

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO Ecuador
Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación
Convocatoria 2013-2015

Tesis para obtener el título de maestría en Comunicación con mención en Opinión Pública

¿Audiencias o Sujetos Sociales?

La recepción de la radio comunitaria en Ecuador: Casos ERPE, ALFARO Y SUCUMBIOS

Gissela Maritza Dávila Cobo

Asesora: Isabel Ramos

Lectoras: Palmira Chavero y María Belén Calvache

Quito, enero 2018

Dedicatoria

A mi familia el motor que me impulsa en cada momento de mi vida, por su paciencia y amor infinito: a mi mami Marthi, mi papi Migue, mi sobrina Mile, mi hermana, mi hermano y mi sobrino.

A la familia CORAPE por su fuerza y dedicación para trabajar en red y hacer posible que la comunicación comunitaria transforme vidas.

Epígrafe

La comunicación comunitaria trasciende a los medios constituyéndose en la forma de organización de la comunidad, en la posibilidad de mantener redes de diálogo en donde el emisor y el receptor pueden ser uno al mismo tiempo y así transformarse en “comunidad – productora”.

Tabla de contenidos

Resumen	VII
Agradecimientos	VIII
Introducción	1
Medios comunitarios y su trabajo en Red, esfera regional	1
Contexto legal de la comunicación comunitaria en Ecuador, esfera nacional	3
Contexto de interacción con la comunidad, esfera local	5
Delimitación del problema	7
Justificación.....	10
Objetivo general	12
Objetivos específicos.....	12
Metodología	13
Capítulo 1	15
Antecedentes y contexto de la radio comunitaria en Latino América y el Ecuador.....	15
1.1 La comunicación en espacios públicos hasta el uso de la radio	15
1.2 La Radio Educativa y su transición a Radio Comunitaria	17
Capítulo 2	23
De audiencias a sujetos sociales	23
2.1 De receptor pasivo a audiencia activa	23
2.2. Desde la construcción de identidades hacia los sujetos sociales.....	27
2.3 De audiencia a comunidad/productora	30
Capítulo 3	36
Estudios de casos: Radios comunitarias como Sujetos Sociales	36
3.1 Caso: Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador – ERPE: contexto y antecedentes históricos	37
3.1.1 Radio y Comunidad	42
3.2 Caso: Radio Alfaro: contexto y antecedentes históricos	43
3.2.1 Radio y comunidad	46
3.3 Caso: Radio Sucumbíos: contexto y antecedentes históricos.....	47
3.3.1 Radio y comunidad	50

Conclusiones	52
Anexos	54
Cuadro 6.....	54
Grupos de poder con indicios de irregularidad en la concesión de frecuencias de radiodifusión.....	54
Caravana de la comunicación.....	55
Ley orgánica de comunicación.....	56
Antecedentes - ERPE	58
Rendición de cuentas ERPE 2016.....	59
Radio Alfaro.....	63
Radio Sucumbíos.....	67
Lista de referencias	69
Lista de referencias online.....	71
Fuentes legislativas	72

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Gissela Maritza Dávila Cobo, autora de la tesis titulada ¿Audiencias o Sujetos Sociales? La recepción de la radio comunitaria en Ecuador: Casos ERPE, ALFARO Y SUCUMBIOS, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría en Comunicación con mención en Opinión Pública concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, enero de 2018.



Gissela Maritza Dávila Cobo

Resumen

En la presente tesis se puede encontrar un recorrido por teorías, sobre todo latinoamericanas, que nos acercan a la relación de los medios de comunicación comunitarios, en particular de las radios comunitarias del Ecuador (ERPE, Alfaro y Sucumbíos), con la comunidad y su forma de articulación en donde relaciones entre medio y audiencia se transformen en procesos sociales convirtiendo al medio junto con la comunidad con la que produce en sujetos sociales, capaces de transformar las condiciones de vida del lugar de influencia.

El objetivo de esta investigación es encontrar los vínculos que se generan en el proceso de fundación de una radio con la comunidad de influencia por su cobertura y por los fines que persigue, estos vínculos serán los que determinen que dichas radios adquieran una característica de comunitarias tomando en cuenta la clasificación que rige en Ecuador desde a Constitución del 2008.

Desde la revisión y análisis de las relaciones de interactividad y trabajo en red que mantienen cotidianamente las radios comunitarias estudiadas, esta investigación propone una forma alternativa de llamar a la “audiencia” y de analizar su rol desde otras entradas académicas que determinen como los medios comunitarios se constituyen en otra forma distinta de comunicación mediática.

El resultado principal es el que la comunidad y la radio en la permanente interacción y diálogo además de ser sujetos sociales con participación activa se constituyen en “comunidades – productoras” que rompen el modelo clásico de emisor, medio, receptor, respuesta o interacción y se transforman en un todo interdependiente uno de otro pues el medio comunitario no tendría sentido sin la comunidad y para esta última el medio se convierte en una forma de organización de su cotidianidad.

Agradecimientos

A CORAPE por ser el espacio de articulación en donde las propuestas se toman en cuenta desde su valor para la red y se construye desde la solidaridad, por la confianza que depositan en mí y por permitirme ser parte de este proceso que tiene mucho que dar al país de lo local a lo nacional y desde allí a toda la región.

Al amigo que estuvo presente en todas las etapas hasta llegar a la presentación de esta tesis, gracias Jorge por tu apoyo profesional y personal.

Gracias a mi sobrina Milena por acompañar las horas de desvelo y las preocupaciones que acompañan este proceso pero que dejan grandes satisfacciones y gracias por querer aprender siempre más.

Un gracias especial a quienes hacen que el aprendizaje, el compartir profesional y personal tengan sentido en cada paso desde una construcción académica con vivencia práctica, gracias por su compromiso y por el apoyo de siempre Mauro Cerbino, Isabel Ramos, Susana Sel y Palmira Chavero.

Introducción

La comunicación comunitaria en el Ecuador se ha visto marcada desde las luchas sociales, contiendas que han determinado su accionar y su apuesta por el futuro, identificándose así con objetivos comunes que los acercan a la comunidad y muchas veces los contraponen con los poderes fácticos. Es por ello que para acercarnos a los medios comunitarios esta tesis plantea al menos tres entradas en las que se producen interacciones en contextos y escenarios diferenciados y en donde se van construyendo los acuerdos, compromisos y sinergias entre la comunidad y el medio. Tomaremos en cuenta al menos tres esferas de este intercambio¹: El trabajo en red, que ubica a los medios comunitarios en espacios de apropiación y pertinencia desde su propia naturaleza y objetivos, con los que se articulan en lo regional; el contexto legal en el que se desenvuelven y que establece un marco jurídico desde donde plantearse en lo nacional; y, finalmente, un espacio local de interacciones e intercambios permanentes desde donde se identifican con la comunidad.

Medios comunitarios y su trabajo en Red, esfera regional

En América Latina encontramos una serie de radios que inician un trabajo comprometido con la comunidad y los postulados que éstas defienden, como derecho a la educación, acceso a las tierras que trabajan, empleo, o para canalizar sus necesidades desde las ondas sonoras y crecen así alfabetización, programas en idioma propio, organización social, entre otras.

No podemos dejar de marcar el inicio de los medios comunitarios en Colombia, en el año 1947 con Radio Sutatenza desde la corriente de la Teología de la Liberación, cuando el sacerdote José Joaquín Salcedo usaría la radio con una visión social, en la que no solo se evangeliza sino que se educa, se organiza y se atiende las necesidades básicas de la comunidad.

¹ Únicamente para dar cuenta de las relaciones que mantienen los medios comunitario, en esta tesis, partiremos de lo regional a lo local y así dar una introducción que permita comprender su pertinencia. Sin embargo, de la investigación realizada se desprende que dan mayor importancia a sus interacciones desde lo local a lo nacional y regional.

En Ecuador los medios comunitarios son inspirados por esta forma alternativa de hacer comunicación:

lo ‘alternativo’ no implica necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino una oferta que es ‘otra’ y difiere de los medios comerciales y dominantes. Lo que comparten todas las corrientes alternativas es que buscan usar los medios para lograr ‘algo más’ que una ganancia económica... (Geertz y van Oyen 2001, 29).

Desde este postulado, sería Monseñor Leónidas Proaño, quien funda Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador en 1962, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, para atender a la población indígena de la zona que vivía en condiciones marginales y de explotación.

Diversas son las radios que se fundan en todo el territorio latinoamericano y la necesidad de organización es creciente y con el fin de alcanzar objetivos comunes se funda la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica – ALER, en el año de 1972 y “el segundo actor fundamental que surge en esta historia es la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), que en 1983 es fundada en Canadá. En 1992 se abre una oficina regional en América Latina” (Geerts y van Oeyen 2001, 31).

Posteriormente en 1990, por propuesta de ALER y la necesidad de articulación de las radios comunitarias, se funda la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador - CORAPE, que se constituiría en un espacio de encuentro para cumplir un objetivo común, “Democratizar la Palabra a través de la participación ciudadana”(CORAPE 2013)² y para ello realizar producciones informativas, culturales y educativa en red, además de plantearse como una sujeto social que busca alcanzar política pública que reconozca su existencia y derechos.

De las entrevistas realizadas a sus socias se desprende que el trabajo en Red ha logrado una articulación que permite alcanzar objetivos comunes aunque los objetivos particulares sean

² Planificación Estratégica CORAPE, 2013. Documento Asamblea General Ordinaria, Riobamba.

diversos. CORAPE cuenta con socias cuyo origen puede ser católico, evangélico, social, organizativo o privado y esto no les ha impedido un trabajo comprometido y en unidad.

Lo importante de este contexto y la forma de asociación es el trabajo en Red, tanto a nivel nacional como latinoamericano y mundial, además que los medios comunitarios pueden intercambiar experiencias, sean estas positivas o no, de su relación y compromiso con la comunidad; procesos políticos-legales; gestión; producción informativa y creativa; capacitación y formación; entre otros, lo que les permite mantener un discurso común, objetivos y propuesta que les fortalecen y “trascienden el propio medio al representar proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos” (Peppino 1998, 34).

En palabras de Andrés Geerts y Víctor van Oeyen, podemos hablar de ‘movimiento de radio’ por los rasgos fundamentales que comparten y que se puede resumir, como ‘Radio Comprometida’ (Geertz y van Oyen 2001, 30).

Contexto legal de la comunicación comunitaria en Ecuador, esfera nacional

Para plantearnos una mirada analítica de las interacciones que cruzan la vida de los medios comunitarios en el Ecuador en cuanto al marco legal, tenemos que ubicarnos en un antes y después del 2008, año en el que se aprueba la Constitución Política del Estado. Antes del mencionado año, los medios de comunicación “comunales” como eran definidos por la entonces “Ley de Radiodifusión y Televisión”³ eran una sub categoría de los medios Públicos, a los que se obligaba a pasar por una serie de procedimientos técnicos y administrativos, para concesionarles una frecuencia, que por su puesto, era de baja potencia y con la que hasta el año 2002, cuando se aprueba una reforma ^(ANEXO CUADRO 6) a dicha Ley, no podían emitir publicidad pagada.

³ Ley de la dictadura del Gobierno del General Guillermo Rodríguez Lara (15 de febrero de 1972 al 11 de enero de 1976). Ley de Radiodifusión y Televisión bajo Decreto Supremo No. 256-A, publicada en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de 1975.

Aunque no contaban con las mejores condiciones para cumplir sus objetivos, el trabajo no se detuvo y paso a paso fueron generando procesos de articulación social y política que les permitió, desde su experiencia acumulada en más de 50 años de servicio alcanzar un marco Constitucional favorable, en donde se reconoce por primera vez la existencia de un sector más en la comunicación del Ecuador, el sector comunitario.

Una vez aprobada la Constitución Política del Estado - CORAPE y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC se plantearon la necesidad de evidenciar cuál era la situación legal de los medios de comunicación en el Ecuador, pues se suponía que el 90% de los medios que ocupaban el espectro radioeléctrico eran comercial privados. Es así que apoyados en un informe de la Contraloría General del Estado, publican un documento que sistematiza del estudio de concesión de frecuencias de radiodifusión y televisión en el Ecuador (2003-2008), bajo el nombre “De la concentración a la democratización del espectro radioeléctrico” en el que se constata que en el Ecuador no existían monopolios de comunicación pero si una alta concentración de medios en pocas manos.⁴ (Ley. 1972-1976).

Luego de alcanzar este reconocimiento Constitucional dirigieron las miradas a la redacción de la Ley Orgánica de Comunicación. Para hacer propuestas incluyentes trabajaron en conjunto con organizaciones sociales, académicos, organizaciones de comunicación y personas comprometidas con la causa. Además realizaron movilizaciones como la “Caravana de la Comunicación” (La historia de la Caravana de la Comunicación inicia en 2009) recorriendo los caminos del país en búsqueda de lo que quiere y siente la comunidad organizada y sujetos particulares, consumidores de medios de comunicación.

Podemos recoger como uno de los resultados más relevantes de esta experiencia que la participación de la gente, sea de forma organizada o como sujetos particulares, no es retórica, sino que lograron llevar la discusión a la calle, con la confirmación de que hay que dialogar y empoderarse del espacio público y con esa acción cubrieron de valor a los

⁴ Anexo Cuadro 6 Grupos de Poder con Indicios de Irregularidad en la Concesión de Frecuencias de Radiodifusión

discursos, apuestas y propuestas de quienes consumen y producen contenidos en los medios de comunicación.

El 25 de junio del 2013, se publicó en el Registro Oficial No 22 la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación⁵, (Asamblea Nacional) en la que se reconoce una categoría más de medios de comunicación, el comunitario y en un acto simbólico, reconociendo su importancia le entregan un uno por ciento más en el acceso al espectro radioeléctrico enmarcados en acciones afirmativas que promueven la creación y fortalecimiento del sector.

Con este antecedente legal se puede evidenciar las condiciones en las que los medios de comunicación comunitarios han tenido que trabajar y cumplir con sus objetivos de participación ciudadana, única forma para democratizar la palabra que a su decir encuentran.

Contexto de interacción con la comunidad, esfera local

Las radios comunitarias, desde su origen, han estado permanentemente junto a la comunidad a la que sirven, no únicamente como un agente externo a ella, sino como parte de su vida cotidiana, viviendo los mismos problemas y las mismas alegrías. Quienes hacen la radio comunitaria y colaboran diariamente en ella son personas de la misma comunidad, a las que no se les tiene que contar lo que sucede en su entorno y por lo tanto sensibles a su realidad.

Las radios comunitarias han sido parte de la generación de procesos organizativos en la sociedad, apoyando a la construcción de una “identidad colectiva” (Peppino 1998) y reconocimiento del valor de la comunidad desde la construcción del “común” (Cerbino 2016) desde donde es posible alcanzar reivindicaciones sociales y defender los derechos, de

⁵ El decreto oficial con el que se reforma la Ley cuenta con la siguiente exposición: “A los sectores marginados del Ecuador, se les impone un doble castigo: ser pobres y en consecuencia, estar negados a acceder al derecho de expresión, por la precariedad de sus ingresos que no les permiten cubrir los gastos que exigen para su funcionamiento mutilando el derecho de expresión y haciendo que este sea una declaración en el papel...”

un grupo específico de la población, los hasta ahora marginados y excluidos no solo de la comunicación sino de las políticas públicas del Estado.

Para Peppino, “Las experiencias de radios educativas, populares y comunitarias trascienden sus realizaciones momentáneas, ya que constituyen un espacio donde el colectivo se reconoce en una identidad mayor dotada de fuerza para poder llevar a cabo su proyecto” (Peppino 1998, 28) lo que según su propia explicación deviene en un “proceso de constitución por medio del cual el colectivo puede llegar a ser un sujeto social” (Peppino 1998, 27).

Ejemplos de procesos en donde la radio comunitaria ha estado presente en las luchas populares hay muchos, aquí vamos a exponer unos pocos para dar cuenta de su alcance e importancia desde lo local a lo nacional:

- Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, 1962, inicia un proceso de alfabetización y reivindica el uso del idioma kichwa en la radio, lo que en ese momento era contra-hegemónico ya que los indígenas no eran sujetos de derechos.
- Las radios comunitarias han sido espacios de organización y lucha de los pueblos como lo cuenta Patricio Zhingri, dirigente de comunicación de ECUARRUNARI, Ecuador Runacunapak Rikcharimui, Confederación de Pueblos de la Nacionalidad Kichwa del Ecuador:

Dentro de la estrategia de comunicación, la radio es lo más estratégico para nosotros, en el mundo indígena la comunicación es oral, poco lee la gente, por eso nos hemos dado cuenta que la radio es una fuerza poderosa que la gente escucha. Tanto ECUARRUNARI, como la CONAIE nos hemos acercado y trabajamos muy solidariamente con la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador, CORAPE, que agrupa a una red de radios populares y alternativo en el país y con la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER (Zhingri 2005, 54).

- Las radios que mayor protagonismo alcanzan en los levantamientos indígenas en la década de los 90 son: Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE; y Radio

Latacunga. Pues al encontrarse trabajando en provincias como Chimborazo y Cotopaxi en donde se concentran poblaciones indígenas mayoritariamente son la fuente de organización y amplificación de la palabra, de sus propuestas de reivindicación y de la lucha por el derecho a la tierra y al agua. Su acompañamiento de las reivindicaciones de la comunidad les trajeron como consecuencias asaltos militares en sus instalaciones.

- Desde los años 90 hasta la actualidad son actor clave en la reivindicación de derechos para los medios comunitarios, desde el trabajo organizado en CORAPE – Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador. (Cerbino 2016).

Entre otros muchos ejemplos, las radios comunitarias han acompañado reivindicaciones sociales y han tenido clara su identidad, planteándose desde allí sus objetivos y líneas de trabajo. No han visto a la comunidad como simples oyentes o números fríos que lo único que demuestran es la popularidad o el nivel de “audiencia” de un medio, sino que son parte sustancial del proyecto político comunicativo de la radio.

Sin embargo el contexto social y político ha cambiado en el país, hoy en día la organización social está debilitada por distintos aspectos, entre ellos el de no tener una claridad y unidad sobre las reivindicaciones que aún no se han alcanzado y parte de este debilitamiento se demuestra en la división del movimiento indígena por ejemplo.

Esta crisis de los movimientos sociales hace que la radio comunitaria atraviese por un momento de transición en el que su programación no tiene que ver tanto con las reivindicaciones sociales como en otros momentos, pero esto no ha hecho que se pierda el objetivo primordial de acompañar a la comunidad por lo que tienen clara su permanencia junto a la ella, a la gente con la que nació y a la que acompaña en todos sus procesos.

Delimitación del problema

La presente investigación pretende indagar la relación que establecen las radios comunitarias en Ecuador con sus audiencias a partir de la participación de estas últimas en

la planificación de la parrilla de programación y en programas informativos y educativos principalmente. Para ello tomaré en cuenta aspectos como: historia de las radios comunitarias en Ecuador ancladas a procesos Latinoamericanos; características específicas que hacen que estas radios se autodefinan como comunitarias; contexto legal de los medios comunitarios en el Ecuador; las características de las audiencias de las radios comunitarias en el Ecuador; los vínculos que se generan entre las radios comunitarias y sus audiencias a partir de la participación de estas últimas en procesos propios de las radios.

Entenderé a las radios comunitarias desde su misión orientada trabajar conjuntamente con la comunidad, desde ella y para ella, como lo plantea la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC:

En las radios comunitarias nos encontramos con una estrecha relación entre la comunicación y la transformación de la sociedad. La comunicación comunitaria tiene objetivos que van más allá de sí misma. En este sentido, estas emisoras son parte de un proyecto que se propone modificar las relaciones sociales existentes. Uno de los aspectos más importantes de la programación de las radios comunitarias es la medida en la que dicha programación se inserta en la realidad para modificarla. Todas las radios comunitarias comparten un objetivo general que es la transformación de la realidad social para dar lugar a sociedades justas e igualitarias. Pero las características concretas de su accionar (el tipo de programación, las relaciones con sus audiencias, las actividades no radiofónicas que realizan) dependen de los contextos en los que se encuentran. Esto se refiere por un lado a los contextos históricos: no son las mismas las características de las radios comunitarias durante la vigencia de gobiernos autoritarios que las características de las mismas emisoras durante los gobiernos democráticos (Lamas 2003, 5).

La radio comunitaria y ciudadana es un ámbito para el ejercicio de la ciudadanía autogestionada y autónoma, expresión de intereses colectivos político-culturales en el marco de un proyecto comunicacional, en el cual un grupo de personas hace uso de sus derechos a la comunicación y a la expresión (Villamayor y Lamas 1998, 18).

Las propuestas y apuestas de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER:

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 nuestro pueblo. Radiodifusoras que se reconocen 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 y culturales con menor posibilidad de acceso a los medios con fines exclusivamente comerciales. Que ejercen el derecho a la comunicación y, en especial, el derecho a la información. Que ejercen la radiodifusión como un servicio y no como una simple actividad comercial – lucrativa (Federación Argentina de Radios Comunitarias, FARCO. Argentina).

...lo que existen son medios populares. Es decir radios que en diversas circunstancias, respondieron a orígenes y proyectos muy distintos, desarrollaron una práctica comunicativa que se diferencia del modelo de comunicación radiofónica dominante porque son expresión de opción que, en términos generales, pueden caracterizarse como una opción de cambio. Esto se debe a que son parte de proyectos que buscan la transformación de injustas estructuras económicas y sociales, que perpetúan el poder de grupos minoritarios condenando a las grandes mayorías a la pobreza y la marginación (Mata 1987, documento interno # 6 de ALER).

Y la UNESCO en su planteamiento sobre la función de los medios comunitarios, que tiene que ver, entre otras cosas, con “...educar y entretener, informar y divertir, y crear un vasto espacio en el cual los auditores puedan participar y confrontarse con los demás, así como con los dirigentes políticos...” (Unesco 2008).

Los estudios de audiencia por lo general toman en cuenta la preferencia sobre programas específicos o parten desde un planteamiento de agenda “agenda setting” hasta llegar a la teoría de usos y gratificaciones en donde Katz plantea que el receptor juega un papel dado por la cultura en que se desenvuelve (Katz 1990). Esta investigación intenta plantear una

entrada diferente y analiza el proyecto de las radios comunitarias, para desde ahí pensar en una “audiencia activa” (Fiske 1987 - Morley 1992) tomando en cuenta que los receptores se acercan a los medios de manera consciente (Silverstone 1999) y que se produce un cambio cuando “Ya no es posible sólo ser consumidores, nos toca ser ciudadanos” (Rincón 2007).

Justificación

Existen varios estudios sobre la recepción de los medios de comunicación; estudios que nos han ayudado a pensar, desde América Latina, el rol de los medios, ya no como meros instrumentos sino desde categorías que dan cuenta de la relación e interrelación existente entre el medio y la audiencia, atravesadas a su vez por contextos diferenciados que influyen en las dinámicas participativas y los que podrían generar un sinnúmero de interpretaciones y formas de enfrentarse a los mensajes, codificarlos, interpretarlos, decodificarlos y transformarlos.

Para los medios comunitarios lo importante es permanecer cercano a la comunidad, generar procesos de identidad y confianza con lo que responden a sus proyectos político - comunicativos desde la coherencia y pertinencia en su producción y relación con la comunidad. Es por ello que esta investigación intenta ser un aporte para reflexionar y profundizar en las características del proceso de relacionamiento entre las radios comunitarias y la comunidad, problematizando el llamarla “audiencia” pues por lo general y sin importar desde qué mirada se la estudie, se plantea como un “otro diferente”, que siempre recibe y aunque reaccione, reflexione, analice desde sus contextos culturales, identidad, subjetividad, o transforme los mensajes según su interés, se lo entenderá como el objeto de estudio para determinar la influencia de los mismos en este “otro diferente”.

Esta tesis intenta contribuir con un análisis de la relación que las radios comunitarias alcanzan con la comunidad a la que llegan con su programación y cómo esta relación sobrepasa los preceptos funcionalistas, utilitarios e incluso de recepción crítica que analizan desde el modelo de emisor – medio - mensaje – receptor, estableciendo una propuesta de “audiencia activa” (Barbero 1987) y que evoluciona hasta convertirse en oyente-productor de contenidos desde sus propias subjetividades y contextos. Por ello me centraré en la idea

de pasar de ser audiencia a ser productor, con lo que ya no solo se es “consumidor sino ciudadano” (Rincón 2007).

Desde la investigación pretendo continuar el camino de la reflexión de este otro tipo de relación medio-comunidad/productora, una relación no de emisor-receptor; tampoco de emisor-receptor-emisor; sino una relación que se establece desde el nacimiento mismo del medio, en donde la comunidad no es únicamente la que recibe el mensaje construido desde sus propios contextos y con las mejores intenciones, buscando la pluralidad y acercarse lo más posible a lo que necesita la “audiencia”, o dejando que participe libremente en el medio; sino una relación de “dependencia”, en donde la radio comunitaria solo adquiere sentido si cuenta con la aprobación, la participación permanente y el respaldo de la comunidad.

En este sentido el análisis que pretendo llevar a cabo tratará de demostrar que la construcción de la comunicación radiofónica comunitaria en el Ecuador, esta inevitablemente cruzada por procesos sociales que determinan sus objetivos, su política y su trabajo diario. Y que al mismo tiempo y en unidad desde la construcción del “común” (Cerbino 2016), entre medio comunitario y lo que propongo llamar comunidad/productora”, pueden constituirse en “sujetos sociales” (Peppino 1998) capaces de producir transformaciones en sus contextos y en la sociedad en la que se desenvuelven basándose en sus experiencias locales y hoy en día con una nueva incorporación en las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación – NTIC´S que proponen escenarios en donde la velocidad de intercambio e interacción cambia e incorpora nuevos sujetos que no necesariamente comparten el mismo espacio geográfico, lo que plantea otros retos para esta propuesta.

“No más audiencias, todos devenimos en productores... Ya no es posible sólo ser consumidores, nos toca ser ciudadanos” es lo que propone Omar Rincón y desde allí parte la reflexión de esta investigación para darle una forma al como participar activamente y no solo, como dice Rincón, porque ahora es posible que “Las audiencias nuevas dejan de ser consumidoras y pasan a ser productoras de sus propias pantallas; esa es la posibilidad

política, comunicativa, cultural y tecnológica” (Rincón 2007, 94) sino desde los espacios de radio comunitaria tradicional, que puede incorporar a las redes sociales, pues su trabajo, en sí mismo se fundamenta en una articulación en red y generar nuevos procesos de participación directa de la “comunidad/productora” para que pueda plantear el nacimiento de los medios comunitarios que requiere, dejando así definitivamente, de ser únicamente audiencia receptiva.

De esta manera se da el carácter único y propio a los medios comunitarios, ser esos otros medios que tienen una característica propia y que “Rompen el destinatario y emisor y logran potencialmente que todos quienes tienen algo que decir usen el medio, como una prolongación de la comunicación de proximidad, usando el medio en torno a su cotidianidad” (Cerbino 2016).

Pregunta de investigación

¿Cuál es la relación que se establece a partir de la programación entre las radios comunitarias (ERPE, Sucumbíos y Alfaro) y quienes las escuchan y siguen cotidianamente?

Preguntas subsidiarias

¿Qué hace que una radio sea comunitaria?

¿Cómo se construye la programación de una radio comunitaria?

¿Cómo es la participación de la comunidad en la Radio comunitaria?

¿Acompaña procesos sociales la radio comunitaria?

Objetivo general

Caracterizar los vínculos particulares que se dan entre las radios comunitarias en el Ecuador y la comunidad a la que sirven a partir de su interacción.

Objetivos específicos

- Analizar los rasgos y características propias de las radios comunitarias en el Ecuador desde la construcción de su misión, visión, objetivos y modelos de producción de mensajes particulares para comunidades específicas, a partir del

estudio de tres casos emblemáticos: Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador – ERPE, Radio Alfaro y Radio Sucumbíos.

- Caracterizar las formas de participación desde la comunidad con las que cuentan las radios comunitarias en el Ecuador, desde el análisis de su interacción en Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador.

Identificar las características de la relación que se establece entre las radios comunitarias y la comunidad con la que se interrelaciona.

Metodología

Para poder establecer las relaciones desde la forma de interacciones que se establecen entre radios comunitarias y audiencia, que propongo llamar “comunidad/productora” realizaré un trabajo de etnografía reflexiva ya que al ser parte del objeto de estudio establezco una observación participante (Guber 2001).

Establecer cómo la audiencia (comunidad/productora) se relaciona con las radios comunitarias en el Ecuador requiere de un trabajo de muestreo, al menos, en las tres regiones geográficas del país, pues cada una cuenta con procesos distintos de apropiación de los medios; características propias entorno a la cultura, y factores sociales y económicos. Además se debe establecer criterios de temporalidad en cuanto a los años de funcionamiento de cada radio a ser investigada. Es por ello que se tomarán en cuenta a las siguientes provincias y sus respectivas radios comunitarias:

- Región costa: Provincia de Manabí, Radio Alfaro, con más de diez años de funcionamiento.
- Región sierra: Provincia de Chimborazo. Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE. Con más de cincuenta años de experiencia acumulada.
- Región amazónica: Provincia de Sucumbíos. Radio Sucumbíos. Con veinte y cinco años de trabajo comunitario.

Me enmarcaré en el periodo de los años noventa hasta la actualidad por ser los años en los que han ocurrido mayores movilizaciones sociales y en donde las radios comunitarias que

analizaré tienen una incidencia local, nacional y regional en sus apuestas conjuntas con la comunidad.

Capítulo 1

Antecedentes y contexto de la radio comunitaria en Latino América y el Ecuador

1.1 La comunicación en espacios públicos hasta el uso de la radio

Las formas de permanecer comunicados históricamente han tenido que ver con el contexto que envuelve a los sujetos y sus necesidades tanto particulares como colectivas, de transmitir sus ideas y encontrar consensos que permitan su concreción. Discursos y formas de organización que desde Habermas (1989) se planteaban cuando proponía que las discusiones que se daban en salones y cafés, es decir en “esferas públicas” se las hacía para criticar al poder, con lo que se establecía un uso de dicho espacio para la organización⁶. En esta misma línea y siguiendo a Monzón, en su definición de “espacio público” lo describe como determinante para la el desarrollo de las comunicaciones. En sus palabras “... para pensar en el rol central de la comunicación como un eje articulante de la discusión pública, cuyo propósito final es la construcción democrática de consensos” (Monzón 1997, 339).

Podemos identificar etapas de la comunicación en donde en una primera experiencia los mensajes se transmitían en espacios públicos y privados de forma oral, pero esto va cambiando cuando lo que se requiere es masificar los mensajes como una forma de organización para llevar a cabo manifestaciones tomando en cuenta sus limitación, pues aunque la comunicación escrita fue una de las formas de masificar los mensajes, de llegar a mayor cantidad de personas, con limitaciones como el analfabetismo y los costos que conlleva su producción y divulgación, por lo que dejaba por fuera a las “masas” a la gran mayoría del pueblo y es entonces que *la palabra oral se escribe* (Barbero 1987,113).

Los procesos organizativos y la necesidad de estar en contacto con las noticias o acontecimientos del entorno hacen que la comunicación en general encuentre formas creativas y eficaces para mantener el intercambio y desde sus propias características,

⁶ No hay que perder de vista que cuando Habermas se refiere a quienes dialogan en esferas públicas está pensando en la burguesía, sujetos con poder social, económico y político, pero nos ayuda a definir como estos espacios públicos pueden generar procesos de organización social para el fin de esta investigación.

jueguen un papel primordial a la hora de producir contenidos e intercambiarlos, generando escenarios que permiten debatir llegando a acuerdos y marcando disensos (Rincón 2002).

Los medios de comunicación pasan a ocupar un lugar de poder y de intercambio que los legitima y les permite entrar en los espacios privados e incidir en los espacios públicos desde sus propios intereses (Rincón 2002).

¿Qué son los medios de comunicación? Historias que se expresan en un lenguaje afectivo, espectacular y gozoso; historias que exhiben las maneras de ser, sentir, pensar y representarse de una sociedad; historias que nos dicen cómo venimos siendo. Los medios de comunicación a través de sus mensajes y consistencia de actuación cotidiana han demostrado que son agentes de socialización, mecanismos por los cuales devinimos colectivo, de los cuales aprendemos las formas de comportarnos, valorarnos y aprender en la sociedad (Rincón 2002, 11).

Así en momentos de convulsión social y cambios políticos, llegamos a las décadas del 60 al 90, la radio se constituye en la “esfera pública” (Habermas 1989) por excelencia para informarse y amplificar discursos y discusiones políticas que llevarían a un cambio social (Castells 1993). Estas son épocas en las que las diferencias se acrecientan y las disputas por espacios de reivindicación social, hacen que no baste con tener medios radiofónicos, pues estos estaban en manos de una burguesía que no permitía que las clases populares o el pueblo accedan a ellos.

Estas transformaciones son las que permiten que la palabra oral alcance una nueva dimensión, una que amplificada a través de un medio de comunicación como la Radio, cargue de legitimidad los discursos que antes solo se decían entre las paredes de la casa y como actos de rebeldía se gritaban en la calle, pero que hasta ahora solo eran considerados como la “voz del pueblo” un pueblo inculto y al que se le restaba valor en todos los aspectos.

Esa legitimidad de los medios de comunicación hace que en su mayoría sean acaparados por quienes cuentan con poder económico y político para hacerlo, pues a partir de los años veinte, cuando mayor desarrollo tienen los medios en Estados Unidos, se da un giro a la forma de comunicar, ahora ya no se piensa únicamente en información y entretenimiento, sino en mercado, como lo afirma Martín-Barbero citando a Schiller "...la economía norteamericana, articulando la libertad de información a la libertad de empresa y de comercio, se dio a sí misma una vocación imperial" (Barbero 1987).

De esta manera no solo que se difunden masivamente las ideas de libertad, sino que también se vende. Por lo que los formatos de producción cambian y ahora se debe pensar en un "consumo de masa" como lo afirma Martín-Barbero, pues hay que imponer un estilo de vida distinto en donde ya no se valora el ahorro sino el consumo.

Estos cambios en la forma de comunicar y en la mirada de la comunicación como una herramienta para instalar ideas desde los sectores de poder hacen que la noticia cambie también y pase a ser una mercancía:

Convertida en producto, la noticia adquiere el derecho a penetrar cualquier esfera ampliando progresivamente la definición de lo público, absorbiendo y atenuando en ella las diferencias y contradicciones de clase y deteniéndose tan sólo en el límite extremo de la tolerancia media del público más amplio posible" (Barbero 1987, 157 - 4).

En un momento como este, en el que la comunicación esta acaparada por la política y por el mercado, es la Iglesia la que juega un papel importante, pues con el afán de evangelizar ven en la radio una herramienta importante para alcanzar sus objetivos y en ese camino de la mano con la Teología de la Liberación es que se logra acceder a las que luego se llamarían radios educativas.

1.2 La Radio Educativa y su transición a Radio Comunitaria

Es en este espacio en el que si tomamos en cuenta la historia de la radio debemos remitirnos al inicio de la entonces llamada Radio Educativa, que tiene como fecha de

partida el año de 1947, con el nacimiento de Radio Sutatenza en Colombia, pero sería en los años 60 y 70 en donde se extendieron por la mayor parte del continente (Geertz y van Oyen 2001, 31) y con otros “apellidos” como radio popular, comunitaria, ciudadana, pero siempre con objetivos comunes de servicio y cercanía social. Este punto de partida deviene de una corriente religiosa, por considerarlo un medio de fácil acceso para las comunidades y pueblos marginados de la sociedad o de los centros de poder y desde el que podían generar procesos de evangelización y educación.

Posteriormente y debido al rol protagónico que estas radios juegan en términos de organización es que otros grupos sociales, sindicales deciden fundar radios populares, como es el caso de Bolivia con las radios mineras (Geertz y van Oyen 2001, 33).

Para Claudia Villamayor y Ernesto Lamas la manera de nombrar a las radios viene definida por su función y la identidad con la que trabajan:

Las identidades y las características de las emisoras se construyen, y se han venido construyendo, en el cruce de estos dos factores: las demandas de determinados sectores de la sociedad y las respuestas que las radios dan a los mismos, pero también desde la construcción de los propios procesos internos como instituciones radiofónicas (Villamayor y Lamas 1998, 214).

El cómo las organizaciones se agrupan para determinar su accionar y sus objetivos están determinados por la “construcción de sentidos” que los definen y dan “identidad”, la misma que los diferencia de los demás grupos y de otras luchas. Siguiendo en esta afirmación a Manuel Castells “Identidades de resistencia: generadas por aquellos actores que se encuentran en posiciones / condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación y supervivencia basándose en principios diferentes u opuestos a los que impregnan las instituciones de la sociedad” (Castells 1997, 30).

Los procesos sociales están cargados de identidades y posicionamientos sociales que hacen que los discursos que se emiten en las radios populares se distingan claramente de los demás, en palabras de María Cristina Mata:

...en la comunicación radiofónica, como en toda práctica comunicativa y cultural, se pone en juego cuestiones afectivas, ideológicas, y sociales, los gustos y preferencias de cada quien, los juicios y opiniones que tenemos acerca de lo real, nuestras costumbres y creencias, nuestros modos de vivir, el lugar que ocupan en él los medios de comunicación masivos, el lugar que ocupa la radio (Mata 1993, 2).

Las demandas sociales cada vez toman mayor fuerza y con ello ya no solo hablamos de radios que intentan evangelizar y educar, sino que se van transformando en proyectos comunicativos, cuyo nacimiento ya no es externos, sino que se forja desde la misma comunidad y crean sus propios discursos (Peppino 1998), lo que genera nuevos sentidos:

En el siglo XX, la radio se ubicó cada vez más cerca de lo cotidiano, se impuso como el acompañante ideal para la vida diaria, el estar informados y sentir la música. La radio destacó las formas de la tradición oral y logró que lo popular - que no tenía cabida en la prensa - encontrara su posibilidad de comunicación, caracterizándose por renovar la cultura oral, esa vitalidad de lo espontáneo, de lo directo; la voz colectiva. Las noticias y la música se convirtieron en el fuerte de la radio (Rincón 2002, 12).

En América del Sur las cosas cambian cuando nacen las radios mineras en Bolivia con el objetivo de comunicarse en su propio idioma y sobre temas que consideran prioritarios para su vida diaria. En Ecuador se funda la primera radio educativa - popular, de la mano de Monseñor Leonidas Proaño en los años sesenta, Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador - ERPE.

La radio inicia un acercamiento a la comunidad y aunque en un principio tiene el objetivo de evangelizar en el camino la cercanía y la convivencia hacen que sus prioridades cambien hacia la organización social, la alfabetización, la reivindicación del uso del idioma kichwa y al desarrollo de proyectos productivos. Estos procesos cambian la forma de

relacionamiento del pueblo (audiencia) y el medio (radio educativa – popular) y se establezcan condiciones para que desde la propia comunidad se pueda acceder a la radio, con lo que más sujetos individual y colectivamente se interesen por aprender su funcionamiento, por producir contenidos desde sus propias convicciones y es justamente ahí en donde la legitimidad de la radio cambia, pues ya no se trataba de contenidos que se hacían en las grandes ciudades, por “personas estudiadas” o con el “derecho” a tratar ciertos temas, sino de un medio de comunicación en donde la voz de la comunidad, del vecino/a, amigo/a, familiar se escuchaba.

Las condiciones de la radio popular en el Ecuador se mantenían, como hemos visto, desde espacios externos a la comunidad, como la iglesia o los sindicatos, que aunque mantenían una proximidad y adaptaban sus condiciones para servirle, sus contenidos no necesariamente nacían de sus propias iniciativas, hasta que en los años 80, Monseñor Leonidas Proaño, preocupado por la continuidad del proyecto que había iniciado desde la Teología de la Liberación y al estar formalmente la concesión de la radio en manos de la iglesia, decide que la única manera de mantenerla del lado del pueblo y que siga luchando por las reivindicaciones sociales, económicos y políticas, por sus derechos, sería el dejarla en manos de sus trabajadores y colaboradores, personas que al ser parte de la comunidad y estar directamente vinculados a la radio podían mantener firmes los principios con los que se fundó.

Según la investigación que plantean Andrés Geertz y Víctor van Oyen “Una radio se hace comunitaria cuando se entrega a la comunidad, cuando atiende sus gustos y necesidades. Es un estilo de vida, de relación con el público” (Geertz y Van Oyen 2001, 36).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias – AMARC nace en el año 83 ya con una especificidad en radios comunitarias y en la apuesta por defender el derecho a acceder a frecuencias, ya que varias radios sufrían la persecución del Estado e instancias privadas, que las trataban de “libres”, “piratas”, “ilegales”, “truchas”, entre otros apelativos que lo que intentaban era no permitir que los medios masivos, en especial la radio, estén en manos de la comunidad y mucho menos si para ello, esta se organizaba.

En cuanto a los avances en materia de democratización de la comunicación y el acceso a frecuencias para medios comunitarios, en Ecuador, se avanzó entre los años 2008 y 2017, desde la inclusión de este sector en la Constitución Política del Estado y la aprobación de una Ley Orgánica de Comunicación. Y aunque son varias las voces desde los sectores privados que pretenden eliminarlas, con seguridad podemos afirmar que es el marco legal más avanzado en el mundo al reconocer derechos y distribuir el espectro radiofónico en tres tercios (34% para medios comunitarios; 33% para medios públicos; y 33% para medios privados).

Así, AMARC afirma que “...En esta línea el objetivo de todas estas experiencias es el mismo: mejorar el mundo en que vivimos. Democratizar la palabra para democratizar esa sociedad injusta a la que nos quieren acostumbrar los dueños del dinero y del poder” (Geertz y van Oyen 2001, 36).

En este contexto, las radios comunitarias cuentan con características distintas a lo conocido hasta el momento pero una característica común, “el ser cercana”. Radios que cuenta con estas características según Ana María Peppino:

- Consolidar y defender un proyecto de radio que garantice el acceso a la palabra a todos los grupos o sectores de la población a quienes siempre se les ha negado su uso.
 - Tomar en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirven.
 - Representar la diversidad cultural del entorno.
 - Apoyar y promover los cambios sociales necesarios para lograr una sociedad más justa.
- (Peppino 1998, 35)

Como se desprende de los antecedentes la vida de los ciudadanos y las ciudadanas atravesada por temas políticos, religiosos, económicos, culturales, sociales y de toda índole en donde se juegan intereses colectivos se ven en la necesidad de organizarse, unirse para alcanzar los objetivos que se proponen.

Esta forma de actuar en conjunto, como se demuestra en las acciones de los movimientos indígenas y de la sociedad civil ha encontrado en las radios comunitarias un aliado, una estrategia para amplificar sus demandas y alcanzar sus reivindicaciones.

Capítulo 2

De audiencias a sujetos sociales

2.1 De receptor pasivo a audiencia activa

Remitiéndonos a los preceptos de la comunicación más básica en la que se planteaba la existencia de un emisor, un medio/mensaje, y un receptor, se analiza a la audiencia desde varias corrientes que definen desde sujetos sin identidad que reciben el mensaje de manera pasiva, hasta audiencias activas que transforman los mensajes según su contexto.

Identificamos que son muchos los estudios de audiencia que se realizan año tras año para determinar el “primer lugar de sintonía” y así obtener mayores y mejores contratos publicitarios. Por ello se han realizado estudios que tienen un enfoque que va desde la “agenda setting” hasta llegar a la teoría de usos y gratificaciones en donde Katz plantea que el receptor juega un papel dado por la cultura en que se desenvuelve (Katz 1990).

La audiencia es estudiada en los años noventa a través de encuestas de consumo cultural y como es de esperarse de ellas se obtienen datos generales como tiempos de consumo de los medios y de los espectáculos, según lo afirma Sunkel. Siendo esta la forma tradicional de mirar a la audiencia, como un dato, números que nos dicen que medio es el más seguido y por ende en donde se debe invertir en publicidad (Sunkel 2006).

Los estudios de recepción tienen una variedad de entradas e interpretaciones que posibilitan contar con análisis, propuestas y apuestas que van de la mano con las teorías de la comunicación. Haciendo un breve recorrido podemos encontrarnos con algunas de las más importantes y que han sido tomadas en cuenta para esta tesis:

- Desde el Funcionalismo, una de las teorías más tradicionales, donde la relevancia está en el mensaje, el emisor y el medio, siendo el *feedback* o la retroalimentación por parte de la audiencia prácticamente nula, de ella únicamente se espera una respuesta reactiva al mensaje emitido, considerando así al receptor como simple recipiente sin capacidad de análisis (Laswell 1927). Sería en los años 40 cuando se

da un vuelco al postulado, aunque dentro del mismo Funcionalismo, y se empieza a pensar en el “sujeto activo” desde la teoría del “doble flujo de la comunicación” y se analiza a las audiencias desde su posibilidad de escoger lo que satisface sus necesidades y así recibir su recompensa, desde el postulado de “Usos y Gratificaciones” (Lazarsfeld 1940).

Sería Paulo Freire, quien reflexiona sobre los peligros de considerar a la “audiencia” o al receptor, como un mero recipiente en el que pasivamente se pueden depositar contenidos y que estos serían simplemente asumidos, sin una decodificación y mucho menos una posición crítica, frente a lo que se recibe (Freire 1970). Esta investigación toma en cuenta la postura de Freire sobre la manipulación que se puede dar en la comunidad si se asume al receptor como pasivo:

...El primero actúa, los segundos tienen la ilusión de que actúan, en la actuación del primero; éste dice la palabra; los segundos, prohibidos de decir la suya, escuchan la palabra del primero. El invasor piensa, en la mejor de las hipótesis, sobre los segundos, jamás como ellos; éstos son "pensados" por aquéllos. El invasor prescribe, los invadidos son pasivos frente a su prescripción... (Freire 1984, 44).

Con ello se piensa en una comunicación unidireccional que intenta ganar audiencia desde la construcción de contenidos que, según el criterio de cada medio de comunicación, toma en cuenta el gusto de la gente de forma universal, sin pensar en sus características, en sus necesidades y mucho menos en sus problemas. De esta manera “*universalizan un modo de vivir*” (Barbero 1987, 156).

- El Estructuralismo propone la existencia de una audiencia que decodifica mensajes y por lo tanto los recibe de una forma crítica. Basada en análisis de los signos, significantes y significados (Hall 1982). Al recibir el mensaje se lo sabe cargado de ideología, la misma que se encuentra en su propia estructura y está codificada por quien los produce, es por ello que el acercamiento de la audiencia se hace desde una recepción crítica.

A decir de María Cristina Mata la comunicación es más que la emisión y recepción de mensajes y lo plantea de la siguiente manera:

Durante mucho tiempo, la noción de comunicación se redujo y empobreció al considerársela como un mero proceso de transmisión de mensajes. Como la transmisión de unos significados cristalizados en ella gracias a las operaciones de codificación realizadas por el emisor. Como un proceso que se consideraba exitoso o satisfactorio cuando tales mensajes eran decodificados por el receptor en el sentido previsto por el emisor (Mata 1993,1).

Guillermo Sunkel identifica los dos desplazamientos teórico-metodológicos en América Latina, descritos anteriormente de la siguiente manera:

...El primero es el paso del estudio *del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica*. Durante los años setenta y hasta comienzos de los ochenta los estudios de la comunicación en América Latina estuvieron abocados en gran medida –aunque no únicamente- al análisis de los mensajes de los medios masivos en tanto soportes de la “ideología de la dominación”...Pero ya a comienzos de la década de 1980 la preocupación dominante por el análisis ideológico del mensaje comienza a ser desplazada por una temática radicalmente distinta: *la recepción crítica* (Sunkel 2006, 18-19).

Posteriormente hay un cambio y se piensa en una “audiencia activa” tomando en cuenta que los receptores se acercan a los medios de manera consciente (Silverstone 1999), pero esto deja por fuera variables importante de la interacción entre emisor y receptor.

Sin embargo existen espacios mucho más comprometidos con la audiencia y su estudio lo que requiere de una transformación en la forma de abordarla, transformación que nos lleva hasta los estudios culturales, tomando en cuenta la “inflexión...que se produce desde los británicos hacia los latinoamericanos en los años noventa” (Sunkel 2006, 15).

- Con los Estudios Culturales las audiencias son analizadas desde el uso o consumo de los medios desde su propio contexto, lo que influye a la hora de interpretar los mensajes. David Morley nos propone a las “Audiencias Activas” (Morley 1992) en constante interacción entre su propio “contexto y el texto” que le ofrecen los emisores. Sería Jhon Fiske quien en 1987, apoyado en la teoría de la hegemonía de Gramsci, quien habla del “Sujeto” dentro de una dimensión social que lo influye por lo que puede producir sus propias interpretaciones de los mensajes desde el contexto en el que se desarrolla y marca su identidad (Fiske 1987). Jesús Martín-Barbero es uno de los exponentes de las “Audiencias Activas” desde su propuesta teórica “De los medios a las mediaciones” en donde reflexiona sobre la importancia del contexto y de los procesos culturales en interrelación entre las diversas culturas y los mismos medios masivos (Barbero 1987).

Si enlazamos a la audiencia activa con la radio popular entenderemos que los procesos de reflexión desde los contextos particulares de cada comunidad lograron que se amplifique y se intercambie culturas, necesidades y demandas sociales. Tomando en cuenta su propia realidad.

Desde esta categoría se entiende que los estudios culturales han pasado por un proceso de comprensión y análisis de la audiencia como receptora pasiva hasta determinar que quienes consumen medios son “sujetos sociales” (López 1999) y que tienen una participación activa frente a los mensajes que reciben.

Esta es la corriente permite pensar en audiencias activas, capaces de formarse su propio criterio con el material que les ofrecen los medios de comunicación. Audiencias que contrastan la información, que la verifican y que pueden aplicarla o no a su cotidianidad. Guillermo Sunkel afirma que:

El segundo movimiento teórico-metodológico es el que va *de las culturas populares al consumo*... Martín Barbero plateó la necesidad de pensar la comunicación desde lo popular... (Sunkel 2006, 21).

Estas formas irán variando hasta que nos encontramos con la propuesta de Maritza López, quien trabaja en una investigación en la que aparece el cambio de simple audiencia por sujetos sociales:

...Maritza López de la Roche realiza el proyecto “Los niños como audiencias”, cuyo objetivo central consistió en la exploración de los imaginarios que sobre la familia, el barrio, la ciudad, el país y el mundo tienen los niños y el papel que en este contexto juega la televisión. El trabajo rompe con una postura que reduce a los niños a audiencias “vulnerables” y “manipulables” para considerarlos como sujetos sociales, receptores activos e mensajes mediáticos, que constituyen una audiencia importante frente a la televisión (López 1999 en Sunkel 2006, 34).

2.2. Desde la construcción de identidades hacia los sujetos sociales.

Esta tesis da cuenta de los procesos por los que las sociedades - comunidades atraviesan, desde distintos contextos, trastocadas por la disputa de espacios y poder, por el limitado acceso a espacios de decisión, por sus propias comprensiones del mundo, por las formas de articulación y por la construcción de identidades hasta constituirse en sujetos sociales capaces de incidir y cambiar su entorno hacia condiciones más favorables.

Las radios comunitarias, cuentan con experiencias que dan testimonio de la necesidad de unidad y organización que, bajo una apuesta común, pueden generarse en la comunidad. Un ejemplo de ello es la composición de su coordinadora, CORAPE, ya que está conformada por radios socias de diferentes características y posiciones (católicas, evangélicas, luteranas, indígenas, de organizaciones sociales, privadas, públicas y comunitarias) que, a la hora de defender la democratización de la palabra, la participación ciudadana, los derechos humanos y sociales, planes de formación y capacitación, pueden organizarse y plantearse apuestas comunes. A decir de sus directivos (2015) “la unidad en la diversidad es posible, siempre que se encuentre la causa común y se respete las diferencias, que es desde donde somos más complementarios y nos define como organización plural, diversa, al igual que el Ecuador”.

Son justamente estos procesos de organización, capaces de articular a varios sujetos particulares por una propuesta común, lo que configura una “acción colectiva” (Mc Adam, Tarrow, Tilly, entre sus principales exponentes), es decir, depende del estímulo externo y las necesidades particulares para que se logre una organización social que al actuar en conjunto puede constituirse en un movimiento social.

Entre las radios comunitarias y la comunidad se establece una relación de confianza y complementariedad, en la que mutuamente ven una oportunidad política, social y organizativa para realizar sus demandas, pero también para amplificar su cultura, su idiosincrasia, su idioma y proyectarse al futuro. Para Tarrow son estas oportunidades las que hacen la diferencia entre lograr objetivos a pesar de las circunstancias adversas que pudieran tener, como escasos recursos económicos o influencia política limitada. Cuando se alcanza unidad, también se suman fortalezas de las que dependen sus logros (Tarrow 1997).

Para objeto de la investigación tomaremos en cuenta a la audiencia de las radios comunitarias como esos sujetos sociales, que vieron en este medio de comunicación en particular su oportunidad de organizarse, movilizarse, de ser escuchados y de convertir sus demandas y propuestas en una “acción colectiva”.

Con ello podemos afirmar que se van formando “grupos” o “movimientos sociales” que tienen algo en común: el ser excluidos y por otra parte fines comunes: demandar sobre todo del Estado atención a sus necesidades o el respeto de sus derechos. En palabras de Sidney Tarrow:

... la gente se suma a los movimientos sociales como respuesta a las oportunidades políticas, y a continuación crea otras nuevas a través de la acción colectiva (Tarrow 1997, 49).

Los “movimientos sociales”, complejas formaciones que unen objetivos comunes, con espacios de confrontación ideológica y articulación, son experiencias en donde no siempre todo lo que el individuo busca se cumple y en donde el bien común supera las demandas

particulares. Para Neveu “Las formas de acción colectiva concentrada en favor de una causa serán designadas (...) con el término <<movimientos sociales>>... así un movimiento social se define con la identificación de un adversario” (Neveu 2002, 32).

Si nos ubicamos en las décadas el 60 al 90, podremos identificar en América Latina, varios adversarios comunes para una mayoritaria población marginada, excluida del acceso a derechos básicos como educación, salud, vivienda, empleo digno, entre otros. Las condiciones que marcaron evidentes diferencias entre una burguesía de caudillos y un pueblo oprimido, crea las condiciones para el surgimientos de acciones colectivas y movimientos sociales que acompañados de la amplificación y procesos organizativos que se concretaban en las radios educativas, populares y comunitarias, concluyeron con reivindicaciones impensadas fuera de la unidad, por nombrar algunas: reformas agrarias, educación en idioma propio, acceso a salud, democratización de la comunicación desde el acceso a medios de comunicación, entre otros.

Considero importante valorar en este trabajo investigativo otros acercamientos conceptuales, desde una visión contemporánea y propositiva que da la construcción y experiencia suramericana y que, a mi modo de ver, pueden constituirse en nuevas formas de abordar y generar conocimiento desde nuestro propio contexto. Desde esa mirada analizaremos la siguiente propuesta de acercamiento diverso al término “movimiento social” desde la expresión:

...“capacidad de intervenir en asuntos públicos” a la ola de luchas movilizaciones y levantamientos, locales, regionales y, a veces, nacionales (...) son básicamente acciones colectivas de lucha donde heterogéneos contingentes sociales recuperan, antes que cualquier otra cosa, la capacidad colectiva de intervención en asuntos públicos a partir de la impugnación de lo que se impone como decisión política ajena, perjudicial y dañina para la vida colectiva (Gutiérrez 2017, 18).

Si pensamos en la capacidad de organización y movilización que se da a través de las radios educativas, populares, comunitarias y ahora ciudadanas, desde los objetivos que persiguen,

entendemos que este es el espacio de conjunción de una comunidad marcada por la discriminación y su necesidad de articulación con “otros” sujetos privados con las mismas apuestas para formar un “colectivo” dispuesto a cambiar el contexto desde “luchas sociales”. Siguiendo a la autora, nos plantea la recuperación el término de “lucha” que a su entender quedo en “segundo plano” cuando fue sustituido por el concepto de “movimiento social”:

A partir de ello, en diversos países ha ocurrido lo que podemos llamar la <<paradoja de la teoría de los movimientos sociales>>: lo que pretendía ser una ampliación renovada de la comprensión de la lucha social y de sus potencialidades transformativas - más allá del corsé clasista ortodoxo de corte obrerista que entiende lo político y la política como la conformación de un gran sujeto colectivo centralizado y jerarquizado que disputa el poder del capital mediante la ocupación o toma del estado – paulatinamente ha reinstalado un calco del esquema argumental anterior, sobre todo en el uso político del término, por la vía de la sustitución de <<clase obrera>> por la más polisémica noción de <<movimiento social>>...que únicamente recompone ciertas formas de acumulación del capital... (Gutiérrez 2017, 20-21).

Desde esta nueva forma de pensar a los “movimientos sociales” y con la mirada puesta en la trascendencia de las “luchas sociales”, para el contexto ecuatoriano y latinoamericano, el que se reconozcan a los medios comunitarios y a la hasta ahora llamada audiencia, como “sujetos sociales” (Peppino 1998) se hace prioritario para reivindicar los procesos sociales que se han librado con y desde los medios comunitarios y las comunidades y no verlos como elementos aislados o eventuales por los contextos que se vivían, sino como un permanente acompañar y librar las luchas que sean necesarias en conjunto.

2.3 De audiencia a comunidad/productora

Para las radios comunitarias la programación responde a su vinculación con procesos sociales, a su identidad misma, trabajada y construída desde la base social es por ello que en las radios comunitarias cuando se refieren a las personas que los escuchan y siguen diariamente no aluden al impacto que han tenido en el “*rating*” o a números fríos de una encuesta para medir su nivel de aceptación, sino que hablan de procesos sociales que se han

generado desde diversas luchas, constituyéndolos como “sujetos sociales” lo que van más allá del término “audiencia”:

...este fenómeno comunicativo que forma parte de un proceso de constitución de un colectivo que, interpreto, reúne todas las posibilidades de devenir en sujeto; entendido éste, como formas particulares de expresión social que se constituyen en mediaciones de poder y de lucha dentro de la estructura de la sociedad... (Pepinno 1998, 28).

Las radios comunitarias no solo interpretan lo que la comunidad necesita, sino que forma parte de ella y la participación, influencia y confianza que se va generando es mutua desde allí se convierten en “sujetos sociales”. Esta confianza manifiesta en las radios comunitarias cuenta con varios ejemplos de los que tomaremos uno que da cuenta de la credibilidad de estos espacios comunes y que al vivirlo personalmente, pude constatarlo:

En octubre del año 2000, mientras estaba en la ciudad de Riobamba para realizar un taller sobre comunicación comunitaria y salud pública, amanecía con una noticia alarmante en un canal privado de televisión: “FLASH INFORMATIVO, ULTIMA HORA: volcán El Altar, en erupción, la población de Riobamba y alrededores estaría siendo evacuada” Como es de suponer la primera reacción fue de angustia y al acercarme a la venta de la habitación del hotel vi que no existía ninguna alarma. Al preguntar en la recepción sobre el acontecimiento me dijeron “Tranquila, Escuelas Radiofónicas, dice que “El Altar” es un volcán inactivo y lo que sucedió es que hubo un deslave, pero en la zona si hay mucha afectación”. Fuera de la parte anecdótica, este acontecimiento me hace reflexionar sobre el poder de los medios y sus influencias en la sociedad, pues por una noticia no confirmada y descontextualizada se podía generar pánico en la población y por otro lado confirmar que la necesidad de medios comunitarios es imperante, pues nadie más que la misma población para conocer su contexto, su entorno y dar la “tranquilidad” y seguridad a la comunidad de que si su radio dice que no pasa nada, pues así es.

Es por ello que esta propuesta teórica estará enmarcada principalmente en las formas de relación que se establecen entre sujetos sociales (comunidad y radios comunitarias) de tal

manera que participan activamente en la planificación de la parrilla de programación y en la producción de programas informativos y educativos principalmente. Pensar en la audiencia como sujeto social nos lleva a plantearnos una participación activa, comprometida y no únicamente de sujetos aislados con “gustos universales” como antes lo explicamos.

Esta radio, que convoca, que legitima y que es una unidad con sus interlocutores, se enmarca como una radio distinta a las que se conocían, pero al igual que muchas otras radios y medios de comunicación se preocupan por conocer a su audiencia en un caso y no desvincularse de la comunidad en el otro. Y aunque la preocupación sea similar la raíz de la misma es distinta, pues para los medios comerciales se trata de una preocupación por el consumo y subir sus niveles de popularidad para poder poner a la venta esa audiencia como “*rating*” y así vender más publicidad. Para los medios comunitarios la preocupación tiene que ver con la educación, la reivindicación de derechos, con la mediación para conseguir mejores condiciones de vida, sobre todo en sectores subalternos y olvidados por los gobiernos de turno y aunque no deja de ser importante, por cuestiones de sostenibilidad económica, la venta de publicidad pasa a un segundo plano y esta no sustituirá o se superpondrá a los intereses de la comunidad.

De esta manera la radio comunitaria asume espacios que el Estado ha dejado de lado al igual que una parte de la sociedad, por ello y con la credibilidad que van ganando es que se genera un cambio en la comunicación, en la forma de producir contenidos y de amplificar las ideas desde quienes se sienten excluidos.

La comunicación ha sido y sigue siendo la forma como los oprimidos coordinan y articulan sus comportamientos, ya sea para resistir a los opresores o para desafiar la dominación (Zibechi 2008, 93).

La programación de las radios comunitarias no se construye al azar; no es el producto de un grupo de personas que creen interpretar las necesidades y sentires de la población; no es un conjunto de programas que se colocan de forma estratégica para alcanzar beneficios económicos. Para los medios comunitarios la importancia de la comunidad no radica

únicamente en conocerla y desde allí garantizar su trabajo sino que se la entiende como “sujeto social” (Peppino 1998) empoderado de los contenidos de su radio comunitaria y comprometido a ser parte de la producción de los mismos.

La radio comunitaria ofrece un espacio en el que la interacción con la comunidad es un hecho cotidiano y no se basa únicamente en tener los primeros lugares de sintonía en los estudios de audiencia que por lo general toman en cuenta la preferencia aislada sobre programas específicos e indicadores por horarios, edades y clases sociales que pueden ser muy interesantes pero que no muestran el universo del medio de comunicación.

La interacción, la cercanía y credibilidad de la radio comunitaria se construye en la calle, en la comunidad, en el día a día de quienes hace de la radio y lo definen como un espacio de confianza, incluso de confidencialidad y como consecuencia lógica estas radios se convierten en medios de comunicación no solo preferidos por la comunidad sino que se vuelven referentes en las luchas sociales y en muchos casos los representantes de las mismas (Mata 2006).

Por ello la forma de competir por estos espacios hace que la radio cambie sus estrategias como lo expone María Cristina Mata:

...la radio –desestimado desde otras perspectivas- no sólo por ser estadísticamente un medio de alto consumo a nivel popular, sino porque, en su competitiva relación con la televisión, ella ha debido redefinirse, ganar un nuevo puesto: no ya la del aparato que “convoca a ser oído”, sino más bien, la del que se “acomoda al oyente”, la del medio que se deja regir por la cotidianeidad de sus receptores definiéndose como acompañante y servidor... (Mata citada en Sunkel 2006, 291).

Estaríamos enfrentándonos a radios que cambian para adaptarse a las nuevas formas de consumir medios y al mismo tiempo a la construcción de nuevas audiencias distintas, como lo propone María Cristina Mata llamándolas “*audiencia popular*” (2012) y que la identifica como un sector que se ve como desposeído, en un estado de indefensión y por ello su

identificación con la radio comunitaria, que se encuentra en sus mismas condiciones, los hace cercanos. La radio con una ventaja, el poder amplificar la voz de esta naciente audiencia popular y por lo tanto poder convertirse en mediadora entre el Estado y sus necesidades. Para Mata, una activa participación de la audiencia requiere de condiciones particulares en los medios de comunicación que la hagan efectiva y que al mismo tiempo, sin pasar a ser la responsable de la producción diaria, la “audiencia popular” pueda influenciar en la toma de decisiones de los programas que se difunden.

Así las radios comunitarias son quienes ofrecen estas condiciones particulares, pues cumplen con un rol social, en el que lo importante es la comunidad y sus necesidades. Esto la aleja de los medios comerciales cuyo interés es asegurar una audiencia – “*rating*” que permita la venta de publicidad y de los medios públicos que aunque tienen un rol social en la mayoría de los casos se encuentran atravesados por intereses políticos partidistas.

Entendiendo que existen roles que cada quien asume y que se puede participar de los dos, ser en algunos casos receptor y otros emisor, la propuesta sería que nos preguntamos si hoy en día podemos ser los dos al mismo tiempo, y así cada vez más, participar de los medios, en especial de los medios comunitarios que por sus propias características dan el espacio necesario para este intercambio – interactivo. Desde ahí propongo que se defina a la comunidad como algo más que una audiencia comprometida o popular y que se tome en cuenta que su rol es mucho más protagónico desde el constituirse en “sujeto social” como ya antes lo vimos, y que además de ser co-productora de contenidos también puede ser parte integral de la fundación de medios comunitarios, estando presente desde el planteamiento de objetivos, roles y alcances que deben tener, convirtiéndola en comunidad/productora. Para argumentar esta propuesta tomaré parte del planteamiento de Omar Rincón en “No más audiencias, todos devenimos en productores” (2007), donde, desde el resumen del documento, nos dice:

Ya no es posible sólo ser consumidores, nos toca ser ciudadanos...las audiencias deben convertirse en productoras de mensajes y en culturas de resistencia que desde sus estéticas, narrativas y necesidades encuentren un lugar en el mundo de las pantallas. Las audiencias

nuevas dejan de ser consumidoras y pasan a ser productoras de sus propias pantallas; esa es la posibilidad política, comunicativa, cultural y tecnológica. Hoy todos devenimos en productores (Rincón 2007, 94).

Desde el planteamiento de Rincón podemos retomar los postulados de Freire (1970) sobre no reproducir la cultura de los opresores, tanto en procesos culturales, educativos como comunicativos, invitándonos a plantearnos otra forma de mirar al mundo desde nuestro contexto propio y desde allí construir formas alternativas de relacionarnos.

Omar Rincón hace un recorrido por las formas de acercarse a la audiencia desde los análisis a los que se les somete, siempre estudiándola, preguntándole, pensando en que necesita, le gusta, quiere, le impacta, le motiva a comprar, pero reflexiona sobre su utilidad, porque finalmente “sabemos cómo somos como audiencia pero no como incidir en la producción.

Hay pocos diálogos entre las investigaciones que dicen que las audiencias saben asistir a los media y saben usarlos, y los que crean y producen mensajes” (Rincón 2007, 97). Su propuesta se enmarca en dejar de ser “audiencias/consumidoras y devenir en audiencias/productoras de mensaje” desde cada sujeto, pues “no todos somos iguales para significar”. Desde esta propuesta de cambio de roles de la audiencia es que planteo que, al menos en términos comunitarios, se deje de nombrar como audiencia a quienes no solo consumen medios comunitarios sino que son parte fundamental de su fundación, desarrollo y permanencia a lo largo del tiempo y se pase a nombrarlos como comunidad/productora, dándole el rol protagónico que le corresponde y motivando a que cada vez más comunidades asuman su responsabilidad de producir desde sus propias identidades, en palabras de Rincón “nos toca ser ciudadanos” (Rincón 2007, 94).

Capítulo 3

Estudios de casos: Radios comunitarias como Sujetos Sociales

A continuación describiremos los procesos de construcción y constitución de los medios comunitarios desde categorías como la construcción del “común” y la producción en red, que hace de las radios comunitarias un espacio de articulación en donde convergen diferentes formas de ver el mundo desde las propias perspectivas, culturas, idiomas y afectaciones logrando desde allí convertirse en “sujetos sociales”.

Este análisis se basará en como las formas de fundarse y el fin mayor de las radios comunitarias, aunque hayan sido promovidas por la Iglesia o por organizaciones sociales, terminan fortaleciendo objetivos de la comunidad sobretodo organizativos, educativos e informativos, para ello tomaremos las palabras de Mauro Cerbino en una entrevista realizada en agosto de 2016 en la ciudad de Quito por la autora de esta tesis:

...dado que el sentido de pertenencia está relacionado con el sentimiento de compartir una historia y un lugar común con un colectivo, el sujeto comienza a creer que pertenece a grupos y comunidades que se han construido, en parte, a través de los medios. En consecuencia, también participa en la configuración de una nueva clase de responsabilidad colectiva más democrática, en tanto que dirigida hacia los otros no-presenciales y compartida por personas que no pertenecen necesariamente a la misma comunidad local (Cerbino 2016).

De igual manera si nos remitimos a la política y la forma de organización de la comunidad, se deben respetar la convivencia de las culturas y de cómo se manifiestan en la práctica es así que defensa de la palabra se convierte en una bandera de lucha para muchas comunidades y organizaciones que generalmente son aisladas de las decisiones centrales de los países:

...se afianza en la defensa de lo común, disloca la capacidad de mando e imposición del capital y del estado y pluraliza y amplifica múltiples capacidades sociales de intervención y decisión sobre asuntos públicos: dispersa el poder en tanto habilita la reapropiación de la

palabra y la decisión colectiva sobre asuntos que a todos competen porque a todos afectan (Gutierrez 2017, 71).

Desde allí revisaremos y conjugaremos las distintas formas de organización, influencia e incidencia de tres radios comunitarias que desde espacios plurales han contribuido y se han transformado a sí mismas en el entorno de la comunidad en “sujetos sociales”.

3.1 Caso: Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador – ERPE: contexto y antecedentes históricos

En Colombia, en los años cincuenta, Monseñor Leonidas Proaño Villalba, encuentra la motivación para fundar las escuelas radiofónicas populares en Ecuador, al conocer la experiencia de Radio Sutatenza (1947), dirigida por el Padre José Joaquín Salcedo. Una radio desde la que se educaba a las personas con menos posibilidades económicas y además se evangelizaba.

A su regreso al Ecuador, Monseñor Proaño conmovido por las condiciones en las que vivían los indígenas de Chimborazo decide cambiar su situación, pues los consideraba los más pobres de entre los pobres, ya que no se consideraban personas con derechos y por lo tanto se conformaban con la situación en la que vivían. Estamos hablando de una época en la que en Ecuador, se consideraba a los indígenas seres sin alma, al punto que las haciendas eran venidas con ellos incluidos.

En 1962, se funda ERPE – Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, una radio localizada en el centro del país, en la región sierra, provincia del Chimborazo, con su sede en la ciudad de Riobamba, desde donde iniciaría un proceso evangelizador, educativo, organizativo e incluyente. Una de las primeras acciones que desarrolla es la alfabetización, seguida de la reivindicación del uso del idioma kichwa en espacios públicos, en este caso en la radio.

Proaño, mantenía a Radiofónicas, en parte, con una cena de millón de sucre, que se realizaba cada año. Invitaba a personas pudientes para que vengan a cenar y que dejen sus

donaciones, cada año, al ser convocados por un Monseñor, la gente venía y dejaba su platita. Esto hasta que se enteraron que los fondos eran utilizados para que los indios se eduquen y reclamen sus derechos, al siguiente año, ya nadie vino ⁷

Mientras los años pasaban Monseñor Proaño se da cuenta que los campesinos e indígenas no solo necesitan educarse, saber leer y escribir, sino que necesitan de procesos organizativos para no seguir siendo marginados y sometidos, para reclamar sus derechos y reivindicarse como “sujetos sociales” (Peppino 1998). Por ello sería tachado de “Obispo Rojo” como una forma de insulto a su accionar, pero del otro lado como una muestra de cariño los indígenas le llamaban “*Taita Proaño*”⁸.

En el Ecuador los gobiernos de derecha, en los años 80 y 90 agobiaban con sus políticas a las clases media y baja, medias económicas que privatizaban servicios públicos como el agua y mantenían a los indígenas en condiciones paupérrimas, trabajando la tierra pero sin acceso a ella. En este contexto ERPE mantiene su línea de trabajo en la que se da valor a la organización social, entendida desde la “acción colectiva” (Neveu 2002) que en los años 90, alcanzaría uno de sus más importantes logros, cuando se logró detener una política de Reforma Agraria, contraria a sus intereses. Es decir que, en conjunto el naciente movimiento social y la radio comunitaria, disputarían espacios y reivindicaciones desde lo que se entiende por “contienda política” desde McAdam, Tarrow y Tilly:

Por contienda política se entiende: la interacción episódica, pública y colectiva entre los reivindicadores y sus objetos cuando; (a) al menos un gobierno es uno de los reivindicadores, de los objetos de reivindicación o es parte de las reivindicaciones y (b) las reivindicaciones, caso de ser satisfechas, afectarían a los intereses de al menos uno de los reivindicadores (McAdam, Tarrow & Tilly 2005, 5).

⁷ Juan Pérez (director FERPE), en conversación con la autora, Riobamba 20 de noviembre del 2016.

⁸ Palabra kichwa que significa Papá o Padre.

Entre las principales acciones desarrolladas⁹ por ERPE y la comunidad con y para la que trabaja, se cuenta lo siguiente:

- Alfabetización por radio, 20.000 indígenas y campesinos de 13 provincias del Ecuador participaron en este programa: 1962 - 1974
- Sistema de Teleducación (Educación formal a distancia), con apoyo de la radio. 16.000 indígenas y campesinos fueron alumnos de este programa educativo: 1975 ‘1986.
- Hospedería Campesina, para dar albergue a cientos de indígenas que trabajaban en la ciudad: 1965 ‘ 1982
- Cursos: Biblia, Primeros Auxilios, Manualidades, Periódico Jatari Campesino, Nutrición, Formación de Líderes, Cooperativismo, Agronomía, Mejoramiento del hogar (Huasipi Ruranata Yachana) e intermediación ante instituciones y autoridades, con la participación de jóvenes, mujeres, adultos campesinos e indígenas.
- 18 horas diarias de programas de radio: informativos, de promoción, educativos, de evangelización, culturales, musicales, en Quichua y Castellano.
- Servicio de salud curativa, primero ambulante (1965 ‘1968), luego, con consulta externa y salas de hospitalización con atención a un promedio de 5.000 pacientes por año. Este servicio dio atención hasta 1998.

Dada que la vida de los sacerdotes está marcada por los cambios que la iglesia les impone y por su condición de salud, Monseñor Leonidas Proaño, toma la decisión de entregar la administración y control de la radio a los trabajadores y colaboradores de la misma, con la condición de que mantengan la línea con la que fue fundada, pues no creía que la Iglesia iba a mantener el carácter popular de ERPE. Sería así que, desde el año de 1974, el proyecto se

⁹ Tomado de la página de ERPE www.erpe.org.ec (<http://www.erpe.org.ec/index.php/2013-07-17-13-39-49/history>)

mantiene desde la propia comunidad, pues las personas a cargo son parte de los campesinos, indígenas y mestizos de la zona.

Hoy en día cuentan con una línea de trabajo comprometida desde los programas que producen en la radio, desde la comunidad y espacios que organizaciones y grupos sociales solicitan. Dando cuenta de su proceso participativo. Con el tiempo ERPE va creciendo y adaptándose a los cambios sociales, económicos, políticos y tecnológicos del país y el mundo es así que, según narra Juan Pérez¹⁰, hoy cuentan con los siguientes proyectos:

- RADIO ERPE: que mantiene su línea de trabajo de comunicación intercultural y participativa.
- SUMAK LIFE: inició como un proceso de educación sobre agricultura orgánica que se emitía por la Radio y que los campesinos pidieron que no solo sea oral, sino que se lleve a la práctica en conjunto. Es así que inicia un camino de experimentación con aciertos y tropiezos que hoy contribuye con la economía de familias de la zona, exportando quinua orgánica a Europa y Estados Unidos, además de procesarla en otros productos como galletas, cereales, etc.
- SUMAK DREAM: un proyecto para construir viviendas populares y con planes de financiamiento accesibles.
- SUMAK TARPUY: pequeños productores de quinua orgánica, plantas medicinales y granjas integrales de varios Cantones de la Provincia de Chimborazo.

Como todo proyecto social que crece o se detiene al ritmo de la comunidad, se puede denotar que las discusiones por el marco referencial de ERPE han sido permanentes e incluso en algunos momentos conflictivas, pues las ideologías y las formas de leer el contexto son diferentes desde una comunidad también diversa. En este último periodo nos encontramos con una misión, visión y valores¹¹ que muestran su procedencia como un rasgo distintivo que marcará su labor actual desde la intercultural, la defensa de los derechos y con una mirada al futuro pensando en un cambio de la realidad y los contextos para alcanzar la vida digna de la comunidad.

¹⁰ Juan Pérez (director FERPE), en conversación con la autora, Riobamba 20 de noviembre del 2016.

¹¹ Anexos misión, visión, valores de ERPE

Su crecimiento hizo que tengan que constituirse como Fundación en la que se agrupa todos los proyectos antes descritos bajo el nombre de FERPE – Fundación Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, bajo la administración de sus colaboradores y trabajadores.

La información oficial de radio ERPE, da cuenta de su rol como medio comunitario, en el que la participación tiene prioridad, así recogemos algunas de las principales características:

- Su alto nivel de participación: el 90% de los programas de ERPE tienen una participación en directo y en vivo. Por ejemplo, los programas juveniles cuentan con el apoyo de 12 clubes de periodismo de 12 diferentes colegios de la ciudad. Uno de ellos produce cada día una revista de 60 minutos. Los jóvenes se convierten en productores de sus propios mensajes y hay una fuerte interrelación entre los diferentes colegios.
- La combinación de información y música: Programas netamente musicales hay solo dos en ERPE. Los demás combinan la información con la música. Estamos ‘empacando’ nuestros mensajes (educativos) en algo que hace más fácil la digestión.
- Programas para los sectores más ‘olvidados’: Aquí hablamos de los programas de por ejemplo los indígenas, las mujeres, los niños, etc.
- Los programas los hacemos en vivo.

Cabe resaltar que los procesos de cambio de los que dimos cuenta al inicio de esta investigación, por los que pasa el movimiento de radios en América Latina y el Ecuador, son claramente visibles en ERPE, pasando así de ser una radio educativa - popular en el momento de su fundación, a comunitaria desde donde se genera la mayor participación y reivindicación de derechos en el país, hoy su función mayoritariamente es informativa, manteniendo la participación comunitaria como eje principal del su accionar.

3.1.1 Radio y Comunidad

Durante el proceso de investigación realice varias entrevistas a quienes cuentan con cargos directivos, administrativos, de producción radiofónica, producción agroecológica, productores independientes de programas y representantes de la comunidad que fueron convocados a través de la radio para realizar un grupo focal en el que se establezca su relación con ERPE. Contamos con una gran convocatoria lo que nos ayudó a identificar algunos de los rasgos más representativos que dan cuenta de ERPE, como una radio comunitaria y en conjunto con su comunidad, claramente identificados como “sujetos sociales” (Peppino 1998).

Entre las principales características que se obtuvieron del grupo focal, incorporamos aquí las que respaldan lo dicho anteriormente, el texto completo lo pueden revisar en anexos:

- La radio comunitaria es de un pueblo, de una comunidad en donde se expresa directamente su voz, su forma de pensar. Transmite el pensamiento de un grupo, un pueblo, de varios grupos no solamente de uno. Está pendiente y yo puedo expresarme lo que yo siento. En una radio privada lo que fluyen son los recursos económicos y por eso quieren más audiencia, pero para tener más ventas. Preguntan quién tiene más audiencia para poner ahí la publicidad y venden. Pero no es así con las radios comunitarias, trabajan con los grupos, las costumbres, lo que pensamos, pero como que la gente no le interesa mucho, no tiene mucha audiencia, pero de algunos sectores, por eso no tiene tanta publicidad.
- Somos oyentes y co-productores. Porque en las comunidades siempre estamos pendientes de los programas o de decir que tal o cual locutor es bueno o no. Siempre hay un análisis que hacen.
- Hacen los programas de acuerdo a lo que la comunidad quiere, para que y por qué.
- Los contenidos en la experiencia de ERPE se ha trabajado bastante no solo en radio sino también con los compañeros productores. Un medio privado como hace esta institución en producción orgánica nadie más. Esta institución ha estado con la sociedad, ha dado capacitación directa, la producción.
- Hay gente que tiene recelo de pautar en un medio comunitario porque piensan que no llegan a mucha gente. Pero el medio comunitario es algo grandioso, venimos con

palabras sencillas a comunicar que está pasando. Nosotros directamente y eso nos ayuda a estar cercanos.

En el análisis que se desprende de la propuesta de FERPE, podemos denotar su complementariedad con la comunidad dado que emprenden en proyectos educativos, comunicativos, sociales, agroecológicos, como un reflejo de lo que la comunidad hace en su vida diaria, desde la búsqueda de mejores condiciones de vida. Este es el más claro ejemplo de que ERPE es una radio comunitaria que cuenta con una comunidad activa que va más allá del consumo para convertirse en productora.

3.2 Caso: Radio Alfaro: contexto y antecedentes históricos

Para conocer el proyecto de Radio Alfaro tenemos que remitirnos a su origen en UPOCAM - Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí, creada el 13 de junio 1978 como una organización de hecho y reconocida jurídicamente desde el 10 de noviembre 2001. Cuenta con una importante base social, conformada por: las Asociaciones de Fondos Mortuorios, Agrícolas y los Comités Pro Mejoras en los que participan hombres y mujeres campesinas. Cada una de estas organizaciones y comités son conocidas como "organizaciones campesinas" de base o primer grado, tienen autonomía y funcionan de acuerdo a intereses específicos. UPOCAM es la primera organización campesina de segundo grado más importante de la provincia de Manabí.

En UPOCAM participan "23 organizaciones campesinas de derecho, más otras 100 de hecho. En 25 años de lucha, se ha logrado vigencia y ha promovido cambios en la vida de las organizaciones campesinas de la provincia y sus familias, está empeñada en el cambio de estructuras para que los pobres tengan mejores posibilidades"¹². (UPOCAM)

Objetivo: Contribuir al fortalecimiento de la institucionalidad democrática del Cantón Jipijapa, mejorando la calidad de la comunicación entre las organizaciones sociales, las instituciones de gobierno local y la ciudadanía.

¹² tomado de la página web de UPOCAM <http://www.upocam.org/index.php/presentacin-mainmenu-11>

Las acciones realizadas por UPOCAM, buscan beneficios puntuales para la comunidad, sobre todo en temas de educación, financiamiento y conquista de derechos. Recogemos algunas de las más relevantes:

- Alfabetización
- Dinamizando las cooperativas
- Estrategias para recuperar tierras para los campesinos.
- Servicios de Salud.
- Capacitación en producción y comunicación.

Para alcanzar sus objetivos han contado con alianzas estratégicas, a nivel nacional:

- FMLGT, Fundación de Campesinos "María Luisa Gómez de la Torre"
- CNC, "Coordinadora Nacional Campesina" con el fin de apoyar la lucha campesina del país tomando en cuenta las propuestas de varias organizaciones sociales.

Desde este bagaje político y la experiencia de quienes conforman UPOCAM, ven necesario contar con un componente comunicativo como un factor fundamental para “Construir un modelo de comunicación que promueva las iniciativas de desarrollo comunal y provincial y refleje la vida cotidiana de las comunidades campesinas” (UPOCAM 1998).

El área trabaja en una estrategia de comunicación educativa que anima el desarrollo local, con capacidad de lograr un diálogo de pueblo a pueblo, de comunidad a comunidad y de familia a familia. De esta manera será posible sentar las bases de una convivencia social y ciudadana, aún entre los que piensan y son diferentes.

Radio Alfaro es la herramienta principal del área de comunicación de UPOCAM. Es un espacio donde se puede tratar varios temas de una manera interactiva y diferente.

Su nombre, es un homenaje al líder manabita de la libertad, General Eloy Alfaro Delgado. Oficialmente trabaja desde el 15 de enero de 2004, su matriz se encuentra en la Ciudad de Jipijapa, actualmente están al aire 18 horas diarias, su programación cuenta con

información, entretenimiento, orientación en temas fundamentales de la vida local y nacional.

Objetivo de radio Alfaro: Generar la participación prepositiva de hombres y mujeres en los ámbitos de: la educación, salud, producción, medioambiente y organización para promover procesos de desarrollo local.

Declaración de principios: Creemos profundamente en el poder orientador, movilizador y formador de la radio, en la Comunicación Educativa para el Desarrollo, porque está legitimada en múltiples experiencias realizadas especialmente en Latinoamérica, donde se ha asumido el derecho a la comunicación como opción democrática y ciudadana, en el que se encuentran "intereses, demandas y propuestas"¹³ (UPOCAM) Creemos que una radio, puede ser la vía donde se encuentran los "intereses, demandas y propuestas" del pueblo y las autoridades responsables del poder local, para:

1. Fortalecer las organizaciones existentes en el cantón, su cabecera, parroquias y comunidades.
2. Promover la educación entre las familias del cantón.
3. Fortalecer la democracia y los principios de ciudadanía.
4. Sensibilizar sobre el uso racional y planificado del medio ambiente, especialmente del recurso agua.
5. Fortalecer las iniciativas de desarrollo local entre autoridades y población en general.
6. Desarrollar una cultura de rendición de cuentas dentro el marco de la transparencia e información hacia la comunidad.
7. La recuperación de nuestra identidad y valores culturales.

La fundación de Radio Alfaro es el resultado de una reflexión colectiva que se hace desde una organización social con un alto componente político e ideológico, donde las decisiones se toman en asambleas y reuniones con líderes sociales. Es por ello que sus principales

¹³ tomado de la página web de UPOCAM <http://www.upocam.org/index.php/presentacin-mainmenu-11>

apuestas están en cambiar las estructuras impuestas, para mejorar las condiciones de acceso de las comunidades que conforman UPOCAM.

En este caso la Radio desde su ser comunitario es el resultado de un proceso social ya organizado, con lo que desde un inicio fueron las organizaciones quienes determinaron sus objetivos y programación.

3.2.1 Radio y comunidad

Cuando acudí para realizar el grupo focal pude constatar que la representación de la comunidad era diversa, venían de distintos grupos sociales, parroquias, barrios, comunidades, organizaciones públicas y privadas, pero al hablar de la Radio se conjugaban sus experiencias en un objetivo común la “lucha social” desde la reivindicación de derechos y la disputa de espacios de poder tanto en lo público como en lo privado. Esta es una radio que amplifica las demandas y propuesta de una ya existente organización social, es decir que antes de que la Radio pueda generar procesos de transformación ya la comunidad tenía una apropiación del ser “sujeto social”, es por ello que conocían el proyecto político - comunicativo de la Radio y lo interpretaban o aplicaban desde sus propias particularidades.

Para este trabajo resumo algunas de las propuestas más importantes en cuanto al trabajo colectivo que desarrollan:

- La característica de los medios comunitarios permite que la gente se vaya juntando más para ver que se dice y se necesita estar capacitado para sostener lo que se quiere decir. Tener una posición y no desviar el mensaje. Tenemos que estar capacitados.
- La competencia podría llevarnos a hacer lo que los otros hacen. La realidad de lo comunitario es que somos los comunes y los comerciales no tienen eso.
- ¿Quiénes somos más? ¿Los privados o los comunes? Los comunes, entonces tendríamos más audiencia.
- Si desde aquí defendemos a los maiceros, los cafeteros, los campesinos entonces ellos nos van a escuchar porque les defienden y no ganan nada al escuchar a los que les atacan.

- Los medios de comunicación privados tienen intereses políticos la radio comunitaria en cambio es cercana, viene la gente y habla no más, con confianza.
- En el tema de audiencia hemos disputado espacios. Aquí también hay dos canales de tv. Radio Alfaro se mantiene con un reconocimiento. La radio está posicionada no sólo en el ámbito social sino en el institucional. Todos tienen oportunidad de informar aquí en la radio.
- Somos diversos en la programación, pero debemos re mirar siempre. Tenemos programas de jóvenes, mujeres, por ejemplo.
- Hay de todo en la audiencia. Jipijapa es muy activo tenemos legado histórico de lucha. UPOCAM supo recoger en su momento. Por ejemplo, el único cantón que tuvo consejeros o concejales socialistas fuimos nosotros nadie más lo logró.
- Aquí hay mucha capacidad organizativa 80 asociaciones cafetaleras asentadas en Jipijapa de 130 que hay en el sector. Aquí ya se sabe cómo organizarse. La radio vino a despertar el bichito de la protesta... Eso recogió la radio y por eso la gente está dispuesta a dar la vida por la radio y por eso la gente le reclama cuando baja el tono. Pero hasta en la lucha hay que replegarse y luego atacar.

El poblador es oyente para también nos orienta. Dicen que debemos hacer, incorporar cosas.

Los procesos sociales de lucha y reivindicación se ven reflejados en la programación y en los criterios de la propia comunidad, esta es una radio particular, por nacer luego del proceso social organizativo y por ello cuentan con una fuerza política e ideológica que pocas veces se ve en otros medios de comunicación. Además, que las personas que trabajan y colaboran en la Radio, son parte de las comunidades organizadas en UPOCAM, lo que hace que la línea editorial se mantenga junto a la organización.

3.3 Caso: Radio Sucumbíos: contexto y antecedentes históricos

En Agosto de 1988, durante una de las Asambleas de Pastoral Social de ISAMIS – Iglesia de San Miguel de Sucumbíos, un grupo de sacerdotes y religiosas, encabezados por Monseñor Gonzalo López Maraño, deciden contra con un medio de comunicación con el

objetivo de comunicarse con la comunidad que está alejada del centro, en ese entonces una ciudad que iniciaba a fundarse con pobladores de la zona y colonos que llegaban sobre todo de la provincia de Loja, de ahí proviene el nombre de “Nueva Loja” o también conocida como Lago Agrio.

La Amazonía ecuatoriana era un lugar de difícil acceso y aunque se extrae de su territorio la mayor parte del petróleo que se exporta, no recibían apoyo del poder central. Es la iglesia católica en este caso la que logra organizar a la comunidad y va creciendo junto a ella, pues prácticamente se fundan al mismo tiempo.

La propuesta de fundar una radio tiene que ver con la posibilidad de comunicarse con la comunidad y transformar este medio en articulador de los distintos actores y sectores sociales, de tal manera que incluyen a la comunidad para definir su nombre, desde allí, un 24 de diciembre de 1991 trabajarían hombro a hombro por su provincia y la defensa de sus intereses.

En el año 2010, Monseñor López es solicitado en su casa matriz en España y la Iglesia determina que quienes se debían quedar a cargo de la administración de Radio Sucumbíos, en el año 2010 cuando desde el 30 de octubre los Heraldos del Evangelio asumen la conducción del Vicariato de Sucumbíos, en reemplazo de la Congregación de los Carmelitas Descalzos, quienes habían trabajado en la zona durante más de 30 años bajo las enseñanzas de la teología de la liberación y la evangelización participativa.

Este cambio provocó un sisma en la población de Lago Agrio, pues quienes hasta ese momento habían sido los/as principales actores de las actividades de la Iglesia hoy se sentían rechazados por una propuesta de Iglesia conservadora. La ciudadanía se dividió y se empezaron a realizar marchas a favor y en contra de la permanencia de los Heraldos del Evangelio en la ciudad.

Radio Sucumbíos, fundada bajo la luz de un evangelio liberador se siente afectada por la nueva administración y por las nuevas políticas que se pretenden implementar, entre ellas

las de difundir en todo momento rezos, misas y ser repetidora de otros medios de la Iglesia Católica a nivel nacional e internacional. Dejando así su labor protagónica junto con la comunidad de producir programas educativos, sociales, políticos y culturales desde donde se entendía la evangelización que impartieron los Carmelitas.

Varias son las acciones que realizan los Heraldos del Evangelio para amedrentar a los/as trabajadores/as de la Radio que se oponían a cambiar la programación, desde amenazas de despido hasta cortarles todo tipo de financiamiento, pues a pesar de que la radio es casi autosustentable, los fondos se depositan en una cuenta del Vicariato, en ese momento manejado por ellos.

Producto de estos amedrentamientos Radio Sucumbíos estuvo a punto de salir del aire por falta de pago de la planilla de luz. El director de la Radio, Alcívar Bravo, tuvo que anunciar públicamente que esto estaba por ocurrir y es en ese momento que desde la ciudadanía sale la propuesta de que quienes apoyen el trabajo de la radio y no quieran que cierre se acerquen para apoyar económicamente. La historia cuenta que en menos de una hora se recolectó más de lo que se requería para cancelar la planilla y que gracias a la gente la radio podía continuar operando.

El punto de mayor conflicto se da cuando los Heraldos ingresan por la fuerza a la Radio, trabajadores y trabajadoras en compañía de un número mayoritario de la población defienden lo que consideran “Su Radio”, la que les acompaña y aconseja, la que hace realidad su eslogan de ser su “compañera solidaria”.

De esta forma y con un enfrentamiento en el que tuvo que intervenir la policía y la Gobernadora de Sucumbíos los Heraldos tienen que abandonar la ciudad y ser remplazados por otra administración que sabe que la población está dispuesta a defender la Radio que amplifica sus ideas, que acompaña, que orienta, que educa y que es parte sustancial del progreso de su provincia, Radio Sucumbíos.

Finalmente, la comunidad fue más fuerte y logró que los Heraldos salgan en medio de la noche de la provincia, desde ahí la comunidad siguió siendo parte de la vida diaria del medio y viceversa. Hasta el punto que cuando se abrió la posibilidad de contar con nuevos medios comunitarios en el Ecuador las organizaciones sociales y grupos organizados respondieron “Para qué queremos otro medio si ya tenemos a Radio Sucumbíos y es nuestra radio”

Misión: Radio Sucumbíos es una emisora comunitaria, servicio pastoral del Vicariato Apostólico de San Miguel de Sucumbíos, con autonomía de gestión económica; produce y difunde programas informativos, educativos, de entretenimiento y evangelización, promueve la participación ciudadana y el diálogo social de los habitantes de las provincias de Sucumbíos y Orellana, con sentido inclusivo, plurinacional e intercultural para una comunicación del Buen Vivir.

Visión: Al año 2031, Radio Sucumbíos es referente en la comunicación popular y comunitaria, con un equipo humano profesional y comprometido socialmente con los sectores marginados a la luz del evangelio liberador. Cuenta con tecnología de vanguardia y cobertura consolidada en el área de concesión en Sucumbíos y Orellana, primeros en preferencia de sintonía y solvencia financiera.

3.3.1 Radio y comunidad

El grupo focal de Sucumbíos estuvo representado sobre todo por grupos organizados, que ven en la radio un espacio de articulación y la posibilidad de mantenerse comunicados con sus bases, ya que la provincia amazónica es muy extensa y aún de difícil acceso a varias zonas. A continuación, algunas de las reflexiones de la comunidad sobre los medios comunitarios:

- Los medios comunitarios buscan más la rentabilidad social en los privados se busca rentabilidad económica.
- El medio comunitario busca una política colectiva. Que los dirigentes se organicen. Que se levanten que reclamen, que sea visible su reclamo.

- Este medio promueve la riqueza barrial, de las comunidades. En lo político lo que nos permite es hacer conocer a los políticos, para que el pueblo sepa cuál es la propuesta. No es como otros medios que se encargan de hacer ver lo que les interesa nada más.
- La radio acompaña la vida de la gente. Sus reclamos, los que necesita.
- La radio no incita a la movilización, pero incita que no se queden callados.
- La radio es puente y acompaña los procesos socio políticos de la comunidad.
- Otros medios no tienen producción propia y no acompañan. Radio Sucumbíos si acompaña, pero hay el problema de que la comunidad no está tan organizada, no se moviliza tanto.
- La radio va evolucionando. Hacemos trabajo en lo educativo, formativo y cultural, hemos rogado, cambiado para encajar en lo que la gente necesita. La audiencia pidió el cambio de horario del programa de música nacional y así lo hicimos. Igual el programa religioso lo pusimos más temprano como nos pidieron.
- Hay programas y locutores antiguos y los jóvenes disminuyen los procesos de formación. Antes venían más jóvenes a los espacios de formación que se hacía en vacaciones para ser reporteros comunitarios. Ahora quieren conocer más de las tecnologías.
- En el 98 cuando se lanzó el programa la vida de los pueblos se trataba de llegar a más públicos. Luego creo que nos quedamos pasivos y hace unos meses atrás vimos que tenemos que cambiar.
- Es importante estar en el sector campesino y el lugar.

Los postulados de Radio Sucumbíos en los que se incluyó a la comunidad desde el primer momento de su constitución y una programación acorde a sus necesidades ha logrado mantener vigente su programación, misión, visión y objetivos a pesar de que la iglesia, como concesionaria de medio haya tomado otras decisiones, es la comunidad la que exigió y logro mantener viva a su radio.

Conclusiones

En la presente investigación hemos podido confirmar que la relación existente entre comunidad y radios comunitarias está atravesada por factores sobre todo sociales, desde las construcciones de identidades, apuestas culturales, convivencia en espacios comunes que aseguran la organización desde la “acción colectiva” motivada por un fin común.

Los momentos históricos y los contextos tanto de grupos organizados como de individuos particulares marcarán inevitablemente su necesidad de acercarse o no a los medios de comunicación, sin embargo, cuando la radio comunitaria se funda con la participación de la comunidad, como es el caso de ERPE y Sucumbíos, esta relación se naturaliza y se crea una co-dependencia en la que radio y comunidad libran las mismas “luchas sociales”. La particularidad en el caso de Radio Alfaro es que ya se contaba con un “movimiento social” construido, articulado y con objetivos claros desde los que se decide que una radio comunitaria contribuye de una manera decisiva para alcanzar sus objetivos de visibilización pública, difusión de sus demandas y mantener una comunicación fluida y permanente con sus bases.

Cuando las radios comunitarias acompañan las “luchas sociales” de las comunidades y la comunidad reconoce a la radio no solo como aliado sino como compañera es que ya no se puede hablar únicamente de un medio que espera interpretar correctamente lo que la “audiencia” requiere, sino que en conjunto se convierten en “sujetos sociales” capaces de producir contenidos y transformar sus propios contextos con el objetivo de mejorar las condiciones de vida compartidas, en términos de Cerbino se establece una “comunicación de proximidad como extensión de la vida cotidiana”.

Desde la radio comunitaria hablar de “audiencia” incluso si se le coloca un calificativo como: activa, participativa o popular, no basta para definir las complejidades y los alcances de una articulación y convivencia desde las luchas, pero también desde identidades comunes. Es por ello que me permito plantear la designación de los hasta ahora receptores

o audiencia como una comunidad/productora, con la que se fortalece y recobra su rol la radio comunitaria.

Del análisis realizado al valorar, caracterizar y comparar las interrelaciones que mantienen las Radios ERPE, ALFARO y SUCUMBÍOS, con sus respectivas COMUNIDADES, constatamos que la Radio Comunitaria mantiene en la práctica diaria los postulados de comunidad/productora (desde el termino propuesto por esta investigación), o de “audiencia/productora” como lo plantea Omar Rincón (Rincón 2007).

Anexos

Cuadro 6

Grupos de poder con indicios de irregularidad en la concesión de frecuencias de radiodifusión

Grupo	No. Frecuenci	Frecu		Amp		Concesionario
		Mat	Repeti	Matr	Repeti	
Bernardo Nussbaum	5 2	1 3	3 7	2	0	- Equispunto S.A. - Sol Equinoccial S.A. - Radio Colon C.A.
Mario	1	1	1	3	0	- Radio
Luis Gamboa	1 3	6	5	2	0	- Gamboa Comunicación
Lenin	1	4	7	1	0	- Andrade
Fredy Moreno	1 2	3	9	0	0	- Radio Canal 107.3 S.A.
Cesar Farah	8	3	5	0	0	- Radio
Jorge	7	1	5	1	0	- Montero
Jorge Yunda ²⁷	7	5	2	0	0	- Lesotho S.A. - Yunda
Luis	4	1	2	1	0	- Almorán S.A.
TOTAL	13	3	8	1	0	

Grupos de Poder con Indicios de Irregularidad en la Concesión de Frecuencias de Radiodifusión

FUENTE: Elaboración propia sobre la base de datos del Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión, disponibles en: <http://www.conartel.gov.ec/> Consulta: 6 de diciembre de 2008.

Caravana de la comunicación

La Caravana de la Comunicación empezó por el norte del país en Carchi, siguió al centro por Chimborazo, avanzando a la costa por la provincia de Guayas, se dirigió al sur en Azuay, continuó en la Amazonía en Pastaza y finalmente terminó en Quito, recogiendo las propuestas de la gente con respecto a la ley de comunicación y entregándola a los/as Asambleístas responsables de elaborarla y a la Presidencia de la República.

Los lugares que recorrió la Caravana de la Comunicación son:

- Tulcán: en donde se reunieron personas de Sucumbíos, Esmeraldas e Imbabura.
- Riobamba: con la presencia de Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar
- Guayaquil: con compañeros/as de Manabí, Santa Elena, El Oro y Los Ríos.
- Cuenca: nos acompañaron personas de Loja y Cañar.
- Puyo: con la presencia de Morona Santiago, Orellana, Zamora y Napo.
- Quito: en donde contamos con la presencia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Galápagos y de comunicadores/as de todo el país.

Con esta metodología la Caravana de la Comunicación logró recoger propuestas ciudadanas que fueron transcritas tal cual como fueron planteadas desde el 24 de agosto al 4 de septiembre del 2009 y cuya entrega se hizo pública en la Plaza del Teatro en Quito con la veeduría de ciudadanos/as.

Ley orgánica de comunicación

Principales artículos para los medios comunitarios

SECCIÓN III

Medios de comunicación comunitarios

Art. 85.- Definición. - Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

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

Art. 86.- Acción afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

La formulación de estas medidas de acción afirmativa en políticas públicas son responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y su implementación estará a cargo de las entidades públicas que tengan competencias específicas en cada caso concreto.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación elaborará un informe anual acerca de las medidas de política pública adoptadas por el Estado, destinadas a la conformación o consolidación de los medios comunitarios; informe que será obligatoriamente publicado en su página web.

Art. 87.- Financiamiento. - Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos.

Las utilidades que obtengan los medios de comunicación comunitarios en su gestión se reinvertirán con prioridad en el mejoramiento del propio medio, y posteriormente en los proyectos sociales de las comunidades y organizaciones a las que pertenecen.

A través de los mecanismos de contratación preferente a favor de la economía solidaria, previstos en la Ley de Contratación Pública, las entidades estatales en sus diversos niveles contratarán en los medios comunitarios servicios de publicidad, diseño y otros, que impliquen la difusión de contenidos educativos y culturales. Las entidades públicas podrán generar fondos concursables para la difusión cultural y educativa a través de los medios comunitarios.

Antecedentes - ERPE

Misión

Somos una organización social e intercultural que construye condiciones para una vida digna con las personas, comunidades y barrios en situación de pobreza de la provincia de Chimborazo implementando procesos económico-empresariales, asociativos, comunicativos y el desarrollo de capacidades, todo ello, inspirados en los principios y valores liberadores de nuestro fundador Mons. Leonidas Proaño.

Visión

Somos una organización innovadora, sostenible, socialmente reconocida que está contribuyendo de manera eficaz a la construcción de condiciones de vida digna con las personas y comunidades en situación de pobreza de la provincia de Chimborazo.

Valores

- Fidelidad: a las personas y a las comunidades, principalmente las que se encuentran en situación de pobreza.
- Fidelidad a los valores de la paz, la justicia, la equidad, la libertad y la solidaridad.
- Fidelidad a la promoción y defensa de la vida digna.
- Fidelidad al diálogo y a la participación como método para el desarrollo de las comunidades
- Fidelidad a la Pachamama su respeto y defensa.
- Fidelidad al método de trabajo: Ver, juzgar y actuar.
- Interculturalidad: estamos unidos en la diversidad.
- Responsabilidad: cumplimos nuestros compromisos
- Eficacia: pertinencia y coherencia en todas las acciones y procesos impulsados por ERPE

Tomado de la página web de ERPE <http://www.erpe.org.ec/index.php/2013-07-17-13-39-49/mision-vision-y-valores>

Rendición de cuentas ERPE 2016

Capacitación

Hacer radio no es sólo abrir el micrófono. Esto crea una imagen falsa de la comunicación popular.

Hacer radio requiere una capacitación por lo menos tónica, y hacer radio popular no sólo requiere de una Capacitación técnica, sino también una capacitación - formación ideológica. Entonces, cuando queremos tomar en serio nuestro trabajo tenemos que capacitarnos personalmente; además tenemos que capacitar a los oyentes, a la audiencia, a las personas que van a producir sus mensajes, que producirán sus programas. Debemos lograr que se conviertan en verdaderos SUJETOS de su comunicación, y en ACTORES de su desarrollo.

Interrelación

Finalmente, ERPE debe ser un centro de interrelación en donde sin ningún miedo, la gente, los dirigentes, mujeres, niños, etc. pueden entrar y pueden reunirse.

No es solamente por medio de la radio que se establece un proceso de intercomunicación.

La institución, el espacio físico debe ofrecer las posibilidades para la intercomunicación.

ERPE debe facilitar todas las condiciones posibles para que se emprenda un proceso de educación informal, con todos los actores involucrados. El ejemplo más claro es lo ocurrido durante el levantamiento indígena de 1990: Los indígenas convocaron a un levantamiento nacional y para la coordinación del levantamiento se ‘tomaron’ la oficina del equipo indígena de la radio. Desde esa oficina ellos coordinaron todo el levantamiento.

Coordinaron las acciones y coordinaron con ERPE todo lo relacionado con la información.

El medio ofreció un servicio básico a la organización, interrelacionando/ intercomunicando a nivel nacional.

Ellos se sintieron como en su casa. Y por medio de la radio se dio un proceso de formación a la gente, se trabajó fuertemente la solidaridad.

El Chasqui

Es el proyecto de los reporteros populares de ERPE. En resumen: los reporteros populares de ERPE siempre son personas elegidas por la comunidad o la organización, para garantizar el respaldo de la gente al reportero y a su trabajo. Este respaldo es muy importante porque en la última investigación realizada en ERPE (sondeo en el campo, 1993) se descubrió otro concepto de participación. La gente habla de haber participado' en la radio, cuando un delegado de la comunidad ha participado en la radio. Es un concepto de participación colectiva. Un concepto que coincide completamente con lo comunitario de la cultura indígena. El trabajo del reportero popular es múltiple: mandar noticias/entrevistas a la radio; organizar reuniones en las diferentes comunidades de la zona para la planificación y producción de programas radiales de 30 minutos, con participación de 15 a 30 personas.

Dan la posibilidad a la gran mayoría de la audiencia de convertirse en productores de sus propios mensajes. Es la gente la que produce, no es ERPE, ni el reportero popular.

Los programas cumplen con UNAS NECESIDADES BASICAS de la gente, ofrecen un instrumento de reflexión sobre las posibilidades de cambios a nivel local, pero también ofrecen una 'guía', un posible canal- no para la solución de ciertos problemas de la comunidad. Además, el programa ofrece la posibilidad de expresiones culturales y sociales del mismo grupo. (Música; teatro; leyendas; mitos; fiestas, etc.). En otras palabras, la radio da importancia a las diferentes expresiones de la gente, y por medio de la radio la gente da más importancia a sus expresiones y finalmente a su propia IDENTIDAD. Todo esto es reforzado por el uso del quichua en los programas.

La audiencia

La audiencia no es muy homogénea. Intentaremos diferenciarla:

Los indígenas: El 65% de la población de Chimborazo es indígena. Viven en el campo, en las comunidades. En la zona rural, el porcentaje llega a un 85%. Por lo general son agricultores, la mayoría tiene pequeños terrenos con cultivos para el propio consumo. El nivel de educación es bastante bajo (hasta primaria), y aunque las cifras oficiales hablan de que casi todos son alfabetizados, en la realidad hay un buen número, especialmente de mujeres, que todavía no saben leer, ni escribir. Los indígenas están en un proceso de recuperación intentando vivir su propia cultura, entendiendo a la cultura como un proceso dinámico, con sus cambios. Como grupo es bastante homogéneo.

Los campesinos mestizos: Es un porcentaje más reducido de la población en comparación con los indígenas y ellos viven en el noreste y la parte sur y suroeste de la provincia. Tienen una vida parecida a la de los indígenas, pero con una gran dificultad: la falta de una identidad cultural.

Las parroquias (demarcación territorial): Los moradores de las parroquias son todavía personas con más características rurales que urbanas. Un gran porcentaje de la gente trabaja en la agricultura, pero aquí encontramos más diversidad en profesiones. También hay más influencia de otras ciudades, hay más acceso a medios de comunicación, “hay más de todo”. El ritmo de vida es distinto.

La ciudad de Riobamba: Riobamba es una ciudad con 120.000 habitantes. La población de la ciudad es heterogénea. La principal característica de Riobamba es la migración. Es una ciudad de emigrantes, con una cultura cambiante, con ambiente de un pueblo. La masividad de la audiencia está comprobada en los últimos sondeos. En el campo estamos borrando a todas las demás emisoras, estamos en el primer puesto con una sintonía de alrededor del 85% durante los programas en Quichua. En la ciudad estamos compartiendo con dos emisoras comerciales el segundo puesto.

Conclusiones

- Con su organización y programación ERPE intenta dar respuestas a las necesidades de intercomunicación aprendizaje básicas de la gente.
- Uno de los principios básicos de la educación popular es la PROBLEMATIZACION, problematizar las situaciones para que la gente entre en un proceso de reflexión. ERPE, por medio de sus informaciones/mensajes, entra en el proceso de crear inquietudes en la gente, la inquietud es necesaria para que se emprenda algún proceso de aprendizaje.
- ERPE ofrece programas de salud y agricultura, programas que en la provincia de Chimborazo cumplen con una cierta satisfacción de necesidades de aprendizaje, en términos tradicionales, de ciertos sectores de la audiencia.
- La participación popular está presente en todos los programas. Hay una participación directa de la gente, una participación desde la recolección de materiales, hasta la producción, etc.

Interrogantes de ERPE

En el avance del proyecto de Comunicación de ERPE nos quedan muchos interrogantes por despejar todavía. Algunos de ellos son:

- ¿Qué papel juega la radio en los procesos de aprendizaje?
- ¿Hasta dónde podemos cumplir el objetivo, el deseo de que la radio popular educativa, sea un medio de comunicación masiva, alternativa?
- ¿Qué papel juega la comunicación popular en la construcción de una sociedad justa?

Radio Alfaro

La UPOCAM, Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí es la primera organización campesina de segundo grado más importante de la provincia de Manabí.

La organización fue creada el 13 de junio 1978 y tiene su personería jurídica desde el 10 de noviembre 2001. Su base social, son las Asociaciones de Fondos Mortuorios, Agrícolas y los Comités Pro Mejoras en los que participan hombres y mujeres campesinas. Cada una de estas organizaciones y comités son conocidas como "organizaciones campesinas" de base o primer grado, tienen autonomía y funcionan de acuerdo a intereses específicos.

En la UPOCAM participan "23 organizaciones campesinas de derecho, más otras 100 de hecho. En 25 años de lucha, se ha logrado vigencia y ha promovido cambios en la vida de las organizaciones campesinas de la provincia y sus familias, está empeñada en el cambio de estructuras para que los pobres tengan mejores posibilidades".

Al inicio la UPOCAM comenzó alfabetizando, dinamizando las cooperativas e imaginando estrategias para recuperar tierras para los campesinos, con el objetivo grande de aportar en la construcción de un nuevo modelo sociedad en el Ecuador, con las mismas oportunidades para todos.

Con el correr del tiempo, la UPOCAM amplió su radio de acción en toda la provincia con sus servicios de salud, educación, capacitación, producción y comunicación. Las estrategias se renovaron, aclararon sus líneas de acción y hoy en día la UPOCAM ha crecido, compete con otras organizaciones, incluyendo las políticas y ha ingresado en la arena electoral.

Al nivel nacional, somos parte de la FMLGT, Fundación de Campesinos "María Luisa Gómez de la Torre" y de la CNC, "Coordinadora Nacional Campesina" con el fin de apoyar la lucha campesina del país tomando en cuenta las propuestas de varias organizaciones sociales.

Línea de Comunicación

Desde su creación, la organización UPOCAM se dio cuenta que la comunicación es una componente importante de nuestra sociedad y por ello incluyo en su accionar el área de comunicación que se encargue de desarrollar una estrategia que permita construir un modelo de comunicación que promueva las iniciativas de desarrollo comunal y provincial y refleje la vida cotidiana de las comunidades campesinas.

El área trabaja en una estrategia de comunicación educativa que anima el desarrollo local, con capacidad de lograr un diálogo de pueblo a pueblo, de comunidad a comunidad y de familia a familia. De esta manera será posible sentar las bases de una convivencia social y ciudadana, aún entre los que piensan y son diferentes.

Durante estos últimos años, los medios de comunicación se desarrollaron de manera rápida tomando sitio en cada lugar de nuestra vida. La información llega a ser cada vez más importante. Nuevas tecnologías aparecen al mismo tiempo y con estas, el riesgo de nuevas formas de exclusión: el no acceso y el analfabetismo tecnológico.

Objetivo

Contribuir al fortalecimiento de la institucionalidad democrática del cantón Jipijapa, mejorando la calidad de la comunicación entre las organizaciones sociales, las instituciones de gobierno local y la ciudadanía

Radio Alfaro es la herramienta principal del área de Comunicación. Es un espacio donde se puede tratar varios temas de una manera interactiva y diferente.

Radio Alfaro es de propiedad de la Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí, UPOCAM, con asiento principal en la ciudad de Jipijapa, calle Parrales y Guale, entre Montalvo y Colón. Nuestra Licencia Legal de funcionamiento está reconocida por la Resolución No 2607 CONARTEL -03, firmada y sellada por las autoridades correspondientes.

El nombre, Radio "Alfaro" es un homenaje al líder manabita de la libertad, General Eloy Alfaro Delgado. Con todos los documentos en orden, estamos trabajando oficialmente desde el 15 de enero de 2004 en FM 96.1 Megahertz. Actualmente ofrecemos 18 horas diarias de programación variada, con información, entretenimiento, orientación en temas fundamentales de la vida local y nacional.

Al nivel nacional, estamos parte de la red nacional "Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador" CORAPE y trabajamos juntos con PRODH "Pro Derechos Humanos".

Creemos profundamente en el poder orientador, movilizador y formador de la radio, en la Comunicación Educativa para el Desarrollo, porque está legitimada en múltiples experiencias realizadas especialmente en Latinoamérica, donde se ha asumido el derecho a la comunicación como opción democrática y ciudadana, en el que se encuentran "intereses, demandas y propuestas". Creemos que una radio, puede ser la vía donde se encuentran los "intereses, demandas y propuestas" del pueblo y las autoridades responsables del poder local, para:

1. Fortalecer las organizaciones existentes en el cantón, su cabecera, parroquias y comunidades.
2. Promover la educación entre las familias del cantón.
3. Fortalecer la democracia y los principios de ciudadanía.
4. Sensibilizar sobre el uso racional y planificado del medio ambiente, especialmente del recurso agua.
5. Fortalecer las iniciativas de desarrollo local entre autoridades y población en general.
6. Desarrollar una cultura de rendición de cuentas dentro el marco de la transparencia e información hacia la comunidad.
7. La recuperación de nuestra identidad y valores culturales.

Objetivo

Generar la participación prepositiva de hombres y mujeres en los ámbitos de: la educación, salud, producción, medioambiente y organización para promover procesos de desarrollo local.

(Tomado de la página web <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/otraspub/otraspub07.pdf>)

Radio Sucumbíos

Radio y Comunidad

- Los jóvenes están motivados que estemos en la comunidad en el deporte y en la cultura.
- No ha disminuido la participación de los jóvenes, pero si prefieren el entregamiento por internet. Esta la radio migrando para tenerlo a disposición en redes sociales y conozcan nuestro trabajo.
- Cada año los jóvenes son migrantes, antes participaban de la Iglesia, con pastoral y la radio apoyaba y daba seguimiento. Este año son ONG que están con jóvenes refugiados.
- Nos debemos acostumbrar a radio multimedia. Por internet y redes sociales.
- La radio nació de una iglesia que estaba en educativo, social y organizativo.
- Cuando hubo el remedo del cambio de la Iglesia se superó y el obispo está bien y no tenemos problemas
- La gente si piensa que tiene plata la radio, por la estructura que tenemos piensan que adentro hacemos billetes. Se pide donaciones para sobrevivir, para hacer concursos.
- Hasta el 2010 teníamos fondos de cooperación y se acabó. Luego vino la autogestión, cuña. Ahora es muy complicado los proyectos a nivel internacional y nacional.
- Los cooperantes que teníamos se fueron a otros países y nos toca autofinanciarnos
- La Iglesia aquí no aporta recursos. Ni un centavo, nos tenemos que financiar para todo.
- Todo el ingreso por el momento es por publicidad no hay otro.
- Los que más aportan son las instituciones públicas. Este año no se ha dado como en años anteriores.
- Dentro de los contratos la gobernación. Nos ponía que debíamos leer periódicos del estado. Ya venían si los contratos y tenemos que hacerlo para cubrir los gastos de la radio.
- Con instituciones públicas les decimos que ponen la publicidad y luego la cobertura de ruedas de prensa es gratis, pero eso hablan con prensa.

- La condición para vender es que se dé más cuñas o microprograma eso es una cosa otra es la de prensa.
- El gobierno provincial mandaba rumores que si se sigue hablando mal de ellos nos quitaban la publicidad. Pero eso no nos interesa. Si no vamos a tener el sueldo no nos importa. No nos condicionan para que nos callemos.
- Prensa maneja independientemente la agenda. Según el tema y el interés público hacemos la cobertura.
- Por ejemplo, viene la empresa claro y quiere que les hagamos la cobertura del nuevo celular, pero eso no es de tanto interés como que se cree un nuevo impuesto
- La agenda de noticias se hace alejada de la de mercadeo.
- Tenemos que manejarnos con la línea de la radio. No manejamos la agenda informativa por la publicidad.
- Cuando una autoridad viene y dice que ponen publicidad pero que cojamos los periodistas. Pero les decimos que no se puede que todo entra en la radio.
- Si la empresa claro entrega becas vamos y cubrimos porque es social. Pero no cualquier cosa.
- La gente y las autoridades saben que no se puede condicionar aquí. Se les saca temas de corrupción, pero no nos han quitado la publicidad. Reaccionan a la noticia, pero no en contra del medio o la publicidad.
- Vendemos el espacio de la audiencia, pero no comprometemos la línea editorial del medio.
- Vamos a las ruedas de prensa, pero de acuerdo a la agenda del medio no de la publicidad.
- Como todos los medios que eviten fondos públicos la audiencia considera que somos afines al gobierno de turno, siempre pasa eso, no es de ahora. Pero en la radio se ha denunciado a funcionarios del gobierno que han hecho corrupción. No estamos condicionados.
- Contrastamos las fuentes, la respuesta y dar el espacio a todos. Es la línea de la radio.
- La radio Sucumbíos es un espacio abierto y diverso para diferentes participantes. Hay temas de interés social, político. Se da espacio a todos.

Lista de referencias

- Barbero, Jesús Martín. 1987. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Castells, Manuel. 1997. La era de la información tomo 2. México: Siglo XXI, editores S.A.
- Castells, Manuel. 1997. La era de la información: economía, sociedad y cultura Volumen I, LA SOCIEDAD RED. 2da ed.
- Cerbino, Mauro. 2016. <<Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador>>. Comunicar, n.º 47. 49-56.
- CORAPE. 2013. Planificación Estratégica CORAPE, 2013. Documento Asamblea General Ordinaria, Riobamba.
- Geerts, Andrés y Víctor van Oeyen. 2001. La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia. Quito: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica – ALER.
- Elihu Katz. 1990. The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of 'Dallas', Nueva York: Oxford University Press. (Paperback: Policy Press, 1993.)
- Freire, Paulo. 1970. Pedagogía del oprimido. Técnicas del método de alfabetización. 2da ed.
- Freire, Paulo. 1984. ¿EXTENSIÓN O COMUNICACIÓN? La concientización en el medio rural. México: Siglo XXI.
- Guber, Rosana. 2001. La etnografía, método, campo y reflexividad, Grupo Editorial, Norma, 2001. (Enciclopedia latinoamericana de sociocultura y comunicación) ISBN 958-04-6154-6 Etnología 2. Antropología social – Investigaciones I. Tít. II. Colombia: Bogotá.
- Gutiérrez Aguilar, Raquel. 2017. Horizontes comunitario – populares. Producción de lo común más allá de las políticas estado-céntricas. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Habermas, Jürgen. 1989. “Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos”. Cátedra, Madrid.

- Hall, Stuart. 1982. "El redescubrimiento de la Ideología: Return of the Repressed in Media Studies".
- John Fiske. 1987. "Los estudios culturales británicos y la televisión".
- Lamas, Ernesto. 2003. Gestión Integral De La Radio Comunitaria. Quito: FES /Promefes.
- Lasswell, Harold D. 1927. Técnicas de propaganda en la Guerra Mundial.
- Lazarsfeld, Paul Felix. 1940. Radio and the Printed Page: Introducción al estudio de radio y su rol en la comunicación de ideas.
- Mata, María Cristina. 2006. Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Mata, María Cristina. 1987. <<Reflexión es a partir del seminario – taller sobre "Radio Popular y Radio Masiva">>. Documento interno #6 de ALER, Quito.
- Mata, María Cristina Diálogos de la Comunicación. <<Radios y públicos populares>>. Acceso el 22 de octubre de 2016.
- McAdam, Dought, Sidney Tarrow y Charles Tilly. 2005. Dinámica de la contienda política. España: Hacer Editorial.
- Monzón, Cándido. 1997. Conductas y Medios de Comunicación Social. Madrid: Instituto Internacional de Teología a Distancia.
- Neveu, Érik. 2002. Sociología de los movimientos sociales. Barcelona: Hacer Editorial,
- Patricio Zhingri. 2005. "Comunicación para el despertar de los pueblos indígenas". Revista América Latina en Movimiento: 12/09/2005. doi: <http://www.alainet.org/es/active/19508> (consultada el 10 de marzo del 2017).
- Peppino, Ana María. 1998. Radio Educativa, Popular y Comunitaria en América Latina. Signo y Pensamiento, n.º 33. Páginas 27-34.
- Quito: Flacso y Ministerio de Cultura, 2008.
- Rincón, Omar. 2002. Cuadernos de Nación. La Nación de los Medios. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Roger Silverstone. 1999. Por qué estudiar los medios.
- Sunkel, Guillermo. 2006. El consumo cultural en América Latina, Construcción teórica y líneas de investigación. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

- Tarrow, Sidney. 1997. El poder en movimiento: Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid: Alianza Editorial.
- UNESCO 2008.
- Villamayor, Claudio y Lamas, Ernesto. 1998. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Ecuador: FES y AMARC.
- Zibechi, Raúl. Comunicación, Cultura y Política: Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación. Editado por María Belén Albornoz y Mauro Cerbino.

Lista de referencias online

- ERPE. <<Nuestra Historia>>. <http://www.erpe.org.ec/index.php/2013-07-17-13-39-49/history>. (consultada el 20 de abril del 2017.)
- ERPE. <<Misión, Visión, Valores>>. <http://www.erpe.org.ec/index.php/2013-07-17-13-39-49/mision-vision-y-valores>. (consultada el 20 de abril del 2017.)
- ERPE www.erpe.org.ec <http://www.erpe.org.ec/index.php/2013-07-17-13-39-49/history>) (consultada el 20 de junio del 2017).
- Mata, María Cristina. 2012. Avances de la investigación realizada por, en el que se indaga en el modo cómo las radios de audiencia popular de Córdoba configuran sus públicos <http://dialogosfelafacs.net/radios-y-publicos-populares/>. (consultada el 20 de abril del 2017).
- Mata, María Cristina y Scarafino, Silvia. Taller de Producción Radiofónica. La comunicación como práctica discursiva: Lo que dicen las Radios. <http://blogs.unlp.edu.ar/radiouno/la-bibliografia/>. (consultada el 26 de abril de 2016).
- Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí – UPOCAM. “Presentación”. <http://www.upocam.org/index.php/presentacin-mainmenu-11>. (consultada el 13 de junio de 2016).
- Unión Provincial de Organizaciones Campesinas de Manabí – UPOCAM. Presentación – visión, misión y objetivo. <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/otraspub/otraspub07.pdf>. (consultada el 13 de junio de 2016).

Fuentes legislativas

- Ley de la dictadura del Gobierno del General Guillermo Rodríguez Lara (15 de febrero de 1972 al 11 de enero de 1976). Ley de Radiodifusión y Televisión bajo Decreto Supremo No. 256-A, publicada en el Registro Oficial No. 785 del 18 de abril de 1975.
- Ley Orgánica de comunicación. Asamblea Nacional.
http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf