternativas es expresar, a través de los medios, sentidos y discursos específicos que no son atendidos.<sup>2</sup>

La radio alternativa procura la construcción de espacios de comunicación que representen proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos.

#### **2.3.1 Características de la radio alternativa:**

- Consolidar y defender un proyecto comunicacional que garantice el acceso a la palabra a todos los grupos o sectores de la población, principalmente a quienes siempre se les ha negado su participación.
- Crear sentidos de vida basados en la cultura, en los saberes y en las potencialidades de las personas.
- Tomar en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirve.
- Representar la diversidad cultural del entorno.
- Apoyar y promover los cambios sociales necesarios para lograr una sociedad más justa.

---

<sup>2</sup> GEERTS Andrés, La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia.

## **2.4 RADIO EDUCATIVA:**

La radio con fines educativos surge principalmente por iniciativa de la Iglesia Católica a fines de los años 50 y principios de los 60 del Siglo XX.<sup>3</sup> Esta corriente se caracteriza por un alto grado de servicio y de compromiso social con las causas populares. Su objetivo central era evangelizar, formar y educar a las personas que habían quedado excluidas de la educación.

Las radios mineras, populares, libres, comunitarias, educativas se crearon en todo el continente, de la mano de la educación popular, de los planteamientos revolucionarios de aquella época y de los más diversos grupos que fueron dándoles vida y construyendo, a lo largo de al menos veinte años (70s y 80s).

Comunicación, educación, alfabetización, evangelización y desarrollo caminaron de la mano para lograr una Radio Educativa.

## **2.5 RADIO POPULAR:**

La radio popular es fundamentalmente un proyecto de comunicación dentro de un proyecto de cambio político. Todo proyecto de desarrollo social tiene un componente de comunicación.

La Radio Educativa se transformó en Radio Popular. El objetivo de estas emisoras era acompañar a las organizaciones populares para la construcción de proyectos populares.

Esta clase de radio se constituye en un espacio democrático y participativo donde las personas que son excluidas de la toma de decisiones pueden

---

<sup>3</sup> GEERTS Andrés, La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia.



colaborar directamente en la creación formas de vida dignas y justas que den paso a un proceso de cambio social.

ALER<sup>4</sup>, asociación civil constituida por instituciones de América Latina y El Caribe, dedicada a la comunicación radiofónica popular y educativa, asumió esta nueva opción de radio. Abandonó como principal objetivo la alfabetización y la educación a distancia y definió nuevas misiones vinculadas a la búsqueda de una sociedad justa con solidaridad y equidad.

### **2.5.1 Características de la radio popular:**

- Maneja contenidos que correspondan a los intereses del pueblo y que le sirvan para su desarrollo.
- Crea producciones con un lenguaje popular narrativo y coloquial.
- Representa la identidad popular e impulsa la participación del pueblo en su programación.

La radio popular surgió como hermana de la educación popular y tuvo entre sus principales propósitos llegar en forma masiva.

ALER asegura que hace algunos años lo popular era un concepto restringido en el que sólo se incluían a los obreros, los campesinos y los sectores

---

<sup>4</sup> ALER trabaja, junto a otros actores sociales, por la democratización de las comunicaciones, por el desarrollo humano sostenible y por la construcción de sociedades con mayor justicia, mayor equidad y mayor democracia.

marginados. Hoy se asume una definición más amplia en la que caben sectores excluidos o marginados por diversas razones, como género, etnia, ubicación en el sistema productivo, localización geográfica, participación en la distribución de la riqueza, etc.

Rasgos fundamentales de las radios populares:

- Tienen sentido de proyección (utopías de cambio)
- Son eminentemente educativas (apoya la apropiación y profundización del saber), más allá del hecho de alfabetizar.
- Son críticas y concientizadoras (cuestionan y forman sujetos con su voz propia)
- Son participativas (buscan la apropiación del medio, democratización de la comunicación)
- Son pluriculturales (promueven integración desde las características propias del pueblo, algunas transmiten en quichua)
- Son relacionadoras (de individuos, grupos, comunidades, permitiendo el intercambio y la unión de fuerzas)
- Son de contenido social (están basadas en la vida cotidiana del pueblo)
- Son útiles (de servicio social, defiende la calidad de vida)
- Son alternativas (no responden a la lógica comercial de la otras radios)
- Son competitivas (disputan los primeros lugares, buscan legitimar su labor)

## **2.6 RADIOS CIUDADANAS:**

Promueven el ejercicio de derechos ciudadanos. Muchas de sus características son iguales o parecidas a las de la radio popular. Las radios comunitarias y ciudadanas son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia.<sup>5</sup>

En la radio ciudadana, la ciudadanía implica reivindicar a los sujetos individuales y colectivos frente a los poderes.

## **2.7 RADIOS COMUNITARIAS:**

Lo comunitario no se entiende hoy como lo que está dentro de un alcance geográfico, sino lo que implica el desarrollo integral de una comunidad (local, nacional o regional).

## **4. RADIO COMUNITARIA:**

Al inicio de los años 90, AMARC<sup>6</sup>, Asociación Mundial de Radios Comunitarias que se define como movimiento ciudadano, político y comunicacional, trabaja

---

1. <sup>5</sup> GEERTS, Andrés, VANOYEYEN, Víctor, VILLAMAYOR, Claudia. LA PRACTICA INSPIRA, Editorial ALER y AMARC, 2004.

<sup>6</sup> AMARC Está formada por radios, centros de comunicación, programas radiales, periodistas, investigadoras de la comunicación, redes locales, áreas de radio de universidades y de organizaciones de la sociedad civil. Tienen orígenes diversos, laicos y religiosos que contribuyen a fortalecer la democracia y la construcción de ciudadanía.

en red para lograr incidencia en la sociedad impulsando la radio alternativa de América Latina desde la óptica de lo comunitario.

Esta Asociación busca generar un gran movimiento en el continente alrededor de la necesidad de democratizar la palabra para democratizar la sociedad.

Cabe recalcar que AMARC no es una estación de radio.

### **2.7.1 DEFINICIÓN**

Desde hace muchos años, se busca una definición para las radios que sirven al pueblo, a la comunidad, a las personas, que buscan el bien común, el desarrollo de esa población, generalmente, marginada, excluida.

Muchos adjetivos le han puesto para ubicarla: alternativa, alterativa, comunitaria, popular, últimamente: ciudadana.

Por eso: la definición de radio comunitaria es muy amplia, de manera que muchas radios pueden sentirse parte del movimiento. Dentro de la radio comunitaria hay radios grandes y pequeñas, centros de producción radiofónica, experiencias de mayor o de menor compromiso popular, radios estatales, privadas, universitarias, etc.

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

el principio en el lugar de encuentro y de apoyo institucional y político de estas radios que se autodenominaron comunitarias y lucharon por conseguir frecuencias aunque fueran de mínima cobertura.

Una radio comunitaria necesariamente debe coexistir en igualdad de oportunidades con las de carácter comercial, aquellas que no tienen otro fin que obtener lucro, y que son, en muchos países de América Latina y del mundo las que se oponen a que las primeras existan. Las radios comunitarias se han planteado convertirse en protagonistas, en actores sociales que promuevan la movilización social. La radio comunitaria debe tener el respaldo del gobierno y el apoyo económico del mismo.

En las radios comunitarias las ideas nacen del propio pueblo, a través de las personas que están todos los días con los campesinos, con los jóvenes, con las mujeres: técnicos, ingenieros, productores, periodistas llegan a la radio y proponen proyectos. Otros surgen desde el personal de la emisora. Esos proyectos son apoyados, impulsados y sacados adelante por la radio y por instituciones nacionales, municipales y de cooperación internacional.

En muchas ciudades, el barrio ha dejado de ser ese espacio de relación entre las personas que lo habitan. Gentes que viven en un mismo condominio no se vinculan. Las comunidades campesinas se van debilitando por los efectos de la migración.

La radio comunitaria buscó convertirse en plaza pública del diálogo y del debate social, contribuir al desarrollo cotidiano de la sociedad local, estar presente en la comunidad permanentemente y no aparecer solamente en momentos de conflictos o catástrofes, intentar un nivel útil de información de las audiencias. En definitiva, situarse por encima de los intereses del mercado.

La radio comunitaria pretendió 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 que hay en ellas, todo esto abriendo sus micrófonos.

Lo local, para estas emisoras, no es solo lo inmediatamente cercano. También es lo que está un poco más allá. A través de la radio se quiere juntar comunidades similares, distantes entre sí, para alcanzar a visualizar proyectos nacionales y regionales

Los viejos radiodifusores decían: “La radio informa, educa y entretiene” Es cierto que la radio informa con lo que siempre educa –para bien-, pero esa información –de cualquier tipo- debe ser entretenida. La radio siempre es compañía para las personas en sus quehaceres cotidianos, las entretiene, y debe mantener informadas.

Una radio comunitaria no está definida por una baja potencia, ya que puede haber pequeñas o grandes. Como antecedente: los curas de algunas

parroquias tenían “altoparlantes” para llamar a sus feligreses a misa, pero también sirvió para informar algún asunto “urgente” y movilizar –convocar- a sesiones de la comunidad.

La radio Comunitaria tampoco está definida por su frecuencia, porque puede estar en FM o en otras bandas. Hay emisoras comunitarias legales e ilegales, artesanales o profesionales. Para la radio comunitaria es más importante la apropiación del medio por parte de la audiencia, que la propiedad del mismo. La radio comunitaria puede o no tener publicidad comercial, pues se considera con iguales derechos que las demás para poder gestionarse.

Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses, cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta, cuando informa verazmente, cuando ayuda a resolver mil y un problemas de la vida cotidiana, cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones, cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil, cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario, cuando no se tolera ninguna dictadura ni siquiera musical impuesta por las disqueras, cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, se puede llamar Radio Comunitaria.<sup>7</sup>

¿Qué hace que una estación de radio sea comunitaria? La mejor manera de responder a esta pregunta quizás sea a través de las palabras de los miembros de AMARC (la Asociación Mundial de Radios Comunitarias):

---

<sup>7</sup> "Manual urgente para Radialistas Apasionados". José Ignacio López Vigil. 1997

“Radio comunitaria, radio rural, radio cooperativa, radio participativa, radio libre, alternativa, popular, educativa... Si las estaciones de radio, las redes y los grupos de producción que constituyen la Asociación Mundial de Radiodifusores Comunitarios, se refieren a sí mismos por medio de una variedad de nombres, sus prácticas y perfiles son aún más variados. Algunas son musicales, otras militantes y otras musicales y militantes.

Se localizan tanto en áreas rurales aisladas como en el corazón de las ciudades más grandes del mundo. Sus señales pueden ser alcanzadas ya sea en un radio de un kilómetro, en la totalidad del territorio de un país o en otros lugares del mundo vía onda corta.

Algunas estaciones pertenecen a organizaciones sin ánimo de lucro o a cooperativas cuyos miembros constituyen su propia audiencia. Otras pertenecen a estudiantes, universidades, municipalidades, iglesias o sindicatos. Hay estaciones de radio financiadas por donaciones provenientes de su audiencia, por organismos de desarrollo internacional, por medio de la publicidad y por parte de los gobiernos.

No se someten a la lógica del dinero ni de la propaganda. Su finalidad es distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil. Un servicio, por supuesto, altamente político: se trata de influir en la opinión pública, de inconformar, de crear consensos, de ampliar la



democracia. En definitiva - y por ello, el nombre- de construir comunidad".<sup>8</sup>

La filosofía de la radio comunitaria es la de permitir "la libertad de expresión" a las personas excluidas del ejercicio de los Derechos Humanos y de la Comunicación, sirve de "altavoz" de los oprimidos (se trate de una opresión racista, sexista o de clase social) y, en general, de ser parte del desarrollo de un mundo distinto.

"La radio comunitaria es definida a partir de tres aspectos que la caracterizan: se trata de una actividad con fines no lucrativos, la comunidad tiene el control sobre la propiedad y está caracterizada por la participación de la comunidad."<sup>9</sup>

### **2.7.2 OBJETIVOS DE LA RADIO COMUNITARIA**

Es necesario que sea claro que el objetivo de la radio comunitaria no es el de hacer algo por la comunidad, es, más bien, el de dar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, como por ejemplo, poseer el control de su propio medio de comunicación.

En América Latina existen varias radios que se son comunitarias, educativas, populares o ciudadanas. Se identifican por sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los

---

<sup>8</sup> AMARC

<sup>9</sup> "Gestión de la radio comunitaria y ciudadana". Claudia Villamayor y Ernesto Lamas. AMARC y Friedrich Ebert Stiftung. 1998

derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías en el poder. El no tener un objetivo de lucro no les impide crecer.

La radio comunitaria y ciudadana se define por la comunidad de intereses compartidos que representa y por los objetivos político-culturales, comunicacionales y empresariales coherentes con esos mismos intereses.

La radio comunitaria y ciudadana utiliza el lenguaje del medio: “palabras, música e imágenes sonoras”; incorpora nuevos sonidos, músicas, voces, nuevos formatos. Son otras formas de hablar, nuevos tratos con los oyentes, formas de preguntar y de responder, formas de demandar, de petitionar a las autoridades.

La radio comunitaria es un espacio que apoya al desarrollo de las comunidades. Las personas pueden reconocerse, identificarse y, además, comunicarse entre ellas. Cada radio comunitaria tiene su tonalidad bien modulada con la imagen de aquellos que la escuchan. Lo importante es la búsqueda de la diferencia.

La radio comunitaria es un factor de acercamiento, un puente, un paso hacia el *otro*, no para que el *otro* se convierta en lo que nosotros somos, sino para que sea lo que es.

Emisoras que ejercen la radiodifusión como un servicio a la comunidad y la comunicación como un derecho de todas las personas. Que buscan construir

un camino común para apoyarse y fortalecer la comunicación de una comunidad.<sup>10</sup>

Radiodifusoras que son parte integrante de la comunidad en la que participan. Y como medio desarrollan una comunicación pluralista y participativa, abierta a la necesidad de expresión de los sectores sociales urbanos o rurales y culturales con menor posibilidad de acceso a los medios con fines exclusivamente comerciales.

En el sistema de medios dominado por lo comercial, radio comunitaria significa radio en la comunidad, para la comunidad, acerca de la comunidad y por la comunidad. Existe una amplia participación de los miembros regulares de la comunidad en el manejo y producción de programas. Esta participación de miembros de la comunidad las distingue del medio dominado por mantener el mercado o lo comercial; operan para el lucro, la propaganda, para mantener el poder, para persuadir a la compra de productos o ideas o personas de la política, mantener los privilegios, etc.

Estaciones operadas colectivamente por las personas de la comunidad.

Estaciones dedicadas al desarrollo, la educación y el fortalecimiento de las personas.

Estaciones que adhieren a los principios de democracia y participación.

---

<sup>10</sup> Federación Argentina de Radios Comunitarias, FARCO. Argentina

- Radios libres, independientes, laicas, consagradas a los derechos de las personas.
- Plurales y pluralistas
- Respetan escrupulosamente lo periodístico y amplían el ámbito cultural al permitir la más extensa expresión de artistas como los reporteros populares y de su canal de escucha.
- Tienen un estatus asociativo, un funcionamiento democrático y una financiación coherente con el hecho de que no tienen fines lucrativos.
- Son solidarias entre ellas y constituyen comunidades de trabajo que permiten a cada una cumplir con su misión.

### **2.7.3 CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO COMUNITARIA**

En primer lugar, la radio comunitaria está caracterizada por la activa participación de la comunidad en los procesos de producción de noticias, información, entretenimiento y material culturalmente relevante, y ello con un énfasis en temas y preocupaciones locales. Con capacitación, productores locales pueden crear programas usando sus voces locales.

La comunidad participa en el manejo de la estación y opinar en la programación y contenido de los programas.

En segundo lugar, es esencial que sea una empresa sin fines de lucro. En estos días de alta comercialización de la radiodifusión, el carácter de la radio comunitaria lo constituye su independencia y responsabilidad en el servicio a la

comunidad, no al anunciante. Como la estación es de propiedad de la comunidad, se mantiene cierta responsabilidad en el manejo de la misma.

En tercer lugar, la programación de la radio comunitaria es construida por la comunidad para mejorar las condiciones sociales y la calidad de su vida cultural. La comunidad misma decide cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la provisión de información.

En una entrevista realizada a Bruce Girard, fundador de AMARC, las radios comunitarias son la forma más adecuada para que una comunidad se pueda desarrollar y se conozca entre sí.

Asegura que la radio es la mejor opción para que comunidades olvidadas se sientan representadas y que de la misma forma puedan formar parte de un medio de comunicación de su propiedad, en el que puedan participar directamente dirigiendo desde la programación hasta producción de la radio.

Para esto, Girard afirma que un proceso de capacitación es indispensable para que la comunidad se organice de la mejor manera y puedan llegar a manejar su propio medio de comunicación. La capacitación va paralelamente junto a la instalación de una radio.

La comunidad debe estar unida, comunicada y organizada y qué mejor si la implementación de una radio comunitaria para lograr estos objetivos.

Según su experiencia en AMARC, las radios comunitarias han tenido un gran desarrollo a nivel mundial y en países como Ecuador y ciudades como Quito o barrios como Atucucho, es una valiosa opción para lograr el desarrollo de las comunidades, sin embargo, afirma que el vacío legal que existe en el país alrededor de las radios de servicio público como las se las denomina en Ecuador, impide que un proyecto para fortalecer una comunidad, pueda llegar a darse a menos que se lograra una alianza con radios fuertes que permitan la transmisión de su programación.

## **5. RELACION ENTRE LAS RADIOS COMUNITARIAS Y SU PÚBLICO**

Primero se analiza el contacto y la participación del público, sobre todo en la programación. La participación de los actores sociales será tratada en otro lugar.

El contacto de una radio con su público se establece básicamente a través del micrófono. Ese contacto se oye en la programación. El micrófono en las radios comunitarias fue desde el principio un micrófono compartido, colectivo y plural. Nunca se quiso reservarlo para las voces divinas del estudio. El micrófono abría el abanico de la región, de la comunidad o del barrio: en noticias, denuncias, opiniones, cuentos y leyendas, canciones, sociodramas. El micrófono acompañaba la misma vida de la gente. Como esta vida no se hacía dentro de los estudios, hacia fuera.

Un elemento importante en la práctica comunicacional de las radios comunitarias ha sido siempre que se construía la comunidad radiofónica desde la comunidad humana. Lo que distinguía estas radios de las demás fue que la radio se hacía desde la calle, desde el campo, el patio y la cocina de la gente. La radio comunitaria es una radio de exteriores. Antes Los productores salían diariamente a las comunidades o a la calle con grabadora y micrófono, luego con una unidad móvil o teléfono celular. Se salía en camioneta o en moto, en mulo o a pie. Pero se salía. La radio se hacía caminando hacia la gente en busca de voces, sus testimonios, su opinión.

Los micrófonos de las radios acompañaban a las fiestas patronales, los festivales populares, las movilizaciones, el aniversario de la asociación, la misa dominical desde el paraje remoto, las tomas, el baile en la calle. Los ancianos se entrevistaban en su casa y contaban cómo la juventud se enamoraba hace 50 años y las mujeres enseñaban las recetas al lado del fogón. La vida cotidiana vibraba por la radio. Claro que se salía también para cubrir la noticia y para buscar la opinión. Eso lo hacía la otra radio también. Pero salir para recoger la vida de la gente y convertirla en programa de radio, eso lo hacía sólo la radio popular.

Además de sacar el micrófono fuera de los estudios y para multiplicar su presencia y mantener un contacto vivo con su público muchas radios forjaron sus propias estructuras o redes. Las escuelas radiofónicas tenían como pilar esencial su red de monitores o maestros correctores, las radios informativas

tenían sus redes de reporteros o corresponsales populares, varios radios inventaron su red de cabinas para la participación y transmisión desde las comunidades, otras lograron formar una gran organización de amigos de la radio. En coproducción con las organizaciones se presentaban las comunidades en vivo con sus grupos, su música, sus problemas en forma de sociodramas, su lista de quejas y de conquistas.

Que la vida y la voz de la gente se escuchen desde su propio ambiente, da en sí un valor agregado a la radio. Pero demasiadas veces el contacto se queda en esto, y nada más. Muchas radios, sobre todo las de pocos recursos económicos y humanos, no aprovechan tanta riqueza que surge desde la cotidianidad. La cultura, la historia, la problemática local se expresan, se ventilan y ahí se quedan. Pocos las analizan o las aprovechan para convertirlas en productos educativos. O para devolverlas a los actores sociales para alguna acción transformadora.

Algunas radios populares y comunitarias aprenden también de las radios comerciales en esta práctica. Lo que preocupa es que mientras muchas radios comerciales van al encuentro de la vida cotidiana, algunas radios populares hacen el camino al revés y se van cerrando.

## **6. SITUACIÓN ECONOMICA DE LAS RADIOS COMUNITARIAS**

Mientras esas grandes cadenas de radios comerciales se van expandiendo, las radios comunitarias van surgiendo en todas partes. En su mayoría son radios



locales, pequeñas, muy identificadas con la comunidad. Según algunos expertos éstas serán las radios que por su inserción tendrían la mejor garantía de poder resistir a la gran radio avasalladora del centro.

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

Lo que tienen en común todas estas radios es que nacieron en la ilegalidad porque no había leyes que las regulen. Solo en tres países se ha podido aclarar la situación legal de estas radios como es en Colombia, El Salvador y Chile, aunque en ningún caso de manera satisfactoria.

Según Andrés Geerts en su estudio de Vigencia e Incidencia, en Argentina por ejemplo hay unas 1800 radios con permiso precario provisorio de las cuales tal vez 100 son comunitarias, 73 están en la asociación nacional.

En Colombia 570 son reconocidas por ley de las cuales solo el 5% pertenecen a organizaciones o comunidades.

En Chile existen 81 radios de mínima cobertura reconocidas por ley.

En Perú existen unas mil radios ilegales entre comunitarias y comerciales. Hay un caos legal, no tienen una red que los represente y no se conoce cuantas son comunitarias.

En México hay unas 100 ilegales a nivel nacional, no tienen marco legal ni red que los represente.

En Paraguay unas 84 radios son sin licencia mientras que en Venezuela 60 radios se encuentran en una situación de ilegalidad organizadas en 4 redes regionales. Hay un marco legal recientemente aprobado sin reglamentación.

En varios países como en Chile, México y Guatemala existe una búsqueda de identidad de las radios comunitarias. Muchas veces las asociaciones de radios comunitarias albergan experiencias comunicacionales muy diversas como radios populares, radios de sectas religiosas, radios del estado, etc.

## **7. LA RADIOS COMUNITARIA EN ECUADOR**

### **7.1 LEGISLACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS**

En materia de legislación no hay mucha homogeneidad entre los países latinoamericanos. Hay algunos donde la legislación básica sigue siendo una de 30 a 40 años atrás, algunas veces parcialmente corregida por enmiendas o reglamentos. En otros hay legislaciones más recientes: El Salvador en 1997, Colombia en 1995, Chile en 1993, Bolivia y Paraguay en 1995.

En todas partes se reconoce el éter como un bien de propiedad pública del Estado. Pero esto no significa que su uso sea público. De hecho en la mayoría de los países, el estado concede las frecuencias para su uso comercial, como

es el caso de Ecuador. Hasta mediados de los años 90 se conocían básicamente dos figuras legales de radiodifusión.

- La radio comercial o la empresa radiofónica con fines de lucro, cuyas frecuencias se reparten por licitación y concurso. Este reparto es en la realidad una venta al mayor postor o una prebenda política. Luego estas frecuencias son muchas veces revendidas con enormes ganancias, como pasa con tantos otros bienes públicos enajenados.
- La otra figura es la radio no comercial. Según el país, cambia de nombre: radio de servicio público en Ecuador, radio permisoria en México, radio cultural en otros países. En esta categoría están las radios universitarias, educativas, culturales y estatales (nacionales, provinciales, municipales). Tradicionalmente muchas radios de iglesia se amparan bajo esta figura legal.

Las radios comerciales viven de la publicidad.

Las estaciones comunitarias que nacen de una comunidad u organización indígena, afroecuatoriana, campesina o cualquier otra organización social, que su labor esté orientada al fortalecimiento de la comunidad, a la consolidación intercultural y social, a la defensa de los valores humanos, históricos, artísticos, que afiancen la identidad nacional y vigoricen la vigencia de los derechos humanos, pueden realizar autogestión para el mejoramiento, mantenimiento y operación de sus instalaciones, equipos y pago de personal a través de donaciones, mensajes pagados, y publicidad de productos comerciales.

Los requisitos, condiciones, potestades, derechos, obligaciones y oportunidades que deben cumplir los canales o frecuencias de radiodifusión y televisión de las estaciones comunitarias, serán los mismos que esta Ley determina para las estaciones privadas con finalidad comercial, Las utilidades que se percibieren de la administración de estas emisoras deberán ser reinvertidas en ampliar los servicios, sistemas o equipos de las mismas, o en actividades propias de la comunidad que representan.

Las radios comerciales viven de la publicidad. Las no comerciales tienen generalmente restricciones en este campo. En ningún país la ley garantiza o separa un porcentaje del dial para que la sociedad civil (comunidades, organizaciones, instituciones educativas o culturales) lo usen como servicio público. La regla es más bien que el estado se asigne un par de frecuencias y que todo el resto se subaste para ser explotado por la empresa privada.

A esta regla se le han ido presentando excepciones. A partir de 1993 empieza a aparecer en ciertas legislaciones latinoamericanas una tercera figura legal. Es la radiodifusión comunitaria la misma que es el resultado de la lucha que libraron centenares de radios comunitarias que surgieron a partir de la década de los 80, pero es a la vez un resultado híbrido de un estado sumiso a los intereses de las empresas radiofónicas y por lo que está reacio a darle real participación a la sociedad civil en el campo de la comunicación radiofónica. En Chile, por ejemplo, la nueva ley de 1993 desampara a las radios de mínima

cobertura, en Colombia promueve las radios de servicio comunitario sin ánimo de lucro y en Paraguay se legisla la radiodifusión alternativa de pequeña y mediana cobertura. En Venezuela se promulgo una nueva ley sobre radiodifusión comunitaria.

En países como Argentina, Paraguay, Guatemala y México se está negociando legislaciones sobre radiodifusión. Asociaciones nacionales de radios comunitarias y representaciones de AMARC están introduciendo nuevas propuestas de ley. En todos estos países las radios comunitarias están funcionando fuera de la ley. En Chile se está intentando introducir modificaciones a la ley existente. Las acciones intentan promover un movimiento nacional alrededor del tema de la democratización de la comunicación. En Colombia hay serias críticas a la ley existente y sobre todo a la forma como ha sido aplicada. En El Salvador una reciente ley descarto cualquier intento de introducir una figura como la de radio comunitaria. En República Dominicana el tema de la radiodifusión comunitaria no está ni siquiera en discusión porque en dicho país no existen radios comunitarias.

Se han realizado varias propuestas para la democratización de la radiodifusión que podrían ser suscritas por radios populares y comunitarias del continente:

- Que se declare la radiodifusión como una actividad del interés público, como ejercicio del derecho a la comunicación y la información.

- Que se establezcan en cualquier ley 3 modelos de radiodifusión según sus formas de propiedad: Hay tres tipos de propiedad en Ecuador: privada, mixta y comunitaria.
- La radio social participada o comunitaria, propiedad de organizaciones sociales, Cooperativas entidades sin fines de lucro, universidades e iglesias.
  - La radio estatal pública que sería nacional, provincial y municipal. Estas también son sin fines de lucro y más de servicio público.
  - La radio privada comercial
- Que todas estas radios tengan derecho a la publicidad limitada por ley.

En Ecuador, está vigente la Ley Reformatoria a la Ley de Radiodifusión y Televisión y el Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

En el artículo 17 de la Ley Reformatoria se alude a radios “comunales” y no “comunitarias”.

En el artículo 5 del Reglamento General se incluyen dichas radios “comunales” en la categoría de “estaciones publicas”.

A partir de ahí se sacan dos conclusiones: la prohibición de pasar publicidad comercial y la restricción de una programación exclusivamente “educativa”.

En el artículo 6 del Reglamento General se dice que las frecuencias para estas radios “comunales” serán otorgadas a las Comunas legalmente constituidas de acuerdo con la Ley de Organización y Régimen de las Comunas. Esta antigua Ley de Comunas, vinculada con el Ministerio de Agricultura y Ganadería, define “comunidades” como aquellos centros poblados más alejados,

que no tienen otro nombre ni definición territorial, y que suelen estar ocupados por indígenas. Se excluyen, pues, de la concesión todas las otras demarcaciones territoriales (provincias, cantones, parroquias), así como las instituciones civiles, movimientos sociales, ONGs, etc.

En el artículo 7 del Reglamento General se expresa claramente la marginación de las concesiones para las tales “comunidades” ; “Las concesiones para estaciones de radiodifusión de servicio comunal se otorgarán únicamente en lugares donde no existan concesiones para estaciones nacionales, regionales o locales... y en cualquier caso siempre que no interfieran con las frecuencias asignadas a otras estaciones.”

Es decir, las radios “comunales” solo pueden existir allí donde no llegan las verdaderas radios, las comerciales.

## 2- DE LA PROHIBICION DE PASAR PUBLICIDAD COMERCIAL

En el mismo artículo 17 de la Ley Reformatoria se dice que las estaciones comunales no tendrán fines de lucro.

En el artículo 5 y 6 del Reglamento General se explicita lo que se entiende por “sin fines de lucro”:

“No pueden cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza”.

De esta manera, se confunde la no finalidad lucrativa con la prohibición de tener ingresos propios.

Pero no es lo mismo “sin fines de lucro” que “con fines de quiebra”. No tener fines de lucro significa no privatizar las utilidades al final del año fiscal. Las ganancias obtenidas, ejerciendo la universal libertad de comercio, son reinvertidas en la misma empresa social para mejorar sus operaciones.

Como en la Ley no se contempla tampoco ningún subsidio estatal para las radios comunitarias, éstas quedan imposibilitadas económicamente.

### 3- DE LA LIMITACION DE POTENCIA A LAS RADIOS COMUNALES

En el artículo 17 de la Ley se dice:

“Dentro de este espectro (radioeléctrico) se reservarán frecuencias de baja intensidad para estaciones de radiodifusión comunal. Las estaciones de servicio comunal tendrán una potencia máxima de 300 vatios en amplitud modulada (AM) y de 150 vatios en frecuencia modulada (FM).”

Sin embargo, lo comunitario es un espacio de intereses compartidos y no depende de límites geográficos. Una emisora para migrantes en Sao Paulo o para mujeres en Ciudad México requiere de una gran potencia para cubrir estas ciudades.

### 4- DE LA LIMITACION EN LOS CONTENIDOS DE LA PROGRAMACION

En el artículo 17 de la Ley Reformatoria se lee:

“(Las emisoras de servicio comunal) se dedicaran exclusivamente a fines sociales educativos y culturales.”

En el artículo 5 del Reglamento General se explicita esta restricción de sus contenidos:

“Estas estaciones (comunales) transmitirán programación cultural, educativa y asuntos de interés general, tales como conferencias de índole pedagógico, agrícola, industrial, económico, de desarrollo social, de servicio a la comunidad, de orientación al hogar...”



En el artículo 6 del mismo Reglamento General se insiste nuevamente en la restricción:

“Se dedicarán exclusivamente a fines sociales, educativos y culturales. Los fines sociales se refieren únicamente a actividades relacionadas con ayuda a la comunidad... En ningún caso las estaciones de radiodifusión de servicio comunal podrán realizar actividades de proselitismo político o religioso.”

En primer lugar, llama la atención que a las emisoras comerciales no se les recuerde en ningún momento su función social ni su responsabilidad con la cultura y la educación de su país. Ni en la Ley ni el Reglamento hay una palabra sobre esto.

Segundo, la ley excluye de la programación de las radios “comunales” los espacios de entretenimiento, incluso los informativos, si recordamos las tradicionales funciones de las emisoras: educar, informar y entretener. En cuanto al proselitismo político o religioso, no se da ninguna razón para prohibirlo en las “comunales” y autorizarlo en las comerciales.

## **7.2 ANALISIS DE LA SITUACION LEGAL DE LAS RADIOS EN EL ECUADOR**

Uno de los problemas más importantes con los que una radio se encuentra al momento de crearse es la obtención de una frecuencia en el CONARTEL.

Actualmente este proceso es el principal obstáculo para quienes desean instalar una radio en el Ecuador. En el caso de una radio comunitaria este proceso se vuelve aún más complicado ya que no se otorgan frecuencias a este tipo de radios.

Tanto personas naturales o personas jurídicas pueden obtener una frecuencia en el Conartel mediante una serie de requisitos legales, sin embargo este paso es el menos complicado ya que todo se basa en la disponibilidad de frecuencias aunque muchos expertos aseguran que el verdadero motivo para no entregar frecuencias son intereses políticos que manejan a su conveniencia la distribución de las mismas.

Actualmente el trámite para obtener una frecuencia dura años, por eso en el caso que se citará a continuación de la Radio Comunitaria de Atucucho se entiende porqué proyectos de radios comunitarias con fines netamente sociales nunca se llevan a cabo.

**(ver Anexo #1)**

### **7.3 NUEVAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS PARA UNA ÉPOCA NUEVA**

Actualmente las radios se encuentran replanteado sus objetivos y re-descubriendo estrategias concretas para comprender su verdadero quehacer. Para esto se intenta concebir a la radio como un espacio de debate público en donde todos formen parte del mismo, para así poder generar acuerdos o reflejar los desacuerdos. Este proceso se da también gracias a experiencias anteriores que aportan para lograr el objetivo. Se debe entender que los medios son el instrumento, mas no la comunicación.

ALER ha emprendido el proceso de reflexionar sobre su Proyecto Político Comunicativo. Se plantearon dos propuestas: una, que se hiciera una investigación para conocer acerca de experiencias novedosas y positivas, y

otra, que se empezara con una labor de redefinición de los proyectos comunicativos de cada una de las radios asociadas.

Producto de la primera propuesta surgió la investigación “La práctica inspira”, esfuerzo conjunto entre ALER y AMARC, que ha dejado un importante legado de 32 experiencias radiofónicas narradas por los propios protagonistas, que da cuenta de cómo determinadas radios, coordinadoras y centros de producción han asumido el reto de hacer radio en una época supremamente distinta a la anterior.

Y producto de la segunda propuesta, ALER ha realizado en los últimos dos años una reflexión bastante profunda y autocrítica sobre el Proyecto Político Comunicativo de las radios y de la Asociación en general.

Los objetivos y prácticas que tenían las radios alternativas en la época del desarrollismo económico, con los procesos de alfabetización a distancia, han sido parte de un proceso. Lo que se propone ahora puede ser distinto, recoger las mejores experiencias luego de haber transitado por un camino en el que hubo diferentes etapas, cada una de las cuales respondió al momento y al contexto en que se vivía.

La propuesta actual es un punto de arranque y no de llegada hacia la reflexión que demanda la nueva época que vivimos, tomando en cuenta nuestra historia. Es una estrategia, no un objetivo. Es un proceso de reflexión móvil que genera identidad.

La radio popular continúa apostando por el cambio, por un nuevo modelo comunicacional radiofónico que contribuya a construir una América Latina diferente, donde la comunicación pierda su uso instrumental para recuperar su lugar como proceso.

Para entender mejor este tema, Nelsi Lizarazo, Secretaria Ejecutiva de ALER, explica que el plan comunicacional es una posibilidad para pensar y realizar la comunicación desde la *producción de sentidos*, que implica potenciar diálogos para la circulación de múltiples criterios; convoca además a desarrollar una *estética* desde lo local y global, cuya narratividad y construcción conjugue lo ajeno y lo propio.

Este modelo implica, dejar de ser difusionistas para pasar a crear espacios radiales con lugares de encuentro para el diálogo y el re-conocimiento.

Nelsi Lizarazo asegura que es un reto complejo pero que si no se lo asume así no se estará haciendo el “*clic*” necesario que la propia época demanda.

En una entrevista Nelsi Lizarazo aclaró algunas dudas:

Cómo ha ido cambiando la radio alternativa-popular?

*En los últimos 30 años, la radio ha pasado por momentos muy marcados. Nelsi explica que “venimos de una historia dividida en tres momentos: la del origen de las radios educativas que es un momento en que ésta surge atada a las propuestas de alfabetización”.*

La radio no se encontraba bien definida, se la conocía por la educación que proporcionaba por lo que no se llamo radio educativa sino educación por radio. En ese tiempo la radio solo era un medio por el que se hacía educación.

En una segunda etapa, las radios van adquiriendo una identidad propia pero atada aún a la propuesta de liberación de América Latina, que era la educación popular. Aquí se desarrollo una forma diferente de hacer radio, diferente a la comercial, se trataba de radios que utilizaban un lenguaje diferente, radios en la calle que recogían las voces de la gente, radios que estaban en la cotidianidad de su audiencia y que aun permanecen definidas como tal.

*“Sin embargo, esta etapa tuvo un defecto que fue el de mantenerse apegado a los movimientos organizados de izquierda y cuando estos movimientos se desestabilizaron, las radios también.”*

Los años 90 son calificados como “nefastos” por Nelsi ya que cree que fue la *época perdida del quehacer radiofónico*, porque se presentó la idea de tener que entrar a lo masivo, competir con las radios comerciales y para esto era necesario saber que hacían estas radios y hacer lo mismo.

*“Eso fue como querer ser como los otros que no son como nosotros”,* y en condiciones de desventaja porque los productores educativos estaban capacitados para cosas distintas, las necesidades de las audiencias no eran las mismas, además de las condiciones de infraestructura muy desiguales.

A pesar de esto, se obtuvo algunas experiencias nuevas como intervenir más en la opinión pública, se trabajo en informativos, competir con la noticia, entre otras.

Se dejó de producir formatos distintos como reportajes, dramatizados, testimoniales pasando esto a segundo y tercer plano.

A finales de la década anterior aparece una nueva etapa en la radio con nuevos desarrollos pedagógicos dejando de definir a la comunicación como una herramienta, *situando a la comunicación como un proceso humano* por lo que los medios son solo espacios en donde esos procesos humanos se potencian, se fortalecen, se desarrollan. Es decir, los medios no son la comunicación sino solo un instrumento.

*“La comunicación es una estrategia que apoya y va de la mano con procesos nuevos de desarrollo y ese es el reto”*

Pero ¿cómo lograr este reto?

Nelsi explica que los elementos necesarios son *“articularse claramente a los procesos locales, a los contextos locales, aportar procesos locales de desarrollo desde la comunicación y crear un espacio claro de debate público, conversación y construcción de lo público como derecho de todos”*

Y la historia como aportaría en este sentido?

*“Recuperando estrategias antiguas pero con formas nuevas, por ejemplo la radio en la calle y la gente en la radio. Esto significa salir de la cabina, tenemos*

*que salir de las cabinas radiofónicas y entrar nuevamente en contacto con nuestra gente, reconocer nuestras audiencias que se han replanteado, ya no son las mismas de hace 20 años, tiene otras angustias y nuevos conflictos y finalmente dejar que la gente se apropie de la radio, que este en la radio, no considerarnos los dueños del micrófono. Esta es una estrategia que se va retomando del pasado pero mejorándola”*

Esta propuesta inicial apunta a considerar a la cultura y a la interculturalidad como elementos substanciales en el proceso comunicativo.

Lo importante está en reconocer, aceptar y respetar las diferencias.

El marco de la cultura y la interculturalidad sitúan al proyecto en la arena de la producción radiofónica, en la cual hay tres líneas que atender: la estética, la incidencia y el sentido.

Hay experiencias buenísimas de radios populares y comunitarias que muestran novedosas narrativas a través de bucear en lo hondo de la cultura de la gente. Esas radios abordan la creación sin miedos ni prejuicios. Sin embargo, en muchas otras radios alternativas poco a poco se han ido imponiendo las formas convencionales que el mercado ha ido generando.

Son emisoras que se han dedicado a reproducir las formas.

En el terreno de la incidencia hay tensión entre la certeza y la incertidumbre. Resulta mucho más cómodo repetir discursos que incursionar en la

negociación entre actores, con el reconocimiento de todos ellos, para generar acuerdos y políticas públicas.

Incidir es una opción situada en comunidades diversas, no monolíticas, con sujetos diversos que eligen su propia propuesta comunicativa porque la ubican como un polo de identidad, justamente por abierta y múltiple, en medio de un contexto lleno de discursos cerrados y homogéneos.

Esta nueva propuesta señala que el quehacer de las radios populares y comunitarias tiene su apoyo en tres tipos de sostenibilidad: la social, referida a todas las alianzas posibles, a la generación de redes; la organizativa, que tiene que ver con la necesidad de aplicar el discurso democrático al interno de las instituciones y la sostenibilidad económica, que tiene que ver con una manera ética de generar recursos.

Para lograr esto se debe dejar de partir de las carencias de la gente sino de sus potencialidades y para esto es necesario tener una nueva mirada, construir una agenda propia a partir de aquellos temas, elementos, actores y alternativas que se están desarrollando y proponiendo como nuevas formas de desarrollo.

## **7.4 EJEMPLOS DE RADIOS COMUNITARIAS EN ECUADOR**

### **7.4.1 LA VECI RADIO DE ATUCUCHO**

Una radio comunitaria que logró funcionar en la ciudad de Quito, aunque sea sin el permiso correspondiente, fue la radio Comunitaria de Atucucho.



Uno de sus principales dirigentes cuenta que la radio fue el medio para unir a la comunidad y fortalecer su organización.

Patricio Vargas fue uno de los moradores de Atucucho que llegó a tener su propio programa en la radio, se llamaba "Conversando con los vecinos". Se transmitía todos los días de cinco a seis de la tarde.

Patricio cuenta que todo empezó con una capacitación a más de 600 personas de Atucucho. La Fundación HABITAT, que trabaja para el desarrollo humano, "un día llegó con varios coordinadores y propuso la idea de que el barrio tenga su propia revista".

Después de la capacitación, que duró más de seis meses, Atucucho tuvo el primer número de la revista llamada "Veci - Notas", que en el año 1997 tenía un costo de 400 sucres. **(ver Anexo # 2)**

Con el pasar del tiempo, y tras la acogida de los moradores, la revista seguía circulando mensualmente, pero su costo aumentó a mil sucres. Los mismos moradores del sector eran quienes escribían para la revista. Entre otras cosas, contenía crónicas del barrio, testimonios y reportajes sobre instituciones del sector, como colegios o centros artesanales.

La revista se encargaba de informar a sus habitantes de las actividades que se realizaban, de obras, deportes, reuniones, etc., tanto así que, según Patricio, mantenía "conectados a los vecinos".

Se llegaron a publicar 27 números, hasta que sus dirigentes comenzaron a ver que no llegaban a todos los habitantes de Atucucho sino a un reducido número de personas.

Tras analizar la situación, dejaron de publicar la revista, entre otras razones también porque la mayoría de personas en ese barrio no sabían leer, y los que sabían, no tenían la costumbre de hacerlo.

Según Patricio, al valorar los resultados de su revista se dieron cuenta que este era un medio poco accesible para los moradores y que por sus debilidades no podían continuar con el proyecto.

Los coordinadores de la fundación HABITAT replantearon su labor y, tras conversar con la gente del sector y hacer un estudio más minucioso, decidieron ofrecer otra capacitación pero enfocada a la producción radial.

Esta capacitación consistió en cursos de locución, dicción, elaboración de libretos y guiones, y saber como armar la programación de la radio.

Mientras la capacitación se llevaba a cabo, se iba armando un local con los equipos básicos para que funcionara una radio comunitaria en el centro de Atucucho.

Los equipos fueron donados por la fundación HABITAT y sus moradores también fueron capacitados para poder manejarlos.

Después de varios meses de capacitación se acercaba el día de salir al aire. Sin embargo, Patricio cuenta que nadie les había conversado acerca del permiso que necesitaban obtener por parte del CONARTEL para acceder a una frecuencia.

Días antes de comenzar con la programación de la Radio Atucucho, varios dirigentes se acercaron al CONARTEL a solicitar la denominada frecuencia y se encontraron con la sorpresa de que "no había posibilidad alguna de tenerla".

Patricio asegura que se hicieron todos los trámites correspondientes y que nunca les dieron una respuesta favorable a su pedido.

A pesar de eso, la radio salió al aire con una programación de 6 de la mañana a 8 de la noche. Se ofrecían programas como "Opinión Popular", que consistía en la participación de los dirigentes barriales y sus moradores sobre temas de actualidad. Otro de los programas que más se escuchaba era el de 9 a 10, dedicado a los niños de Atucucho, llamado "Mundo Infantil".

CONARTEL impidió su trabajo en varias ocasiones, pero los habitantes del sector no dejaban que se llevaran sus equipos. Tras varias advertencias, el CONARTEL procedió a cerrar completamente el local de la radio.

Cuando llegó la emergencia por la posible erupción del volcán Pichincha, la radio volvió al aire. El CONARTEL les otorgó un plazo de 3 meses para poder informar sobre el volcán y así transmitir datos de interés a la comunidad.

La radio transmitió su programación las 24 horas del día durante los tres meses, la señal de radio Atucucho llegaba hasta el centro de la ciudad, por lo que, según una de sus locutoras, María de los Ángeles Vaca, recibían llamadas desde la Alameda felicitándolos por la información que brindaban.

Después de los tres meses, el CONARTEL puntualmente llegó hasta el centro de Atucucho para cerrar la radio.

Dejaron de transmitir por algunos días pero se ingeniaron para que la programación saliera los fines de semana. La Radio estuvo al aire hasta Agosto del 2004.

Como era una radio comunitaria no se les permitía tener publicidad; sin embargo, la gente de la emisora se las ingeniaba para ofrecer dicho servicio.

Patricio recuerda una publicidad sobre un local de sánduches que había cerca de la radio, que decía lo siguiente:

"A esta hora saludamos a Don Mariano Estrella, quien siempre nos ofrece los más ricos sánduches de Atucucho y unos jugos como para quitarnos la sed de hoy y mañana".

De esta forma la radio percibía ingresos. Sin embargo, Patricio asegura que la mayor parte del dinero para sustentar a la radio salía directamente de los bolsillos de sus dirigentes.

En Agosto de 2004 los equipos de la radio Atucucho se apagaron totalmente. Hasta el momento no se han podido conseguir los permisos respectivos para poder transmitir su señal.

Patricio, María de los Ángeles y Martha Vaca aún tienen la esperanza de obtener una frecuencia en el CONARTEL, por lo que cuidan los equipos para su próxima transmisión, que esperan no esté muy lejana.

#### **7.4.2 LA RADIO DEL VOLCAN**

En una casa ubicada en el barrio el Mirador se encuentra la radio La Voz del Volcán. La casa esta en una pequeña montaña y domina el panorama del cantón. Su acceso puede ser en vehículo, aunque es preferible ir a pie debido a

lo empinado del terreno. Al llegar, una casa nueva de teja, alberga los equipos de esta radio inaugurada en junio de 2004. A las 10h00 Raquel Villágomez, opera una consola Peavey, mientras envía saludos a todos quienes escuchan su programa "Fuego de Amor". Todos los programas tienen un nombre alusivo al volcán. Hay un noticiero llamado "Desde la cima del volcán"; programas musicales como: "Erupción Nacional" bajo la conducción del "Chico Fuego; "Rockolita Volcánica", "Vulcano Mix" y "explosión musical". Gilberto Veloz, mentalizador y propietario, dice que la radio, más que un negocio es una afición, "es una pasión que viene desde mis padres, pues ellos nos inculcaron el amor por la tierra". Veloz es de Penipe y vive allí, a pesar de que tiene una ferretería en Riobamba, negocio que subsidia a la estación, "hay que ser multidisciplinarios para poder sobrevivir", dice éste ingeniero electrónico que próximamente terminará una maestría en ecoturismo. A la Voz del Volcán también se la podría considerar como la estación oficial de la emergencia, al menos en Penipe, pues es escuchada en todas las zonas de la emergencia, algunos barrios de Riobamba y Yaruquíes. Desde el 14 de julio instalaron un equipo en el Municipio de Penipe y desde ahí transmitieron todo lo que se ordenaba desde el COE cantonal y dos transmisores ubicados en Santa Vela, cerca de Bayushig garantiza que la señal sea permanente, aunque bien podría quedarse sin energía, "por eso se piensa instalar un generador para que poder transmitir pese a las dificultades". Dice Veloz quien ya ha puesto en la radio \$35 mil, "he invertido en Penipe con mucho cariño, es mi satisfacción y felicidad".

Hoy por hoy la Voz del Volcán ha sido contratada por el municipio de Guano y la Defensa Civil para transmitir mensajes de prevención frente a la acción del volcán y los problemas con la ceniza. Antes ya subsistía por la publicidad de agroquímicos. Veloz manifiesta que por estar tan cerca de la acción, la Voz del Volcán tuvo algunas primicias. Fue la primera en alertar sobre lo grave de la erupción del 14 de julio, "nosotros estuvimos desde las 5 de la tarde presentes en el lugar, incluso hubo quienes nos informaban por celular". También registraron la llegada de los piroclásticos a la vía Penipe-Baños.

Alertaron sobre los posibles accidentes de tránsito y la llegada de ladrones a la zona de emergencia, "pensamos que la radio ayudó para que la gente no salga despavorida", acota Veloz. A más de informar y entretener la Voz del Volcán bien podría tener otra responsabilidad, el ayudar a salvar vidas en caso de ser necesario. Un proyecto busca entregar a cada habitante de la zona un receptor que capte solo la radio y que cargue sus baterías con energía solar, "todo con el fin de ayudar a la gente", dice su propietario.

Con una cobertura nacional que beneficia al 60% de la población rural y al 40% de la población mestiza se sintoniza diariamente a las 45 radios que trabajan con la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (Corape) que realiza su trabajo desde 1988. Gissela Dávila secretaria ejecutiva de Corape, indica que 30 radios pertenecen directamente y reciben asistencia teórico-práctica; las restantes 15 no mantienen relación directa, sino solo bajo proyectos puntuales que benefician a las poblaciones de las zonas donde esas

radios brindan sus servicios. El objetivo principal es "la democratización de la palabra a través de la participación ciudadana", enfatiza Dávila.

Utilizar el propio lenguaje (Kichwa) en las radios que se encuentran en la sierra, transmitir en la costa, amazonía y región insular permite que la población conozca todas sus necesidades.

De otro lado Dávila indicó que pese a los avances de la tecnología, estos solo benefician a las principales ciudades del país, el alto costo de los servicios de telefonía fija y móvil, limita el acceso a estos servicios y hace que estas radios sean los únicos medios por el cual la población se puede comunicar, además Dávila manifestó que en varias zonas de Guamote no se tienen acceso a la televisión y casos como el de San Juan de Iluman localizado entre Otavalo-Cotacachipe no existe la infraestructura para acceder a la internet demuestra la desigualdad que existe entre las zonas urbanas y rurales y tener radios como Antena Libre en Esmeraldas, Chaguarurci en Azuay, Erpe en Chimborazo, Católica de Manabí en Guayas, Interoceánica en Orellana y Sucumbios y Santa Cruz en Galápagos permite que todas las comunidades rurales del país conozcan sus necesidades básicas: si un nuevo dispensario médico se va inaugurar, si se dotara de agua potable; son las radios el medio idóneo por el cual se convoca y se organiza a la comunidad.

El financiamiento directo que reciben las 30 radios de la red CORAPE es a través de la publicidad local, además de los trabajos de proyectos productivos, asesorías comunicacionales, publicidad y capacitaciones radiofónica que



reciben todas las personas que son parte de radios comunitarias, puntualizó Dávila. Estos recursos permiten mantener a las radios a nivel nacional. El mantener cursos, talleres permanentes de locución de formato radiofónico, manejo de cabinas y todo lo que implica la comunicación para el desarrollo y radiofónico ha permitido que las radios comunitarias sean el medio de comunicación directa.

Mientras tanto las redes: Kichwa, binacional, amazónica, ambiental, migración y la red de niños, niñas y adolescentes, son los mecanismos por los cuales las radios comunitarias de la red CORAPE trabajan directamente con las comunidades rurales del país. Dávila señaló que uno de los ejemplos del trabajo positivo es la red de migración que estructuró el programa "Callos y Guatitas", "una receta radial que enriquece culturas", que se transmite los domingos a las 10h00 que conecta a Ecuador y Madrid y que se piensa ampliar a Italia. El programa nació desde el fenómeno migratorio que atravesó el país, puntualiza Dávila y que ha permitido que la población española conozca más la cultura ecuatoriana y que las dos culturas se acepten y puedan convivir.

## **7. DIAGNOSTICO ANTEPROYECTO “RADIO COMUNITARIA EXPRESIONES”**

### **7.1 Formulación del problema:**

Zambiza es un sector que está ubicado al nor-orienté de Quito y por su marginalidad está excluido de las políticas del Municipio y de los medios de comunicación grandes y chicos que no visibilizan sus problemas.

Este barrio es conocido precisamente por su botadero y como tal con grandes problemas de medio ambiente. Hacia allá se dan cita grandes grupos de desempleados y personas que rayan en la miseria a “minar” algo de la basura.

La gente del barrio de Zambiza, de la comunidad necesita relacionarse entre ellos y con las demás comunidades en busca de organización y apoyo solidario. y acceder a la información directamente.

El sector de Zambiza es una comunidad excluida de los grandes medios de comunicación que hacen “noticia” y de los pequeños que apoyarían a plantear el problema. El barrio es por demás pobre por lo que el acceder a un medio de comunicación es casi imposible.

La pobreza en el sector es la principal causa para que este proyecto se realice. Intentaremos colaborar con la comunicación en el sector mediante la radio comunitaria.

Hoy en día Zambiza no cuenta con un medio de comunicación exclusivo para que sus habitantes puedan participar y dar a conocer sus problemas y de esta forma ser escuchados y atendidos.

El sector de Zambiza a su vez está dividido en 4 sectores (según el INEC, esto por cuestión del censo)

Entre los cuatro sectores el total de habitantes es de 2.944.

Los habitantes de Zambiza tienen varios problemas a consecuencia del botadero de basura ya que su salud se ve afectada directamente por las sustancias tóxicas que emana el botadero. Además la pobreza es la principal característica de sus habitantes.

## **7.2 Formulación del objetivo:**

El principal objetivo de este proyecto es, mediante un medio de comunicación como una radio comunitaria, lograr la unión de los habitantes del sector de Zambiza, mantener informados de los diferentes acontecimientos que se dan en el sector y sobre todo unir a la comunidad.

Informar a los habitantes de Zambiza sobre los principales acontecimientos del país, la realidad nacional y de su comunidad en específico. Los propios moradores del sector afirman que no se sienten identificados con las emisoras existentes por lo que no las escuchan.

Concienciar sobre la necesidad de unirse, organizarse y movilizar a través de la comunicación propia para lograr mejoras y cambios en su sector.

Dotar de un lugar común –la radio- donde los habitantes del sector puedan expresarse.

Promover que las radio comunitarias se desarrollen en el país.

Fomentar nuevos conocimientos.

Lograr comunicación con el resto de comunidades.

### 7.3 MATRIZ MULTICRITERIOS

OBJETIVO: Dotar de un lugar comunitario donde los habitantes del sector puedan expresarse y sobretodo lograr una unidad entre sus moradores.

CRITERIOS SOLUCIONES	CORRESPONDE A LA MISION Valor= 20	RECURSOS DISPONIBLES Valor= 35	ACEPTACION DE LA GENTE Valor= 45	TOTAL Valor= 100
Implementar una radio comunitaria	20	25	45	90
Implementar un periódico quincenal	10	15	35	60
Cursos de Capacitación sobre salud	5	30	20	55

A la luz de los criterios considerados, decidiríamos implementar una radio comunitaria en el sector de Zambiza para lograr nuestro objetivo.

### 7.4 ESTUDIO TÉCNICO

En toda emisora de radio, además del equipo humano que la hace funcionar y de un espacio físico convenientemente preparado para desarrollar el trabajo de los profesionales (estudios de control, locutorios, redacción...), son necesarios

toda una serie de equipos técnicos. Existen dos grupos distintos: los llamados de baja frecuencia y los denominados de alta frecuencia.

El primer grupo lo integran todos aquellos aparatos que generan, captan y manejan la señal (el sonido) que posteriormente va a ser transmitida. Así, los micrófonos, los giradiscos o platos, los Cd's, la tabla de mezclas... son equipos de baja frecuencia.

El segundo grupo lo componen todos aquellos aparatos transmisores que son capaces de modular y transmitir la señal, en forma de ondas electromagnéticas que viajan por el espacio, que han generado los equipos de baja frecuencia.

#### **1) Tamaño del proyecto:**

Será dirigida para un target de clase económica baja. Especialmente dirigida al público de Zambiza.

Es nuestro deber y obligación como comunicadores sociales, brindar una mano amiga a sectores que por años han estado sumidos en la ignorancia frente a la realidad de nuestro país.

Esta dirigido a personas de escasos recursos económicos con falta de conocimiento y acceso a la información.

El número de beneficiarios directos será de:

El sector de Zambiza a su vez esta dividido en 4 sectores (según el INEC, esto por cuestión del censo)

El primer sector tiene 606 habitantes

El segundo sector tiene 503 Hb.

El tercer sector tiene 546 Hb.

Y el cuarto sector tiene 451 Hb.

Entre los cuatro sectores el total de habitantes es de 2106.

## 2) Ubicación del proyecto:

**(VER ANEXO #3)**

## **7.6. ESTUDIO JURIDICO:**

La Ley de Radiodifusión y Televisión fue expedida, mediante Decreto Supremo N° 256-A, por el Presidente de la República, General Guillermo Rodríguez Lara.

Se publicó en el Registro Oficial N° 785 el 18 de abril de 1975. Desde entonces se han realizado cambios sustanciales a la Ley. En 1995 Ley s/n publicada en el R. O. N° 691, posteriormente el Decreto Ley 2000-1 publicado en el Suplemento del R. O. 144, el 18 de agosto del 2000.

El último, denominado Ley 89-2002, publicado en el R. O. N° 699, el 7 de noviembre del 2002.

### **7.6.1 Artículos de la Constitución de Ecuador relacionados con la libertad de expresión e información**

La Constitución Política de la República de Ecuador (5 de junio de 1998) consagra el derecho a dar y recibir información en los siguientes términos:

En el marco del Capítulo 2 referido a los derechos civiles, el Artículo 23 establece que “sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:

9. "El derecho a la libertad de opinión y de expresión del pensamiento en todas sus formas, a través de cualquier medio de comunicación, sin perjuicio de las responsabilidades previstas en la ley.

La persona afectada por afirmaciones sin pruebas o inexactas, o agraviada en su honra por informaciones o publicaciones no pagadas hechas por la prensa u otros medios de comunicación social, tendrá derecho a que estos hagan la rectificación correspondiente en forma obligatoria, inmediata y gratuita, y en el mismo espacio o tiempo de la información o publicación que se rectifica”.

10. El derecho a la comunicación y a fundar medios de comunicación social y a acceder, en igualdad de condiciones, a frecuencias de radio y televisión.

Podrá ser ordenada por juez competente, de acuerdo con la ley.

Art. 81.- El Estado garantizará el derecho a acceder a fuentes de información; a buscar, recibir, conocer y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los

valores de la comunidad, especialmente por parte de periodistas y comunicadores sociales.

Asimismo, garantizará la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional de los periodistas y comunicadores sociales o de quienes emiten opiniones formales como colaboradores de los medios de comunicación.

No existirá reserva respecto de informaciones que reposen en los archivos públicos, excepto de los documentos para los que tal reserva sea exigida por razones de defensa nacional y por otras causas expresamente establecidas en la ley.

Los medios de comunicación social deberán participar en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos. La ley establecerá los alcances y limitaciones de su participación.

Se prohíbe la publicidad que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano.

### **7.6.2 Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión**

#### **REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE RADIODIFUSION Y TELEVISION**

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 1.- Los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión se registrarán por las disposiciones de la Ley de Radiodifusión y Televisión, el Convenio Internacional de Telecomunicaciones vigente, el presente Reglamento, los demás Reglamentos y la Normas Técnicas y Administrativas que expida el



Consejo Nacional de radiodifusión y Televisión sobre la materia, los que tendrán el carácter de obligatorios.

Art. 2.- El control técnico y administrativo de las estaciones de radiodifusión y televisión están a cargo de la Superintendencia de Telecomunicaciones y tienen por objetos determinar el correcto funcionamiento de dichas estaciones y cumplimiento de las características autorizadas en la concesión. El CONARTEL podrá solicitar informes sobre estos controles.

Art. 3.- Por ser el espectro radioeléctrico patrimonio nacional, el Estado tiene el derecho preferente a la utilización de frecuencias radioeléctricas no asignadas, para la instalación y operación de estaciones y sistemas de radiodifusión y televisión a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones, reservará y asignará al Estado, sin ningún otro trámite, frecuencias en las bandas destinadas a prestar este servicio público en el territorio nacional. Estas frecuencias en ningún caso podrán ser asignadas a personas naturales o jurídicas privadas, nacionales o extranjeras.

## CAPITULO II

### DEFINICIONES

Art. 4.- A más de las definiciones establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión, para la aplicación del presente Reglamento, se utilizarán las siguientes definiciones:

1) Radiodifusión: son todos los medios, sistemas o servicios de radiodifusión y televisión.

2) Radiodifusión Sonora, que en la Ley de Radiodifusión y Televisión se denomina Radiodifusión: es el servicio de radiocomunicaciones cuyas emisiones sonoras se destinan a ser recibidas directamente por el público en general.

3) Radiodifusión de televisión, que en la Ley de Radiodifusión y Televisión se denomina Televisión: es el servicio de radiocomunicación cuyas emisiones de imágenes y sonidos se destinan a ser recibidas por el público en general.

4) Estación de radiodifusión o televisión: es un transmisor con su antena e instalaciones accesorias, necesarias para asegurar un servicio de radiodifusión o televisión en un área de operación autorizada.

5) Sistema de radiodifusión o televisión: es el conjunto de una estación matriz y sus repetidoras que emiten la misma y simultánea programación con carácter permanente.

6) Estación matriz de un sistema de radiodifusión o televisión: es la estación de radiodifusión o televisión que origina la programación.

7) Estación repetidora de un sistema de radiodifusión o televisión: es la estación de radiodifusión o televisión que recepta la totalidad de la programación de la estación matriz y la transmite simultáneamente para recepción directa para el público en general.

8) Frecuencias auxiliares del servicio de radiodifusión y televisión: son las frecuencias atribuidas a los servicios fijo y móvil y que son necesarias para la operación y funcionamiento de las estaciones y sistemas de radiodifusión y televisión; estas frecuencias corresponden a los enlaces radioeléctricos entre estudio-transmisor, enlaces de conexión ascendente y descendente satelitales

y entre estaciones repetidoras así como las frecuencias para operación remota.

9) Cadena de radiodifusión o televisión: es la transmisión simultánea por parte de un conjunto de estaciones de radiodifusión o televisión de un mismo programa para fines específicos no permanentes.

10) Sistema de radiodifusión sincrónico en onda media: es el conjunto de estaciones de radiodifusión en onda media que utilizan una misma frecuencia sincronizada en frecuencia y fase para transmitir una misma y simultánea programación, con el fin de cubrir el área de servicio autorizada en forma permanente.

11) Servicio de radiodifusión por satélite: es el servicio de radiocomunicaciones en el cual las señales emitidas o retransmitidas por estaciones espaciales están destinadas a la recepción directa por el público en general, en las bandas atribuidas al servicio de radiodifusión por satélite. Incluye radiodifusión sonora y radiodifusión de televisión.

12) Concesionario de un medio, sistema o un servicio de radiodifusión: es la persona natural ecuatoriana por nacimiento o la persona jurídica ecuatoriana legalmente establecida en el país, cuyos socios son ecuatorianos por nacimiento, autorizada para prestar servicios de radiodifusión o televisión y que no podrán tener más de 25% de inversión extranjera.

13) Asignación: es la determinación técnica por parte de la Superintendencia de Telecomunicaciones, de la frecuencia o canal y de sus características de operación, que servirá para que el CONARTEL conceda esa frecuencia o canal.

14) Concesión de un medio, sistema o servicio de radiodifusión: es la

autorización que el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión otorga a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones, mediante escritura pública para la operación de una estación o sistema de radiodifusión o televisión, conforme a las características establecidas en la asignación.

15) Otras definiciones: Otras expresiones técnicas no definidas en este Reglamento, tendrán el significado establecido por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) sobre la materia.

#### CAPITULO IV

##### DE LAS CONCESIONES DE RADIODIFUSION COMUNALES

Art. 6.- La concesión de frecuencias para estaciones de radiodifusión de servicio comunal serán otorgadas a las Comunas legalmente constituidas, de acuerdo con la Ley de Organización y Régimen de las Comunas, previo informe favorable del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, en el sentido de que el funcionamiento de la estación no alentará contra la seguridad nacional interna o externa del país. Estas estaciones son de radiodifusión de servicio público, contempladas en el Art. 5 literal a) del presente Reglamento las que no podrán cursar publicidad de ninguna naturaleza y se dedicarán exclusivamente a fines sociales, educativos y culturales. Los fines sociales se refieren únicamente a actividades relacionadas con ayuda a la comunidad. En ningún caso las estaciones de radiodifusión de servicio comunal podrán realizar actividades de proselitismo político o religioso.

Art. 8.- Las comunidades interesadas en obtener la concesión de frecuencia para estaciones de radiodifusión de servicio comunal, además de lo contemplado en este Reglamento deberán presentar los siguientes requisitos:

- a) Documento con el que se acredite la personería jurídica de la comunidad, otorgado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- b) Domicilio del lugar en donde se pretende instalar, operar y transmitir programación regular la estación.
- c) Ubicación y altura de la antena.
- d) Número y lista de miembros que integran la comunidad organizada.
- e) Plan de la programación que transmitirá la estación.
- f) Declaración en donde conste el compromiso de la comunidad organizada de cumplir con el correspondiente Plan Nacional de Distribución de Frecuencias.
- g) Declaración en la que conste que la comunidad organizada, no está incurso en ninguna causal de inhabilidad, incompatibilidad o prohibición de orden constitucional o legal.
- h) Para el caso de que la comunidad actúe a través del apoderado, éste deberá acreditar su calidad de tal, mediante poder elevado a escritura pública, ante Notario de la jurisdicción donde se encuentre ubicada la comunidad.

#### 1. PARA SOLICITAR FRECUENCIAS O CANALES DE RADIODIFUSION Y TELEVISION

- a) Solicitud escrita dirigida al CONARTEL, en la que conste los nombres completos del solicitante y su nacionalidad.
- b) Nombre propuesto para la prestación o sistema a instalarse.
- c) Clase de estación o sistema comercial privado, de servicio público o de servicio público comunal.
- d) Banda de frecuencias: de radiodifusión de onda media, onda corta, frecuencia modulada, radiodifusión por satélite, radiodifusión circuito cerrado,

televisión VHF o televisión UHF, televisión codificada, televisión por cable, de audio, video o datos, u otros medios, sistemas o servicios de conformidad con la Ley de Radiodifusión y Televisión y este Reglamento.

e) Estudio de Ingeniería suscrito por un Ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones colegiado y registrado en la Superintendencia de Telecomunicaciones.

f) Ubicación y potencia de la estación o estaciones.

g) Horario de trabajo.

h) Dos certificados bancarios que acrediten la solvencia económica del solicitante.

i) Currículum vitae, para el caso de persona natural.

j) Partida de Nacimiento del solicitante y del cónyuge.

k) Fotocopias de las cédulas de ciudadanía y certificados de votación de la persona natural o del representante legal de la personería jurídica.

l) Declaración juramentada que el petionario no se encuentre incurso en ninguna de las limitaciones establecidas en la Ley de Radiodifusión y Televisión en relación con el número de estaciones de las que puede ser concesionario.

La persona jurídica además de lo indicado anteriormente en este artículo, debe presentarlos documentos que acrediten su existencia legal y el nombramiento del representante legal. Para el caso de Compañías, Corporaciones o Fundaciones debe adjuntar las partidas de nacimiento de los socios, y de ser el caso, el certificado de porcentajes de inversión extranjera otorgadas por la Superintendencia de Compañías.

## CAPITULO VII

### DEL ARRENDAMIENTO DE LAS ESTACIONES

Art. 21.- El Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones, podrá autorizar al concesionario que proceda al arrendamiento de la estación hasta por dos años no renovables, en los siguientes casos:

- a) Por enfermedad grave o prolongada de la persona natural debidamente comprobada, que imposibilite al concesionario administrar personalmente la estación.
- b) Por ausentarse del país el concesionario por un tiempo mayor de tres meses, para lo cual deberá presentar documentos que justifiquen tal hecho.
- c) Por desempeñar función o representación pública, para lo cual el concesionario deberá presentar los documentos legales respectivos.

Art. 22.- El arrendatario de una estación de radiodifusión o televisión, debe reunir los mismos requisitos que el concesionario.

Art. 23.- El concesionario y el potencial arrendatario de una estación o sistema de radiodifusión o televisión, para obtener autorización de arrendamiento, deberán presentar a la Superintendencia de Telecomunicaciones las solicitudes correspondientes con la documentación legal respectiva.

## CAPITULO IX

### DE LAS INSTALACIONES

Art. 28.- La Superintendencia de Telecomunicaciones concederá el plazo de hasta un año contado a partir de la fecha de suscripción del contrato de concesión, para la instalación, operación y transmisión de programación regular de una estación.

La instalación deberá sujetarse a las condiciones establecidas en el contrato y demás regulaciones sobre la materia. En caso de incumplimiento la Superintendencia de Telecomunicaciones, previa resolución del CONARTEL, sin observar procedimiento alguno y mediante comunicación escrita dará por terminado el contrato y ejecutará la garantía.

Art. 29.- El concesionario notificará por escrito a la Superintendencia de Telecomunicaciones la fecha de inicio de emisiones de prueba de la estación, por lo menos con 15 días de anticipación. La Superintendencia de Telecomunicaciones realizará las inspecciones y comprobación técnica necesarias para determinar las características de instalación y operación de la estación. De no existir observación alguna al respecto solicitará al concesionario el título de propiedad de los equipos y una vez presentado procederá a la devolución de la correspondiente garantía.

De no haberse dado cumplimiento a las características técnicas estipuladas en el contrato, la Superintendencia de Telecomunicaciones concederá el plazo de hasta noventa días para que realice las respectivas correcciones. Caso contrario y una vez vencido el nuevo plazo concedido, el CONARTEL declarará el incumplimiento de las obligaciones contractuales mediante la terminación del



contrato que constará en una comunicación escrita y ejecutará la garantía rendida, a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Art. 30.- Los funcionarios de la Superintendencia de Telecomunicaciones para el cumplimiento de sus obligaciones, tendrán libre acceso a todos los estudios e instalaciones de las estaciones de radiodifusión y televisión. El concesionario está obligado a presentar los registros técnicos y más documentos legales que tengan relación con la concesión, así como a otorgar las facilidades requeridas.

Art. 31.- Es obligación del concesionario solucionar las causas de interferencia que su estación ocasionare a otras estaciones de radiodifusión o televisión o sistemas de radiocomunicaciones, para lo cual se sujetará al contrato, a la Ley de Seguridad Nacional, a la Ley de Radiodifusión y Televisión, a este Reglamento y a Regulaciones Técnicas sobre la materia.

Art. 32.- Los concesionarios están obligados a instalar las estaciones con dispositivos de seguridad humana y señalización necesarias para la navegación aérea, conforme las disposiciones sobre la materia y con instrumentos que indiquen los parámetros de la operación de la estación. En un lugar visible de los sitios donde se encuentra ubicada la estación matriz y repetidoras, se colocarán rótulos con el indicativo de la estación.

Art. 33.- Para cubrir zonas fronterizas, los concesionarios deberán sujetarse a las normas internacionales de asignación, a las condiciones de los convenios bilaterales o multilaterales vigentes sobre la materia y a las disposiciones de seguridad nacional.

Art. 34.- No se autorizará el cambio de ubicación de una estación para servir a otra zona que no sea la autorizada en el contrato de concesión. La

Superintendencia de Telecomunicaciones autorizará el cambio de ubicación o la modificación de las características técnicas de una estación dentro de una misma zona.

Art. 35.- Para cambiar de ubicación del transmisor o efectuar modificaciones en las instalaciones de las estaciones, el concesionario deberá efectuar la correspondiente solicitud al CONARTEL, organismo que de autorizar este pedido dispondrá la suscripción de un nuevo contrato con la Superintendencia de Telecomunicaciones.

La modificación de potencia o cambio de frecuencia que por razones técnicas sea dispuesta por el CONARTEL, a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones, no requieren de la suscripción de un nuevo contrato.

El cambio de domicilio del concesionario, debe ser notificado en forma inmediata.

Art. 36.- Los estudios y transmisores de una estación estarán ubicados dentro de la misma zona de servicio autorizada.

Art. 37.- La Superintendencia de Telecomunicaciones podrá autorizar la instalación de un transmisor adicional, siempre que se encuentre ubicado en el mismo lugar del transmisor principal. El concesionario no podrá operar la estación con un transmisor adicional desde otro lugar distinto al autorizado, así como tampoco podrá instalar otro estudio en una zona distinta a la autorizada.

Art. 38.- Los concesionarios de frecuencias de radiodifusión o televisión y aquellos que obtuvieren la concesión mediante traspasos de derechos de frecuencias, deben instalar los transmisores fuera de la línea perimetral urbana y límites poblados de las ciudades.

Las estaciones de radiodifusión o televisión que por motivos de expansión urbana se encuentren ubicados dentro de una línea perimetral urbana y límites poblados de la ciudad, estarán obligados a reubicar los transmisores. La nueva ubicación de la estación deberá ser previamente autorizada por la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Art. 39.- De acuerdo con la disposición legal establecida en la Ley de Radiodifusión y Televisión, todos los canales de televisión abiertos al público en general, legalmente concedidos, tienen el derecho de exigir a las compañías de televisión por cable, que se les incluya utilizando su mismo número de canal, en los grupos de programación de televisión por cable que son entregados a sus suscriptores. Los concesionarios de televisión por cable, están en la obligación de incluir en su programación los canales de televisión abiertos al público en general, caso contrario la Superintendencia de Telecomunicaciones impondrá la sanción correspondiente.

## **7.7. Estudio Social**

Zambiza es un sector donde se encuentra ubicada la Estación de Transferencia de basura de EMASEO N°2, funciona desde 1977 y varios han sido los proyectos que han intentado eliminar al botadero.

Los habitantes son de escasos recursos que no cuentan con educación apropiada, además están desplazados de las demás comunidades que se encuentran a su alrededor.

La gran mayoría de sus habitantes sobreviven gracias a la recolección de basura que día a día es depositada en el botadero del sector, alrededor de

1.200 toneladas de basura que produce la capital, se siguen colocando en este sector.

Zambiza esta relegado de los grandes medios de comunicación por lo que esta comunidad desconoce de los acontecimientos que ocurren en el Ecuador y en su propia comunidad.

El 49.46% del total son hombres y el 50.54% mujeres.

De todos los habitantes de Zambiza solo el 39.66% del total de la población cuenta con una educación primaria.

## **7.8 ESTUDIO FINANCIERO:**

Para instalar una radio comunitaria no se requiere invertir en grandes equipos, como asegura Miguel Andrade de ALER quien maneja una radio comunitaria, los equipos pueden ser alquilados, comprados, donados, inclusive pueden ser equipos obsoletos que se puedan reparar.

El espacio físico donde se instalará la radio comunitaria por lo general es un lugar dentro del mismo sector, prestado por los moradores. En el caso de Zambiza, la junta parroquial y varios dirigentes hablaron de contar con un espacio donde podría funcionar la radio.

Los equipos que se requieren para el funcionamiento de la radio comunitaria en Zambiza son:

- 2 Micrófonos
- Computadora
- Consola de Sonido
- Amplificador de distribución

- Compresor limitador y estereo
- Torre de soporte de transmisión

#### PERSONAL HUMANO

- Locutores
- Reporteros
- Operadores
- Guardias

(VER ANEXO # 4)

## 8. LA RADIO EN ZAMBIZA

### 8.1 CONTEXTO

Zambiza es una parroquia ubicada al norte de Quito que cuenta con 2.944 habitantes según el último censo realizado por el INEC<sup>11</sup>. El 49.46% del total son hombres y el 50.54% mujeres.

De todos los habitantes de Zambiza solo el 39.66% del total de la población cuenta con una educación primaria.

---

<sup>11</sup> INEC. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

### NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS HABITANTES DE ZAMBIZA.

ANALFABETOS	4 PERSONAS	0.15%
EDUCACIÓN PRIMARIA	1062 PERSONAS	39.66%
EDUCACIÓN SECUNDARIA	728 PERSONAS	27.18%
POST BACHILLERATO	19 PERSONAS	0.71%
EDUCACIÓN SUPERIOR	296	11.05%
POSTGRADOS	9	0.34%

En Zambiza sólo existe una escuela Fiscal llamada “Pedro Luís Calero” a la que asiste la mayoría de niños del sector.

Según el censo, los habitantes de la parroquia de Zambiza se dedican especialmente a las labores de recolección y procesamiento de basura. Actualmente Zambiza ya no es el botadero de la ciudad de Quito ya que éste se trasladó al relleno de el Inga que queda a las afueras de la ciudad capital. Sin embargo, la gente aun se dedica a la selección y procesos de transformación de la basura. Además, mucha gente se traslada diariamente hacia el nuevo botadero de el Inga para continuar con el trabajo que realizaban antes en Zambiza.

La mayoría de mujeres que viven en Zambiza son amas de casa y dedican su tiempo a educar a sus niños. Algunas familias no cuentan con los recursos económicos necesarios como para enviar a sus hijos a una escuela por lo que ellas se han visto en la obligación de enseñarles lo poco que saben.

Blanquita Chimba es un claro ejemplo. Ella tiene 6 hijos de 16, 14, 10, 7, 5 y 3 años. Su hijo mayor ayuda a su padre en las labores de tratamiento de la

basura aunque dice que no conocen “bien como es el asunto”. Sus otros hijos, excepto los dos más pequeños, asisten a una escuela municipal mientras que los dos pequeños se quedan con ella en la casa.

Blanquita dice que su esposo lleva unos “80 dolaritos al mes” y que ella ayuda lavando ropa a sus vecinos por lo que recibe unos “30 más”.

La familia Chanaluisa ha vivido en Zambiza más de 20 años. Ellos aseguran que el botadero era su forma de trabajo y que desde que “el Alcalde decidió cambiarlo, las cosas han empeorado”.

La junta parroquial de Zambiza asegura que desde que el botadero ya no es ahí, la gente ya no convive en comunidad. Afirman que no existe unión entre los moradores y que tampoco tienen acceso a la información. Miembros de la junta parroquial dicen que “la unión hace la fuerza” y que toda la comunidad de Zambiza, niños, adolescentes, adultos y “veteranos” pueden aportar para que su parroquia sea más unida y al mismo tiempo se fortalezca y salga adelante.

Antes todos los moradores tenían su “centro de reuniones” en el botadero pero ahora ya no es así. La comunidad esta desunida y no tienen acceso a la información.

En este barrio pocas familias tienen acceso a la televisión, pero es muy común ver una radio en la cocina, en la sala y hasta en el comedor.

Blanquita aseguró que su mejor compañía durante el día es “la radiecito que tiene ahí”.

Mientras cocina cuenta que antes todos los moradores se conocían entre si, se reunían, organizaban fiestas, campeonatos, cursos vacacionales para los

niños, campeonatos de cuarenta en las fiestas de Quito y que ahora ya no tiene como saber “el uno del otro”.

El presidente de la junta parroquial dice que ha intentado en varias ocasiones organizar reuniones entre los moradores pero que no tiene como “regar la noticia”.

Blanquita dice que antes se enteraba lo que pasaba en el “Congreso” por las conversaciones que se daban en horas de trabajo pero que ahora no tienen como informarse ni “saber lo que hace el Señor Presidente”. Asegura que en la radio no escucha noticieros porque son muy “difíciles de entender” y que prefiere que sus vecinos le cuenten las noticias.

A Blanquita le gusta escuchar programas de música romántica como la de “Julio Jaramillo” mientras cocina, dice que “se inspira y la comida sale más rica”

A los miembros de la junta parroquial les gusta los programas deportivos aunque no pueden perderse algún programa donde pongan “cumbias y merengues”.

Pablo Cáceres es un cronista de fútbol “innato”, el asegura que fácilmente puede narrar un partido de la selección. Pablo ha vivido en Zambiza desde que se caso y recuerda con anhelo un campeonato de fútbol que se organizó hace “bastante tiempo”. Cuenta que años atrás se intentó organizar un campeonato pero que no pudieron “avisar” a toda la gente para que se inscriban.

Zambiza es una parroquia ubicada al norte de Quito que cuenta con 2.944 habitantes según el último censo realizado por el INEC.



## **8.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los moradores de Zambiza están dispersos, entendiendo este término no como una condición geográfica sino como una condición personal y de comunidad en el sector, dispersos por la falta de acuerdos, de líderes barriales que sean verdaderos nexos entre la situación oficial de la población y como ésta llega a cada uno de los hogares. Vale decir que no solo la información oficial, estadística, presupuestaria, educacional, y de salubridad padece de este problema, sino de eventos sociales, de distracción y hasta información de actividades culturales para todos los grupos sociales. Paralelamente a este problema se ha logrado detectar la falta de solidaridad y buena vecindad entre los habitantes, rayando incluso en la enemistad, asunto que no ha podido ser canalizado ni solucionado por las actuales autoridades de la parroquia, entiéndase el presidente de la junta parroquial, el jefe político o las autoridades policiales y gubernamentales que prestan sus servicios en Zambiza. Consultados los moradores sobre este parroquial problema nos supieron manifestar que todo se debe a la falta de información que se origine desde el seno de la población, se podría decir que subsiste un problema socio cultural que arrastran los pequeños poblados del país desde la época de la colonia cuando las rivalidades y desacuerdos terminaban incluso con enfrentamientos físicos, no es casualidad que el término regionalismo este tan afincado en nuestra sociedad.

El principal problema entonces es la falta de unión entre sus propios pobladores y la carencia de un medio para lograr dicha unión.

### 8.3 SOLUCIÓN

Para lograr mejorar la situación actual de los moradores de Zambiza y poder aportar con una solución a su principal problema, la implementación de una radio comunitaria en el sector en la que sus propios habitantes participen directa y activamente, es una opción valedera y sobre todo apoyada por quienes viven en dicho sector.

Los dirigentes barriales cuentan que el tener una radio comunitaria sería la mejor vía para mantener en contacto a todos los vecinos y que de igual forma sería una forma de incentivar la participación ciudadana ya que serían ellos mismos quienes manejen la programación y se dedicarían a “complacer a todos”.

Una radio comunitaria lograría mantener al tanto a todos quienes habitan en Zambiza sobre lo que ocurre en su barrio. Lograría que la gente se una en pro del desarrollo y trabajen en conjunto para fortalecer su comunidad.

Cuando se propuso la idea de implementar una radio comunitaria en Zambiza no faltaron los locutores innatos o los cantantes populares que emocionados dijeron cómo ellos aportarían en la programación de la radio. No faltó quien nos diga que sabía cómo operar una consola de sonido o quien dijo que podía “hacer” de reportero.

Enseguida se habló de crear un fondo común con el cual sostener la radio. No faltaron las ideas de concursos radiales e incluso los nombres de los programas.

Varios moradores dijeron que por medio de la radio podían dar a conocer los eventos a realizarse como campeonatos, concursos, campamentos, en fin no

faltaron las ideas y las ganas de formar parte de la radio comunitaria de Zambiza.

Cuando hablamos de porqué no crear una revista semanal en donde se informe de estos acontecimientos la respuesta fue unánime; “nadie lee en Zambiza”, “no hay tiempo”, “somos mejores hablando que leyendo”.

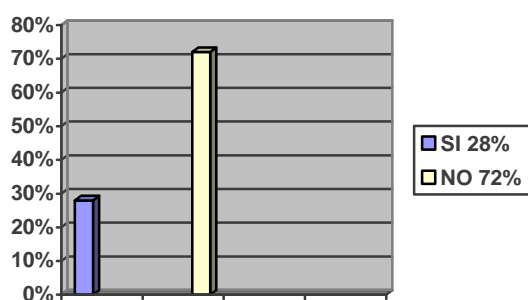
En Zambiza 9 de cada 10 familias tiene mínimo dos radios en sus casas. No se sienten identificados con los medios de comunicación existentes por lo que prefieren escuchar otro tipo de programas.

Por esto, y sobre todo por propia iniciativa de los habitantes de Zambiza; implementar una radio comunitaria en el sector ayudará a unir a sus pobladores, fortalecer la comunidad y mantener informada de todo lo que se realice a sus moradores.

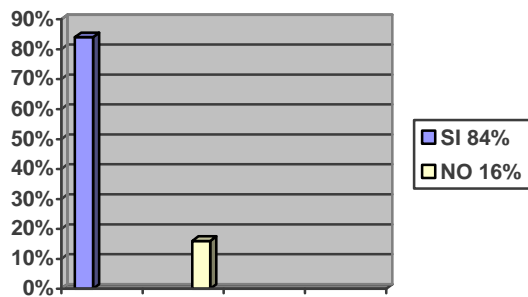
La radio será concebida como una radio comunitaria en sus inicios, sin embargo no se descarta poder presentar proyectos que aporten al desarrollo de la comunidad siendo así también una radio ciudadana.

#### **8.4 TABULACION DE ENCUESTAS CON REPUESTAS CERRADAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE ZAMBIZA.**

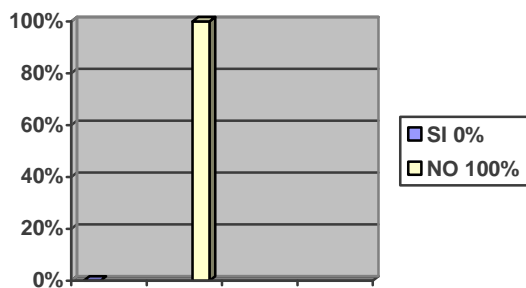
1) LAS RADIOS COMERCIALES DE LA CIUDAD ¿TOMAN EN CUENTA A LOS BARRIOS Y COMUNIDADES?



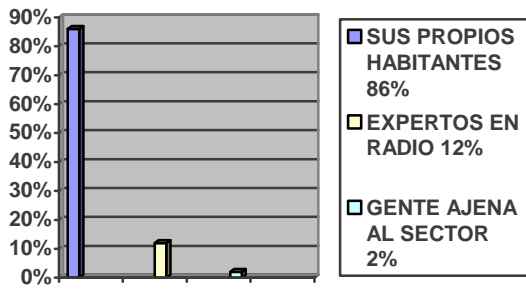
2) DESEARIA QUE HUBIERA UNA RADIO COMUNITARIA EN ZAMBIZA?



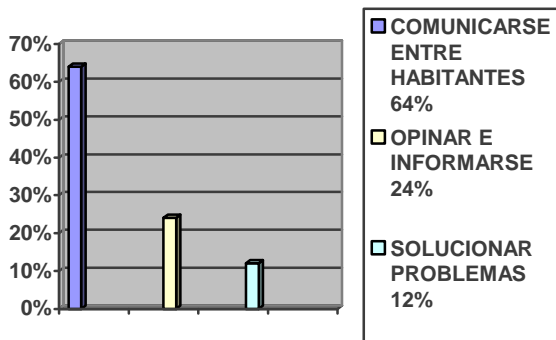
3) CONOCE DE ALGUNA RADIO COMUNITARIA EN OTRO BARRIO O CIUDAD?



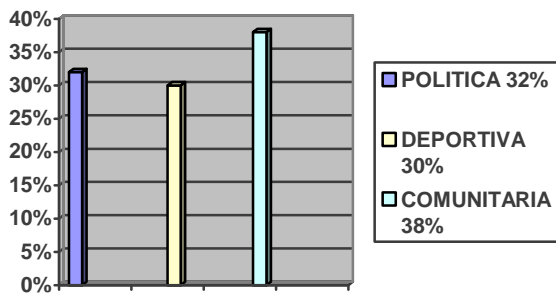
4) EN CASO DE QUE SE DIERA LA POSIBILIDAD DE ACCEDER A UNA FRECUENCIA PARA CONTAR EN ZAMBIZA CON UNA RADIO COMUNITARIA, ¿QUIEN O QUIENES CREE USTED QUE DESEARIAN PARTICIPAR EN SU GESTION Y PROGRAMACION?



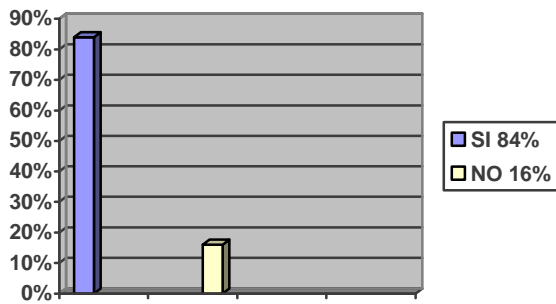
5) PARA QUE UTILIZARIA LA COMUNIDAD ESTE MEDIO?



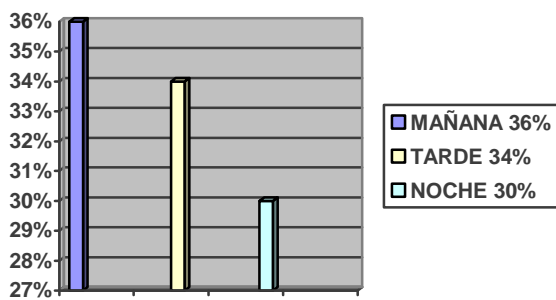
6) ¿ QUÉ TIPO DE PROGRAMACIÓN LE GUSTARIA?



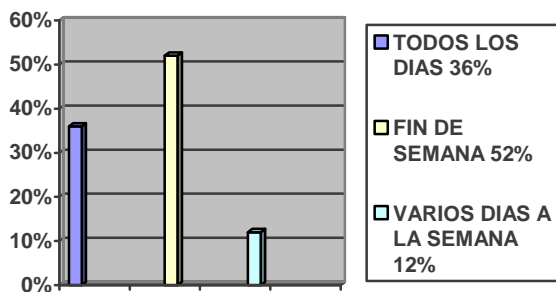
7) USTED TRABAJARIA VOLUNTARIAMENTE EN LA RADIO?



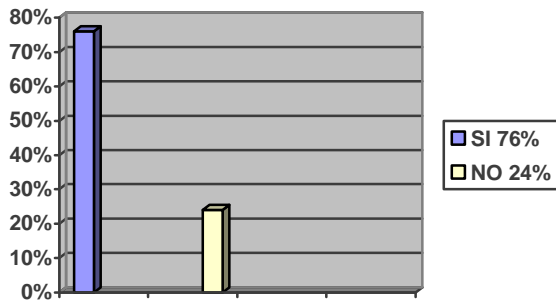
8) EN QUÉ MOMENTO DEL DIA LE GUSTARIA ESCUCCHAR LA PROGRAMACION DE LA RADIO?



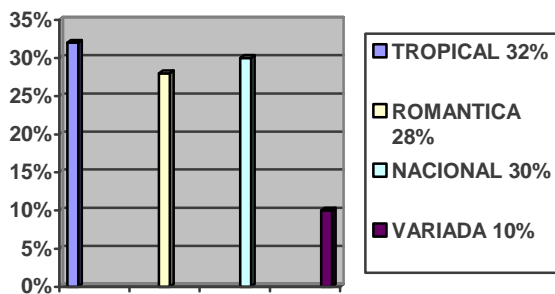
9) CON QUE FRECUENCIA? TODOS LOS DIAS? EL FIN DE SEMANA?  
VARIOS DIAS A LA SEMANA?



10) USTED ESTARIA INTERESADO EN CAPACITARSE PARA PARTICIPAR EN LA RADIO?



11) QUE TIPO DE MUSICA DEBERIA PONERSE EN LA RADIO?



## ANALISIS DE ENCUESTAS DE PREGUNTAS ABIERTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE ZAMBIZA.

¿QUE CONSIDERA USTED ES UNA RADIO COMUNITARIA?

Al preguntar a los habitantes de Zambiza que consideran que es una radio comunitaria las respuestas fueron diversas. Muchos de los encuestados contestaron que era un medio dedicado especialmente para solucionar los problemas del barrio y de su comunidad. Otras personas no conocían el significado de una radio comunitaria.

### ¿CÓMO APORTARÍA USTED EN EL TRABAJO DE LA RADIO?

Muchas de las personas encuestadas contestaron que trabajarían directamente en la programación de la radio. Otras respondieron que les gustaría organizar a la gente y prepararlas para poder tener un medio propio y dedicado únicamente a Zambiza.

### ¿DE QUE HORA A QUE HORA DEBERIA SALIR AL AIRE LA RADIO?

En esta pregunta los habitantes de Zambiza contestaron dependiendo de sus actividades. Las personas encuestadas que eran amas de casa prefirieron el horario de la mañana ya que aseguran que es el momento mas apropiado para escuchar la radio además de la compañía que les haría en sus hogares.

Las personas que trabajan respondieron que en la noche ya que es el momento en que pueden escuchar y participar del medio por lo que prefieren que la radio este al aire a partir de las seis de la noche.

### ¿COMO CREE USTED QUE SE PODRIA SOLVENTAR LOS GASTOS DE LA PEQUEÑA EMISORA?

Los habitantes encuestados dieron muchas ideas para poder solventar los gastos de la emisora. Entre estas están las siguientes opciones dadas directamente de los habitantes de Zambiza para obtener fondos necesarios:



- Organizar eventos dentro del sector.
- Realizar concursos y programas especiales.
- Crear un fondo especial para los gastos de la radio.
- Buscar apoyo municipal.
- Buscar apoyo de fundaciones y empresas privadas.
- Organizar campeonatos deportivos.

#### ¿QUE LOCAL SERIA EL MAS APROPIADO PARA INSTALAR LA RADIO?

Las personas encuestadas proporcionaron varias ideas para el local donde se podría instalar la emisora para Zambiza. Muchos habitantes ofrecieron sus propias casas y algunas instalaciones privadas para el funcionamiento de la radio.

#### ¿QUE TIPO DE PROGRAMACION LE GUSTARIA?

Con respecto a esta pregunta, las personas encuestadas contestaron que les gustaría programas de opinión ciudadana, una ventana abierta para los problemas de la comunidad, programas deportivos, programas especiales de música nacional, noticieros especiales y muchos coincidieron que les gustaría un programa humorístico.

## 8.5 PROGRAMACION DE LA RADIO COMUNITARIA ZAMBIZA

Luego de realizar las respectivas encuestas y poder conversar con los habitantes de Zambiza, la programación de la radio estaría compuesta de la siguiente manera:

- **PROGRAMA COMUNITARIO:** este sería el programa identificativo de la comunidad de Zambiza en el que se tratarían temas como los problemas del sector, sus necesidades, eventos a realizarse, logros y avances, etc.
- **PROGRAMA DE OPINION POPULAR:** este sería el programa en donde las habitantes de Zambiza pueden participar con su opinión acerca de temas de actualidad. Un espacio abierto para el análisis, la opinión y sobre todo la participación de los moradores.
- **PROGRAMA MUNDO INFANTIL:** este programa estará dirigido a los niños de Zambiza que aun no asisten a la escuela. Se transmitirán cuentos infantiles, canciones especiales, además de ayuda a las madres de familia en métodos de aprendizaje.
- **PROGRAMA DE MUSICA NACIONAL:** la mayoría de las personas encuestadas coincidieron en que se debe dar un espacio especial a la música nacional incluso aconsejaron que se debe dar oportunidad a grupos nuevos y a cantantes del propio sector.
- **PROGRAMA DEPORTIVO:** será un espacio dedicado a ligas barriales, a campeonatos internos de Zambiza y a promocionar e incentivar el deporte en su comunidad.

- **PROGRAMA DE AYUDA AL CIUDADANO:** Será un programa con profesionales del propio sector que brindaran ayuda gratuitamente en varias ramas como derecho, medicina, economía, etc., a los ciudadanos de Zambiza.
- **PROGRAMA DE AVISOS COMUNITARIOS:** Será un programa en el que los habitantes de Zambiza podrán dar a conocer las novedades del sector, podrán publicitar sus negocios, podrán organizarse e informar sobre actos a realizarse en el barrio.
- **PROGRAMA DE CACHOS Y CANCIONES:** Será un programa en donde los habitantes de sector podrán desarrollar sus aptitudes, podrán participar en concursos de cachos, podrán presentar a nuevos artistas del sector realizando concursos de música.
- **PROGRAMA HECHO POR NIÑOS:** Será un programa realizado específicamente por niños del sector en el que a su manera ofrezcan una programación especial para niños.

## CONCLUSIONES

Al finalizar este proyecto de tesis, la principal conclusión que se deriva de la investigación fue el llegar a conocer cuan difícil es implementar una radio comunitaria en el país, las dificultades legales y el poco apoyo a este tipo de proyectos, hace que sectores como Zambiza no puedan acceder a un medio propio, hecho por sus moradores.

Una radio comunitaria es el mejor medio para que barrios y comunidades se comuniquen y creen, de esta forma, un espacio propio y específico para lograr ese objetivo.

La radio comunitaria es la mejor opción para poder desarrollar comunicación y una interrelación entre las personas. En el caso específico de Zambiza, es el medio ideal para lograr la unidad y fortalecer a la comunidad.

El tema de las radio es apasionante y por demás interesante. Ayudar a una comunidad es un deber de los medios de comunicación y mas aún del Estado ya que es él el encargado de lograr y promover el desarrollo de su gente.

Por esto, el trámite para obtener una frecuencia no debería ser un obstáculo para que proyectos como éste o el del sector de Atucucho, tengan éxito y logren su objetivo. Ser unas verdaderas radios comunitarias.

## BIBLIOGRAFIA

1. GEERTS, Andrés, VANOEYEN, Víctor, VILLAMAYOR, Claudia. LA PRACTICA INSPIRA, Editorial ALER y AMARC, 2004.
2. ANOUK, Hoeberichys, LOPEZ, Miguel. COMUNICACIÓN Y RADIO PARA EL DESARROLLO LOCAL. Editorial ABYA AYALA, 2001.
3. GEERTS, Andrés, VANOEYEN, Víctor. LA RADIO POPULAR FRENTE AL NUEVO SIGLO, ESTUDIO DE VIGENCIA E INCIDENCIA. Editorial ALER.
4. FAO, FES, SECRETO A VOCES, RADIO NTIES E INTERACTIVIDAD. Roma, 2004.
5. LOPEZ VIGIL, José Ignacio, MANUAL URGENTE PARA RADIALISTAS APASIONADOS. 1997
6. VILLAMAYOR, Claudia, LAMAS, Ernesto. GESTION DE LA RADIO COMUNITARIA Y CIUDADANA. Editorial AMARC y Friedrich Ebert Stiftung. 1998
7. [www.amarc.org](http://www.amarc.org)
8. [www.aler.org.ec](http://www.aler.org.ec)