



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE EL DISCURSO DE LO COMUNITARIO
BASADO EN EXPERIENCIAS TELEVISIVAS DE ARGENTINA Y ECUADOR**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciado en Comunicación Social

Autor:
Valencia Loor Erik Omar

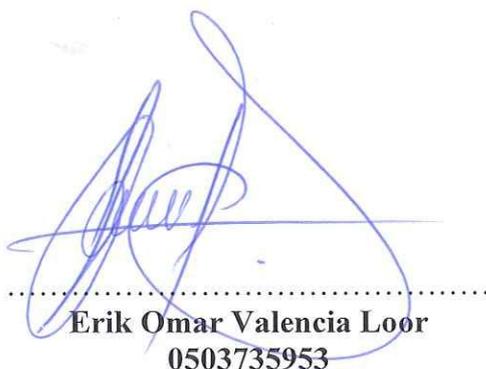
Tutor:
MSc. Falconí Suárez Franklin Eduardo

Latacunga - Ecuador
Agosto 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo, Erik Omar Valencia Loor, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador**, siendo el MSc. Franklin Falconí tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



.....
Erik Omar Valencia Loor
0503735953

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador”, de Erik Omar Valencia Loor, de la carrera Comunicación, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, agosto, 2018



MSc. Franklin Eduardo Falconí Suárez
1802454387

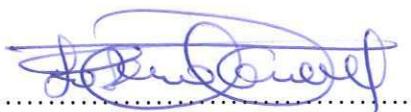
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Humanas y de Educación; por cuanto, el postulante: Erik Omar Valencia Loor con el título de Proyecto de Investigación: *Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador*, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, agosto 2018

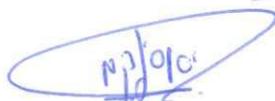
Para constancia firman:



.....
Lector 1 (Presidente)
Nombre: Lorena Álvarez
CC: 0502182496



.....
Lector 2
Nombre: Alex Mullo
CC: 0501848345



.....
Lector 3
Nombre: Yessenia Cabrera
CC: 1716356563

AGRADECIMIENTO

Sería inevitable no recordar a mi familia en momentos especiales, es por esta razón del agradecimiento infinito a todos ellos, porque supieron guiarme con la bendición de Dios por el camino más indicado, siempre partiendo de la idea de que la mejor manera de enseñar es con el ejemplo.

Gracias a los docentes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, quienes lograron inculcar conocimientos y al mismo tiempo sentar bases de esfuerzo y dedicación para afrontar la vida, con la premisa de que *“para ser un buen periodista hay que ser buena persona”*.

Finalmente, a la Universidad Técnica de Cotopaxi, porque me permitió formarme profesionalmente dentro de mi provincia, y al mismo tiempo me hizo sentir más orgulloso de haber nacido en la ciudad de León.

DEDICATORIA

Este simplemente es el resultado de arduas horas de trabajo, esfuerzo y dedicación durante años, entonces no habrá mejor tributo que dedicar este logro a todos quienes estuvieron conmigo en estos años.

Abuelita y mamá, siempre serán quienes lleven la batuta de mis éxitos, porque han sido quienes me han enseñado a caminar y tropezar, pero al mismo tiempo a levarme y seguir luchando.

Hermanos, porque estoy seguro de que esto será una motivación más para que puedan cumplir sus metas en la vida; tíos a ustedes por estar de diferentes maneras, pero por siempre estar.

Papá, también para ti, porque estoy seguro de que habré cumplido con tus expectativas y anhelos puestos en mí.

Y por supuesto, para quienes me enseñaron a luchar por mis sueños, manteniendo mis convicciones firmes en lo que quiero y soy capaz de lograr, para ti y para todos ustedes.

ERIK OMAR

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

“Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador”

Autor/es: Erik Omar Valencia Loor

RESUMEN

En la presente investigación se analizarán las problemáticas a las que están expuestos los medios comunitarios, considerando que son una quimera en la realidad comunicacional actual, sobre todo porque existen factores que hacen que su sostenibilidad a través del tiempo sea imposible, o que no logren mantenerse con los mismos lineamientos con los que fueron creados, y que puedan verse afectados por interés externos al medio.

En ese sentido, el principal objetivo es establecer las diferencias que en el plano discursivo definen a TV MICC y a Barricada TV como medios comunitarios, teniendo en cuenta lo que establece la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), a través de un análisis histórico de estas experiencias. En cuanto a la estrategia metodológica se consideró un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo, y se utilizó la técnica de un grupo de discusión: tuvo la participación de catedráticos de la carrera de Comunicación, de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), entrevistas semi estructuradas: fueron realizadas a personas que trabajan en TV MICC y Barricada TV; y una ficha de observación que tuvo como finalidad evaluar y comparar diferentes aspectos organizativos y de contenidos en ambos medios.

Esto provocó que entre los principales resultados se destaque la idea de concebir a un medio de comunicación comunitario como la principal herramienta de lucha de diferentes sectores sociales, teniendo como eje el desarrollo del debate. Esto permite señalar que, entre las principales conclusiones se determine que los medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares, buscan la inclusión social y la apropiación de espacios comunicacionales por parte de sectores sociales, comunidades o colectivos, en donde puedan ejercer su derecho a comunicar y recibir información de manera igualitaria y equitativa, sin

distinción de ningún tipo. Este proyecto de investigación puede contribuir al debate académico científico sobre el papel de los medios comunitarios en la actualidad, tomando en cuenta la realidad de dos países diferentes, como Argentina y Ecuador, considerando como objeto de estudio a dos experiencias televisivas comunitarias desde el hecho mismo de su conformación y cómo han logrado mantenerse en el tiempo, a pesar de las limitaciones presentadas.

Palabras clave: Barricada TV, TV MICC, Ley Orgánica de Comunicación, medios comunitarios, Argentina, Ecuador.

THEME: Comparative analysis on the discourse of the community based on television experiences from Ecuador and Argentina.

Author:

Erik Omar Valencia Loor

Abstract

In this researching will analyze the problems in the community media, where they are exposed, considering as a chimera in the current communicational reality, especially because, there are factors that make their sustainability impossible, or that they cannot keep up with the same guidelines which they were created, and they may be affected by external interest in the medium. For this reason, the main objective is to establish the differences that in the discursive plane define TV MICC and Barricada TV as community means, taking into account what establishes the Organic Law of Communication (LOC), through a historical analysis of these Experiences. A non-experimental design had been considering with a qualitative approach, and a technique for a discussion group applied. It had the participation of professors to the Communication Career, at Technical University of Cotopaxi (UTC), using interviews for people who work in TV MICC and Barricada TV, and an observation paper that had been applying at evaluating and comparing different organizational and content aspects in both media. This motivated that among the main results the idea of conceiving a community communication medium as the main tool of struggle of different social sectors, having as axis the development of the debate emphasized. This makes it possible to point out that among the main conclusions it is determined that the community, alternative and popular media seek the social inclusion and the appropriation of communication spaces by social sectors, communities or Groups, where they can exercise their right to communicate and receive information in an egalitarian and equitable manner, without distinction of any kind. This researching project can contribute to the scientific academic debate on the role of Community media today, taking into account the reality of two different countries, such as Argentina and Ecuador. Considering as the object of study to the television experiences since their conformations, and how they have managed to stay in time, despite the limitations presented.

Keywords: Barricada TV, TV MICC, Organic Law of Communication, community media, Argentina, Ecuador.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señor: VALENCIA LOOR ERIK OMAR, cuyo título versa “**ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE EL DISCURSO DE LO COMUNITARIO BASADO EN EXPERIENCIAS TELEVISIVAS DE ARGENTINA Y ECUADOR**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, agosto del 2018

Atentamente,


Msc. Alison Mena Barthelotty
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 0501801252



ÍNDICE

Portada.....	i
Declaración de auditoria.....	ii
Aval del tutor del proyecto de investigación.....	iii
Aprobación del tribunal de titulación.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	ix
Aval de traducción.....	x
1. Información General.....	1
2. Resumen del Proyecto.....	2
3. Justificación del proyecto.....	3
4. Beneficiarios del proyecto.....	3
5. El problema de investigación.....	3
6. Objetivos.....	7
7. Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	8
8. Fundamentación científico técnica.....	9
8.1 Antecedentes	
La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio.....	9
Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo.....	10
Los medios comunitarios en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M.....	11
La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del tercer sector en España y Francia.....	12
Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencia desde Argentina y Ecuador.....	13
La investigación acción participativa y la teoría de la acción comunitaria como referentes para interpretar el conflicto en Colombia.....	15
8.2 Marco teórico	
Definiciones.....	16

Influencia cultural.....	24
Sostenibilidad.....	28
Lenguaje audiovisual.....	33
9. Validación de las preguntas científicas.....	36
10. Metodología y diseño experimental.....	36
Marco metodológico.....	36
Diseño de la investigación.....	36
Enfoque.....	37
Nivel de la investigación.....	37
Población, muestra y muestreo.....	38
Técnicas e instrumentos de investigación.....	39
11. Análisis y discusión de resultados.....	44
12. Impactos.....	59
13. Conclusiones y recomendaciones.....	60
14. Bibliografía.....	61
15. Anexos.....	64

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador

Fecha de inicio: Octubre 2017

Fecha de finalización: Agosto 2018

Lugar de ejecución:

Cantón Latacunga, provincia Cotopaxi, zona 3

Facultad que auspicia:

Facultad en Ciencias Humanas y Educación

Carrera que auspicia:

Comunicación Social

Proyecto de investigación vinculado:

Latacunga desde adentro: Educomunicación y medios alternativos

Equipo de trabajo:

Tutor: MSc. Franklin Falconí

Erik Omar Valencia Loor

Área de Conocimiento:

Estudio de la comunicación en el ámbito comunitario

Línea de investigación:

Educación, Comunicación y Diseño Gráfico para el desarrollo humano y social

Sub línea de investigación de la Carrera:

Comunicación alternativa y procesos educomunicacionales

2. RESÚMEN DEL PROYECTO

En la presente investigación se analizarán las problemáticas a las que están expuestos los medios comunitarios, considerando que son una quimera en la realidad comunicacional actual, sobre todo porque existen factores que hacen que su sostenibilidad a través del tiempo sea imposible, o que no logren mantenerse con los mismos lineamientos con los que fueron creados, y que puedan verse afectados por interés externos al medio.

En ese sentido, el principal objetivo es establecer las diferencias que en el plano discursivo definen a TV MICC y a Barricada TV como medios comunitarios, teniendo en cuenta lo que establece la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), a través de un análisis histórico de estas experiencias. En cuanto a la estrategia metodológica se consideró un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo, y se utilizó la técnica de un grupo de discusión: tuvo la participación de catedráticos de la carrera de Comunicación, de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), entrevistas semi estructuradas: fueron realizadas a personas que trabajan en TV MICC y Barricada TV; y una ficha de observación que tuvo como finalidad evaluar y comparar diferentes aspectos organizativos y de contenidos en ambos medios.

Esto provocó que entre los principales resultados se destaque la idea de concebir a un medio de comunicación comunitario como la principal herramienta de lucha de diferentes sectores sociales, teniendo como eje el desarrollo del debate. Esto permite señalar que, entre las principales conclusiones se determine que los medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares, buscan la inclusión social y la apropiación de espacios comunicacionales por parte de sectores sociales, comunidades o colectivos, en donde puedan ejercer su derecho a comunicar y recibir información de manera igualitaria y equitativa, sin distinción de ningún tipo. Este proyecto de investigación puede contribuir al debate académico científico sobre el papel de los medios comunitarios en la actualidad, tomando en cuenta la realidad de dos países diferentes, como Argentina y Ecuador, considerando como objeto de estudio a dos experiencias televisivas comunitarias desde el hecho mismo de su conformación y cómo han logrado mantenerse en el tiempo, a pesar de las limitaciones presentadas.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto es realizado con la finalidad de comprender como un medio de televisión comunitario está constituido de acuerdo a su estructura organizativa y social, también la manera en la que conforma sus contenidos en base a las necesidades que el espectador mantiene de acuerdo a la información que desea obtener.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán los habitantes de la ciudad de Latacunga, y a su vez los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, quienes podrán considerar al proyecto de investigación como referencia para futuros análisis dentro y fuera de la provincia.

Dentro del contexto social en el que se ubica la ciudad, es transcendental determinar que este proyecto también será de vital importancia para los estudiantes de la carrera de comunicación social, debido a que podrán tener una visión más clara de lo que significan los medios comunitarios, asimismo se tomará como referencia para entender el significado y el propósito que mantienen estas iniciativas sociales.

Se han recolectado datos importantes que podrán ser tomados en consideración como referencia, en cuanto a aspectos estructurales, económicos y sociales que puede presentar un medio comunitario al momento de su creación, lo cual permitirá un análisis más exhaustivo y con un enfoque diáfano y preciso de lo que se desea lograr con un medio de comunicación comunitario.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

- 1. Directos:** Población de Latacunga
- 2. Indirectos:** Los ciudadanos argentinos, estudiantes de la carrera de Comunicación Social, Universidad Técnica de Cotopaxi.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

A nivel regional podemos encontrar que existen diversas ideas o denominaciones en cuanto a lo que representa un medio comunitario, es así que Gabriel Kaplún manifiesta que:

Los movimientos sociales que requieren mantener a sus integrantes comunicados, ampliar su base social, ganar visibilidad y reconocimiento. Desde los sindicatos a los campesinos sin tierra, los pueblos indígenas o las organizaciones vecinales o de mujeres.

Diversas estrategias de comunicación y diversos medios son entonces frecuentes, desde la prensa sindical a las radios mineras, desde la televisión de los trabajadores, a las radios comunitarias, locales o las redes telemáticas. (2007, p.1)

Entonces se determina que los medios comunitarios tienen como finalidad servir a la sociedad y hacer que la comunicación pueda ser comprendida como un derecho, en donde los habitantes de diferentes comunidades tengan la oportunidad de ejercer uno de los principios fundamentales de los seres humanos, el de exigir y entregar información veraz y eficaz, capaz de ser leída y escuchada en cualquier momento, indistintamente del lugar de origen de la información.

En América Latina, nace la necesidad de contribuir a la sociedad con la implementación de medios comunitarios, un ejemplo de ello fueron radio Minera en Bolivia (1944) y radio Sutatenza en Colombia (1947), con la finalidad de exigir derechos y educar a las comunidades, sobre todo rurales, de igual manera la iglesia católica intervino en este proceso creando proyectos radiales con el objetivo de comunicar tomando en consideración a la educación.

También es importante examinar cuál es el mensaje que los medios comunitarios transmiten en la actualidad, y de qué manera estos medios pueden llegar a influenciar en las personas a través de la información que se emite, considerando que lo primordial es mostrar una realidad, la cual es diferente de acuerdo al lugar en donde se localiza el medio comunitario.

Es así como Mariana García nos dice que:

Las propuestas de los medios alternativos en términos de nuevos formatos y géneros y en términos de lo que se quiere hacer en estos espacios desde el punto de vista estético y de lenguajes, presentan hoy en día un escaso nivel de maduración y aun de reflexión sobre el tema. (2006, p.3)

Esta es una de las problemáticas a las que se enfrentan en la actualidad los medios comunitarios, debido a que se realizan programas, segmentos o coberturas, pero sin una línea editorial muy bien definida o a su vez esta no es puesta en práctica de manera correcta, se entiende que quienes son los principales actores de estos medios son los moradores de los lugares en donde se ejecuta el proyecto, pero que a pesar de los deseos de colaborar con la comunidad se hace indispensable la cooperación de gente capacitada en el ámbito de la comunicación, y de esta manera lograr implantar una visión fundamentada de lo que se quiere lograr con el medio comunitario.

Es así que Hernández (como se citó en Galán, 2009) nos dice que “crear una comunicación es formar para el diseño, producción, circulación y consumo crítico de nuevos mensajes, para la construcción de una nueva estética, una nueva poética, una nueva narrativa, una nueva imaginación” (p. 31).

La comunicación en la actualidad debe estar sujeta a un cambio de paradigma comunicacional, considerando que todos son transmisores de información, aunque para que el mensaje de los medios comunitarios llegue de manera adecuada se podría hacer una reestructuración en cuanto al contenido de los segmentos, pero que las necesidades de la sociedad sea el eje central del medio.

A nivel nacional encontramos en el Artículo 85 de la Ley Orgánica de Comunicación que “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” (2013, p.15).

Según Hamilton (como se citó en Hernández y Chaguaceda, 2013) “Los medios se refieren a los instrumentos técnicos y físicos mediante los cuales las personas pueden expresarse, mientras que la comunicación aunque relacionada y dependiente de los procesos técnicos, no debe de ser vista como el equivalente de dichos procesos” (p. 68).

Es por ello que Galán manifiesta que “no se trata de entregar a la sociedad, comunicadores y comunicadoras que se adapten al sistema, sino profesionales que aporten a un desarrollo más democrático de la sociedad, a través del impulso de proyectos de medios comunitarios” (2009, p. 6).

He aquí el ejemplo de lo que en la actualidad se vive en el Ecuador, los nuevos comunicadores tiene un ejemplo a seguir considerando que en la academia pueden mantener una línea marcada de lo que deseen realizar como profesionales, pero que si no logran identificar una problemática y a su vez tratar de buscar una manera de exponerla, habrán caído dentro de un sistema en donde se pueda tergiversar y “manipular” la información.

Según Carrión (como se citó en Galán, 2009)

En el Ecuador existen 42 emisoras de radio, denominadas comunitarias o populares, entre fraternas y afiliadas, a siete redes que se agrupan en la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE): Red Amazónica, Red Kichwa,

Congreso de Comunicación, Valores y Desarrollo Social. retos para la universidad del siglo XXI 30 Red Binacional, Red Migración, Red de Niños, Niñas y Adolescentes, Red Ambiental y Red Informativa Nacional. La cobertura de estas emisoras llega a 21 provincias del país en un 30% a la población urbana mientras que un 60% a la rural. (p. 29-30)

De acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación regida por la Constitución de la República, se determina el libre acceso a la distribución y recepción de información para los pueblos y organizaciones sociales, indígenas y campesinas para que puedan acceder una determinada cantidad de frecuencias en el país.

Actualmente, se garantiza el libre acceso a la información, aunque existen factores que inciden directamente en el desarrollo de un medio comunitario, por ejemplo, una línea editorial establecida y que marque el camino del medio en su afán de plasmar la realidad.

A nivel micro, un ejemplo, es TV MICC, el cual es un medio comunitario ubicado en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi (Ecuador), es un medio que funciona desde el año 2009, el cual evidencia como eje fundamental la difusión de segmentos interculturales, entregando a la sociedad nuevos enfoques comunicacionales, muestra rasgos de lo que es un medio de comunicación comunitario.

Dentro de este enfoque lo que nos interesa analizar es la influencia del contenido transmitido a través del canal TV MICC en la sociedad del cantón Latacunga, considerando que un medio comunitario puede ser visto como una herramienta político comunicacional, que pueda ser parte activa de una sociedad que desea expresar requerimientos y a su vez escuchar pedidos, en donde sus actores tomen un posicionamiento firme acerca del contexto en el que viven, y que a su vez su contribución pueda ser considerada como parte de la realidad.

Los diferentes significados que se le pueden atribuir a la recepción del mensaje por parte de la sociedad siempre van a ser muy subjetivas, debido a que cada persona lo desarrolla y asimila de acuerdo a su contexto y realidad social.

Lo que a los medios comunitarios le interesa es una realidad, pero que pueda ser comprendida con un enfoque más humano y con un mensaje claro que vaya acorde a lo que se desea transmitir. Es por ello que Hernández y Chaguaceda (2013) nos dicen que “Los medios alternativos,

ciudadanos y radicales son espacios que resultan necesarios para la conformación de una ciudadanía más informada, plural y analítica” (p. 66).

Entonces, las causas son determinadas de acuerdo a las exigencias de la sociedad, actualmente los medios comunitarios han sufrido transformaciones de orden social e ideológico para lograr llegar a tener aceptación con la construcción del mensaje, considerando que en sus inicios fueron creados con la intención de denunciar, alfabetizar o ser medios de libre acceso para la comunidad. Dentro de este contexto investigativo, lo que nos interesa analizar son los procesos de conformación, la política editorial del medio, y a su vez conocer si han estado apegados a la política de la comunicación participativa, popular en el discurso; es así que en este marco la pregunta planteada es:

¿Qué define al discurso sobre lo comunitario en TV MICC, con relación a lo que establece la LOC y al desarrollo de experiencias como Barricada TV en Argentina?

6. OBJETIVOS:

General

- Establecer las diferencias que en el plano discursivo definen a TV MICC y Barricada TV como medios comunitarios, teniendo en cuenta lo que establece la LOC, a través de un análisis histórico de estas experiencias.

Específicos

- Discutir conceptualmente los enfoques sobre lo comunitario que proponen TV MICC y Barricada TV, así como lo que establece la LOC.
- Contrastar la aplicación práctica de la concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación de los dos medios.
- Proponer líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos comunitarios en Ecuador.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Objetivos	Actividad (tareas)	Resultado de la actividad	Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)
<ul style="list-style-type: none"> • Discutir conceptualmente los enfoques sobre lo comunitario que proponen TV MICC y Barricada TV, así como lo que establece la LOC. 	<ul style="list-style-type: none"> • Detallar las actividades realizadas de los medios ante la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • La óptica que se tiene de los medios comunitarios depende del enfoque con el que se trata la información y la dirección de un medio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección de datos • Entrevistas semi estructurada • Análisis de datos
<ul style="list-style-type: none"> • Contrastar la aplicación práctica de la concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación de los dos 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los contenidos mediante la distribución de la parrilla de contenidos de los medios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los contenidos transmitidos deberán estar sujetos a una evaluación de target para validar su correcta apreciación por parte de la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de contenidos • Fichas de observación

<ul style="list-style-type: none"> • Proponer líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos comunitarios en Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecerán las necesidades y exigencias de las sociedades para de acuerdo a ello proponer características generales de los medios comunitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los medios comunitarios han permitido una mayor inserción de la sociedad a ejercer su derecho a la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección de datos • Entrevistas semi estructurada • Análisis de datos
--	---	--	--

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1 Antecedentes

La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio realizado por Israel Hernández Ceballos y Armando Chaguaceda Noriega (2013)

Este estudio abarca contenidos sobre los medios comunitarios como vía para la reflexión y transformación de sus contextos sociales y territoriales, por lo tanto menciona:

El elemento que determina a los medios alterativos es que se encuentran inmersos en un lugar y enfrentándose a lo dominante, lo cual se verá reflejado en determinadas características relacionadas con la organización y estructura del medio, formas de gestión, relación entre los emisores y receptores, contenidos y financiación. (p. 66)

El desarrollo y relación de un medio comunitario con la sociedad dependerá de cómo se ha constituido el medio y la imagen que desee transmitir, a través del contenido transmitido, el enfoque comunicacional que presente, y a su vez la relación que mantenga con la sociedad.

Los medios comunitarios por su propia naturaleza, representan una amplia gama de expresiones propias de la pluralidad y diversidad sociales, y aluden a una cualidad básica de lo común: algo que no siendo particularmente de ninguno pertenece y se extiende a todos. Aunque el término comunitario en muchos casos puede ser mal interpretado por parte de la sociedad, debido a que puede ser que no se les brinda el espacio adecuado para que puedan ejercer su derecho a informar y ser informados.

Este estudio aporta a nuestra investigación a sobreentender y a mantener una visión más clara de lo que representa un medio comunitario para la sociedad, lo que es y lo que se puede lograr cuando se mantienen iniciativas sociales, siendo parte de un colectivo determinado en busca de ideales y fines comunes.

**Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo
realizado por Stefania Milan (2006)**

Este estudio a su vez abarca contenidos sobre los medios comunitarios, que representan un aporte en los procesos de desarrollo y juegan un papel importante en la democratización, en las reivindicaciones sociales y en la generación de conocimientos, por lo tanto menciona:

Los medios comunitarios están llamados a jugar un importante papel en el desarrollo, especialmente dentro de las comunidades pobres y de las áreas rurales o marginales. Hay diferentes definiciones y distintas experiencias geográficas sobre lo que los medios comunitarios son o deberían ser. (p. 270)

Los medios comunitarios han presentado problemas desde sus inicios, en cuanto a lo que realmente representaba, la unión de los medios de comunicación con la comunidad, pues los medios comunitarios se suman a la dimensión de desarrollo social y cultural proporcionando canales de participación y de ejercicio de poder, y transmitiendo las experiencias individuales en visiones compartidas de una realidad trabajando, de este modo para la construcción de la sociedad.

Según Hollander citado en Milan (2006) “Los medios comunitarios proporcionan comunicación pública dentro de un contexto específico, que es la comunidad, entendida esta no solo como

escenario geográfico sino primariamente como un escenario social” (p. 270).

Se determina que más allá de comprender un lugar específico de la geografía, el medio comunitario siempre va a estar dispuesto a servir dentro del contexto social en el que se encuentre desenvolviéndose, lo cual es importante porque presta atención sin discriminación de ningún tipo. Las características de medios comunitarios comprende medios impresos, tales como boletines y periódicos locales, y hoy en día engloba las, así llamadas nuevas tecnologías de información y comunicación TIC.

Este estudio aporta en la investigación a mantener una visión de la importancia de los medios comunitarios en la sociedad, su relación directa, lo cual permite que sea más equitativo a la hora de receptor información y de redistribuir la misma información.

**Los medios comunitarios en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M realizado por
Alejandro Barranquero Carretero y Mirian Meda González (2015)**

El artículo se plantea como objetivo “Referirse al rol central que hoy juegan las redes personales, institucionales y virtuales en el fortalecimiento del tercer sector de la comunicación” (p. 139).

Es importante hacer un análisis de ámbitos como este debido a que estos factores se relacionan directamente y es indispensable dejarlos de lado a la hora de realizar una investigación comunicacional.

La metodología que aplicaron “combina técnicas de observación y revisión documental con análisis cualitativo” (Barranquero, Meda, 2015, p. 141). Y para esto utilizaron las técnicas de entrevistas semi estructuradas y los instrumentos fueron los principales responsables de la coordinación de las coberturas

Los resultados a los que llegaron fueron “Los testimonios alertan acerca de un conjunto de cuestiones que cabría mejorar en las siguientes actuaciones en relación con las protestas” (Barranquero, Meda, 2015, p.163).

Es necesario especificar que el artículo es de la realidad económica e institucional de España respecto a los medios y experiencias comunicacionales. Partiendo de ellos los testimonios recolectados indican que la participación ciudadana alcanza plena visibilidad a partir de la creación del movimiento 15 M, que ayuda al fortalecimiento de las estructuras en la actualidad de

España.

Las conclusiones que planteó Barrenquero y Meda (2015) fueron que “las redes personales institucionales y virtuales juegan hoy un papel central en la consolidación del sector, en particular porque no solo garantizan su sostenibilidad económica a partir de la economía solidaria” (p. 163). Hacen un símil ente la participación ciudadana y obviamente la económica solidaria, y a su vez como esta todo esto ligado directamente con los medios comunitarios y su relación con la sociedad.

Este artículo aporta al proyecto de investigación, debido a que nos permite entender de mejor manera la realidad social en la que los medios comunitarios, la sociedad y hasta su economía influyen directamente dentro de un contexto social y a su estudio.

La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del tercer sector en España y Francia realizado por Miguel Angel Ortiz Sobrino (2014)

El artículo se plantea como objetivo “la descripción de la situación de esta emisoras en Francia y España, como vehículos de comunicación y participación alternativa del tercer sector, en su vertiente local o global” (p. 25).

Es importante determinar cómo en Europa existen este tipo de iniciativas, debido a que les interesa la vinculación de los medios con las comunidades, y a su vez la participación que existe entre ambos a la hora de poner en práctica conocimientos e información.

La metodología que aplicaron “se basa en la revisión bibliográfica de los principales textos de literatura científica que aborda el tema” (Ortiz Sobrino, 2014, p. 29). Y para esto utilizaron la técnica de entrevista persona y los instrumentos fueron un temario de preguntas.

Los resultados a los que llegó Ortiz Sobrino fue que:

Se ha constituido organizaciones privadas de carácter voluntario y sin fin de lucro que, al amparo de la libre iniciativa ciudadana y regidas de forma autónoma, buscan mediante el desarrollo de actividades comunicativas de interés general alcanzar un incremento de los niveles de calidad de vida. (2014, p.29)

Los resultados alcanzados son importantes porque determinan la importancia que se le da a la

comunicación y obviamente como esto puede influir en la calidad de vida de las personas, generando programas y actividades comunicativas en beneficio de la sociedad.

Las conclusiones que planteó Ortiz Sobrino (2014) fueron que “la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, se decanta por el termino comunitarias para referiré a estas emisoras que tiene una finalidad social y se caracterizan por estar gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo y sin fines de lucro” (p. 34).

Resalta el término de las Radios comunitarias, indicando que son sin fines de lucro y que están guiadas por organizaciones o colectivos ciudadanos.

Este artículo aporta al proyecto de investigación indicando la importancia que tiene los medios comunitarios a nivel mundial, también la manera en la que se resalta el término comunitario y lo que esto implica para la sociedad.

Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador realizado por Mauro Cerbino y Francesca Belotti (2016)

El artículo se plantea como objetivo “dar cuenta de la articulación comunidades-medios, intentando mostrar la existencia de vínculos recíprocos entre organización social y generación de contenidos” (p. 2).

Es importante determinar que existe un estrecha relación entre los medios de comunicación y las comunidades, considerando que ambos están expuestos a lo que puedan obtener uno del otro, dicho de otra manera los dos necesitan uno del otro para general contenido de información y a su vez para lograr que las peticiones no escuchadas puedan ser expuestas de manera pública.

La metodología que aplicaron fue una técnica de observación desde un enfoque cualitativo debido a los objetivos analíticos de la investigación y a la necesidad de facilitar un diseño flexible e interactivo (Cerbino, Belotti, 2016, p. 4). Y para esto utilizaron la técnica de entrevistas semi-estructuradas y el instrumento fue un plan de muestreo intencional y seleccionando los encuestados a través de un procedimiento de bola de nieve.

Los resultados a los que llegaron fueron “la capacidad de los MPAC de construir y mantener un vínculo efectivo con su entorno social y territorial, y por otro a los procesos de definición de la agenda y de producción de contenido” (Cerbino, Belotti, 2016, p.4).

Los resultados de la investigación resaltan de manera importante, ya que como la investigación se realizó en dos países de Latinoamérica muestran las cualidades que los medios tienen para relacionarse en su contexto diario en cuanto a su territorio y a su vez con las personas que lo conforman y también la generación de contenidos y de qué manera son expuestos ante la sociedad.

Las conclusiones que plantearon Cerbino y Belotti (2016) fueron que:

Los resultados analizados muestran al menos cuatro elementos comunes que deben ser discutidos a manera de conclusión. En primer lugar, las diferencias que se observan entre los medios comunitarios y los medios comerciales y públicos en términos de concepción y organización interna de cara a su función; en segundo lugar, la naturaleza del sujeto prestador del servicio; en tercer lugar, la naturaleza del vínculo entre este sujeto y la apropiación del medio y, finalmente, el potencial político que los MPAC pueden representar frente a la acción de los medios de comunicación hegemónicos. (p. 19)

Se especifican cuatro puntos en los que los autores centran la importancia de la investigación, el más relevante puede ser las diferencias entre los medios comunitarios, comerciales y públicos debido a que si bien la ley estipula diferencias en cuanto a su creación, dirección y sustento económico, los tres también deben cumplir con un fin común y específico, el de permitir que la sociedad pueda ejercer el derecho fundamental de comunicar y a su vez recibir información veraz, clara y concisa.

Este artículo aporta a la investigación desde la óptica de los medios de comunicación comunitarios a nivel de latinoamericano, tomando como referencia a Argentina y Ecuador, permitiendo obtener un conocimiento más amplio en cuanto a las necesidades que presentan las comunidades de ambos países.

La investigación acción participativa y la teoría de la acción comunicativa como referentes para interpretar el conflicto en Colombia realizado por Aida Quiñones (2010)

Esta tesis tiene como objetivo “la propuesta de una reflexión sobre las ciencias sociales y el papel que cumplen en su labor investigativa” (p. 11).

Es importante determinar el rol fundamental que cumplen las ciencias sociales dentro de la labor investigativa, a su vez lo importante que es dentro del desarrollo de diferentes actividades investigativas.

La metodología que aplicaron fue “una acción participante” (Quiñones, 2010, p. 11). Y para esto utilizaron las técnicas de observación participante y los instrumentos fueron temarios de preguntas.

Los resultados a los que llegaron fueron “la investigación de la acción participante se plantea por una parte como opción transformadora de las condiciones que vulneran la sociedad, por condiciones más humanas, y a su vez trata de mostrar ciertos vacíos en el afán transformador de los colectivos” (Quiñones, 2010, p. 11).

Muestra el déficit que existe en el afán de obtener mayores beneficios dentro de la comunicación a la hora de realizar diferentes investigaciones.

Las conclusiones que planteó Quiñones (2010) fueron que “el enfoque de la investigación acción participante emerge en momentos en que el Estado de Bienestar como sinergia positiva entre desarrollo económico y democracia” (p. 11).

Es importante que exista un estado de bienestar para que exista un desarrollo económico y a su vez para que exista democracia dentro de los colectivos ciudadanos.

Esta tesis aporta al proyecto de investigación para tener una visión más amplia del contexto regional, en cuanto se refiere a los niveles de investigación y la influencia de las ciencias sociales.

8.2 Marco teórico

Definiciones (Ecuador)

Dentro de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) de la República de Ecuador en el título V, artículo 70.- **Tipos de medios de comunicación**, se estipulan tres tipos de medios de comunicación que son:

1. Públicos;
2. Privados; y,
3. Comunitarios.

Considerando que el artículo 71.- **Responsabilidades comunes**, de la LOC (2013) manifiesta que:

La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;
2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas;
8. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la educomunicación. (p.13-14)

Tomando en cuenta a la LOC como sustento legal para el desarrollo del cumplimiento de normas en la reproducción y difusión de información de cualquier tipo de medio de comunicación, sea público, privado o comunitario, se evidencia que cualquiera de los tres tipos de medios debe cumplir con las mismas reglas, considerando que la comunicación está establecida como un servicio público y el mismo deberá estar presentado “con responsabilidad y calidad” ante la sociedad.

A su vez, es necesario determinar que la LOC establece funciones y define a los tres tipos de medios de comunicación que se consideran legales dentro del territorio ecuatoriano, como consta en la **SECCIÓN I Medios de Comunicación Públicos** de la LOC (2013) artículo 78.-
Definición:

Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público. Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea.

Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial.

Se garantizará su autonomía editorial. (p.15)

La Asamblea Nacional y El Estado precisan dentro de la LOC lo que desean de un medio público, considerando que le entregan total autonomía editorial al medio para que pueda ejercer una comunicación veraz e incluyente ante la sociedad, sin presentar algún tipo de inclinación política hacía el gobierno de turno, lo que ocasiona que el derecho a la comunicación sea más equitativo y sobre todo, pueda obtenerse una retroalimentación por parte de la ciudadanía.

Asimismo, la LOC (2013) dentro de la **SECCIÓN II Medios de comunicación privados** en el artículo 84.- dice que: “Los medios de comunicación privados son personas naturales o jurídicas

de derecho privado, con o sin finalidad de lucro, cuyo objeto es la prestación de servicios públicos de comunicación con responsabilidad social” (p.15).

La ley es clara en manifestar que cualquier tipo de prestación de servicios públicos deberá ser con compromiso social, tomando como eje principal de su trabajo a la colectividad, para cumplir y permitir que cumplan con el principio fundamental del derecho a la comunicación social.

Finalmente, la LOC establece dentro de la **SECCIÓN III Medios de comunicación comunitaria** en el artículo 84.- manifiesta que:

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. (p.15)

Un medio de comunicación comunitaria se define por la lucha social, y por permitir que los sectores históricamente olvidados tengan una voz de protesta, la cual sea capaz de obtener resultados en beneficio de un colectivo y más no de un bien personal, su objetivo principal es mejorar a la sociedad del lugar en donde se desarrolla teniendo como actores principales a los ciudadanos y ciudadanas de la zona en la que se sitúa el medio.

Es así como Stefanía Milan (2006) afirma qué:

Los medios comunitarios cubren diversos temas, pero generalmente abarcan aquello que puede ser llamado una “misión social”. Especialmente en algunas áreas del mundo, como África, están concentrados en la educación (programas de salud y cuidado de niños, consejos sobre la agricultura, derechos humanos y situación de las mujeres, clases de educación). Su impacto es aún más relevante cuando estos programas no están creados con una lógica vertical, sino a través de un proceso horizontal, por la comunidad y para la comunidad. (p. 273)

Todos los temas que se puedan englobar dentro de un medio comunitario siempre estarán, (en la

teoría), destinados a comprender las necesidades de sus moradores, que les permitan exigir y a su vez contribuir a las mejoras inmediatas de la calidad de vida, o necesidades primarias de la comunidad.

Milan (2006), indica que los medios comunitarios están expuestos a aportar en la sociedad de manera clara y eficaz, para ello indica que:

Los medios comunitarios contribuyen al desarrollo del nivel más difícil de alcanzar a través de la mayoría de los programas de desarrollo: el nivel base. Hechos por la comunidad, para la comunidad y sobre la comunidad, contribuyen al desarrollo de dos (principales) campos:

- a. En el nivel procesal, como un canal de participación. Los medios comunitarios representan “la voz de los sin voz” y permiten a los ciudadanos y, especialmente, a las comunidades marginadas expresar sus preocupaciones; como medios de acceso abierto, representan un instrumento para el ejercicio de la democracia.
- b. En el nivel simbólico, como un medio de toma de poder. Al dar a la gente la capacidad de generar iniciativas en la escala local, muestra que el cambio es posible. Representa un modo de ejercicio de la imaginación y de traducción de dicha imaginación en una práctica mediante su propia expresión. Lo que comienza como una experiencia individual se vuelve una experiencia colectiva, a través del filtro de los medios comunitarios. La comunidad crea significados compartidos e interpretaciones de la realidad, y al mismo tiempo empieza a vislumbrar oportunidades de cambio. (p. 274)

Estos campos son indicadores de lo que se puede lograr siempre y cuando los medios comunitarios mantengan una idea firme sobre lo que están realizando en su lucha diaria, permitiendo que la comunidad se apropie de espacios, que en ciertos lugares ha sido excluida de manera rutinaria.

Para Víctor Mari “El concepto de comunicación comunitaria va más allá del sentido instrumental y tecnológico del término. No es solo una cuestión de instrumentos. La apropiación implica recuperar el protagonismo de la ciudadanía en el proceso comunicativo” (Mari, 2010, p. 12).

Ahora bien, es importante definir lo que es una comunidad, es por ello que es importante señalar

a John Pollock, quien dice que: “El modelo de estructura comunitaria examina las relaciones entre las características de la comunidad, el contenido de los medios y los efectos de la exposición a los contenidos mediáticos desde una perspectiva sistémica” (Pollock, 2009, p. 2).

Aunque dentro de las denominaciones de medios comunitarios también encontramos a autores que hacen referencia a medios alternativos y populares, entre lo alternativo encontramos a Corrales y Hernández quienes nos dicen que “la comunicación alternativa se define como aquella no autoritaria que surge de la necesidad de comunicar la realidad de la vida social” (2009, p. 5).

Pero, también expresan una definición de lo que significan los medios alternativos, Corrales y Hernández (2009) añaden que:

La comunicación alternativa surge de la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno, y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico. Esta comunicación se da en particular en sistemas dominantes, en los que los individuos no cuentan con una expresión abierta dentro de los medios y canales establecidos, ya que estos son invadidos, saturados y controlados por el discurso del poder. (p. 6)

Manteniendo la línea de medios alternativos, entre estas denominaciones tenemos a Moragas Spá (citado en Barranquero y Sáenz, 2010) afirma que:

La comunicación alternativa es un instrumento de la lucha popular contra el poder, de ahí que una de las diferencias fundamentales entre la teoría de la comunicación alternativa y la teoría de la comunicación dominante deba encontrarse en el área de la teoría del emisor y en las condiciones de producción del significado. (p. 1)

Asimismo, Corrales y Hernández (2009) nos dicen que:

Los medios alternativos se plantean como todos aquellos medios que están en oposición o alternativa a los medios masivos que son ampliamente consumidos y con un acceso mayoritario. En algunos casos se trata de medios que ofrecen servicio a comunidades o grupos que quedan al margen de los medios establecidos, y que buscan un cambio social. (p. 7)

Es decir, son medios que se convierten en una alternativa para las personas al momento de consumir y de emitir algún tipo de información, lo que no ocurre con los medios tradicionales, en los cuales en muchos de los casos deben esperar mucho tiempo para que sus peticiones sean escuchadas, pero esto también se debe al amplio espacio de cobertura que mantienen y que a su vez provocan que la información deba ser seleccionada.

Mientras que Barranquero y Saénz (2010), también hablan sobre la comunicación alternativa y dicen que:

La teoría de la comunicación alternativa es el ámbito de estudio orientado a investigar, teorizar y planear estrategias a partir de este tipo de experiencias comunicativas, incluyendo expresiones en soportes mediáticos diversos -prensa, radio, televisión, Internet- así como en otras vías de expresión cultural: artes plásticas, música, teatro, cómic, etc. (p. 5)

En el Ecuador la LOC establece parámetros necesarios y explícitos que deben cumplir los medios de comunicación para su libre ejercicio, y como lo determina la misma ley, esta no exenta a los medios públicos, por ejemplo en donde en teoría se les permite tener una línea editorial autónoma sin injerencia directa del Estado, el punto de inflexión es que el país ha debido transcurrir por un periodo político en donde todo lo expuesto en el canal a fin del gobierno debía estar a disposición de un filtro del partido político presidencial y en su gran mayoría las información que era develada en los informes semanales presidenciales eran las principales noticias que el medio transmitía.

Esta postura está vinculada con el concepto de Selser (citado en María Lemus, 2017) y dice que:

La comunicación alternativa que surgió frente a los regímenes de censura y represión se generó para suplir el vacío que dejaban los medios tradicionales, ya que la evasión de temática, distorsión u ocultamiento de la información estuvo asociada a que los propietarios de los medios masivos de comunicación estuvieron relacionados estrechamente con el régimen en el poder. (p. 57)

Finalmente, encontramos a Martín Babero, el cual hace un apartado especial hacia lo popular y añade que “Quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas

colectivas producidas por y desde los grupos sociales base, tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel potente como latente” (Barbero, 1982, p. 15).

De igual manera los medios alternativos deben cumplir con algunas características, que según Corrales y Hernández (2009) son:

Propósito: Razón de ser	Los medios alternativos nacen de una necesidad social, ya sea educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc. Invitan a la movilización social, y su razón de ser es promover y convocar ideologías y eventos específicos, en los que los interesados pueden manifestarse ya sea virtual o físicamente.
Objetivo	Impulsar la concientización social y generar la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua. En la actualidad enfrentan al capitalismo y al neoliberalismo ideológica y culturalmente.
Mensaje	El mensaje alternativo difiere en forma y contenido al elaborado por los medios tradicionales, ya que encierra la mirada de individuos ajenos a los grupos de poder. En él se busca exponer la realidad social, olvidándose de los beneficios económicos que por lo regular buscan los mensajes de los medios tradicionales.
Organización	Cuentan con una organización en la que los interesados pueden participar, se podría decir que tal organización es más horizontal y democrática que la de los medios tradicionales. Todos los individuos interesados pueden participar en su producción, control y distribución, olvidando las limitantes profesionales que suelen regular a los medios tradicionales.
Enfoque	Su enfoque puede ir de lo local a lo global, dependiendo del contenido que este exponga. Muchas veces los medios alternativos surgen de la necesidad de expresar una realidad social específica y local, pero con el paso del tiempo son capaces de evolucionar a expresiones más globales, las cuales encierran causas más generales, como la lucha contra el neoliberalismo. El enfoque, da fuerza al vínculo entre medio y ciudadano, por lo que la relación con sus consumidores difiere de la relación que los medios tradicionales tienen con su audiencia. En los medios alternativos los consumidores participan y ayudan a definir las necesidades y objetivos del mismo.
Financiamiento	Los medios alternativos cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las cuales pueden ser propias, de fundaciones o autogestivas, pero muy pocas veces ligados al estado o la publicidad. Los medios alternos no tienen fines comerciales.
Audiencia	La audiencia de estos medios tiene la ventaja de poder participar en la producción, es por ello que los consumidores pasan de pasivos a activos, y surge, a decir de Alvin Toffler: el <i>prosumidor</i> . (Islas. 2008). <i>Prosumidor</i> : Consumidor que asume simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. La audiencia de los medios alternativos tiene la opción de convertirse en una

	audiencia movilizada, inserta en una relación horizontal y continua con los medios. El tamaño de la audiencia de los medios alternos varía, puede ir de lo local a lo global, y no necesariamente es minoría, gracias a las nuevas tecnologías los medios alternos pueden llegar, cada vez más, a un mayor público.
--	---

Fuente: Corrales y Hernández, 2009, p. 8-9.

Es así como los medios alternativos se han convertido en emisores de información que no es exhibida en medios tradicionales, debido a que fueron expuestas a un filtro de selección y que quizá, no tuvo gran importancia de reproducción para el medio, pero para que quienes desean realizar una comunicación con un enfoque más equitativo se convierte de gran importancia.

Es así que Aguirre (citado en Corrales y Hernández, 2009) indica que:

La comunicación alternativa no es una actividad en sí, dotada de una finalidad que se agota en sí misma, sino que está al servicio de una tarea global, entendida como un proceso de toma de conciencia, de organización y de acción de las clases subalternas. Al hablar de comunicación, se recalcan las funciones informativas culturales, por eso se descartan aspectos documentales como los que generalmente se ofrecen en centros de investigación, bibliotecas y archivos de medios de comunicación. Las alternativas de comunicación han de ir orientadas a la generación de fuentes, mensajes, y líneas de trabajo informativo comunicacional a través de la creación de centros alternativos de comunicación popular. (p. 9)

Dentro de esta idea de lo que significan los medios comunitarios o alternativos, Rodríguez (citado en Corrales y Hernández, 2009) manifiesta que:

La comunicación alternativa como término y fenómeno de estudio, surge a partir del interés de estudiosos de la comunicación en los años 80's por realizar investigaciones sobre medios comunitarios, medios alternativos, medios ciudadanos y comunicación alternativa en general, es decir todo aquello que, desde la comunicación para el cambio social, tiene que ver con organizaciones populares y movimientos sociales. (p. 11)

Una idea clave para concluir las definiciones son las que propone García y Ávila quienes hacen referencia a las diferentes denominaciones en cuanto a los medios a nivel mundial y especifican que: “Cada definición responde a características del medio y reflejan lo único de cada experiencia; esto demuestra que, a diferencia de los medios masivos, los medios comunitarios son respuestas puntuales a necesidades sociales” (García, Ávila, 2016, p. 278).

Influencia cultural

Un aspecto fundamental para describir a un territorio y a sus habitantes es la identidad cultural, comprendida como el conjunto de valores, tradiciones o creencias de quienes viven en un determinado lugar, esto permite que puedan desarrollarse dentro de un grupo social con intereses afines y con un sentimiento de pertenencia hacia cualquier actividad que puedan desarrollar como grupo.

En cuanto a lo que el concepto de identidad cultural hace referencia encontramos a González (citado en Molano, 2007) dice que:

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad. (p. 6)

Considerando que dentro del concepto de identidad cultural se pueden establecer aspectos como el lenguaje como principal instrumento de comunicación, es importante señalar que quizá este sería el de mayor importancia dentro de una comunidad, debido a que es un rasgo incomparable en todas las comunidades, sus expresiones o modismos convierten a sus habitante en únicos y al momento de relacionarse con otros grupos sociales van a encontrar diferencias que logren distinguir de manera clara y marcada a sus colectivos.

Asimismo, cabe señalar que el concepto solo de identidad tiene una propia connotación, es así como Molano nos dice que identidad es “el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia” (Molano, 2007, p. 6).

Estableciendo una idea más general de lo que el concepto identidad representa se puede sentar como base que las comunidades, barrios, colectivos o grupos sociales están determinados por diferentes aspectos que les brindan una identidad propia del lugar del que vienen, convirtiéndolos en únicos o incomparables, por diferentes características al momento de establecer semejanzas y diferencias entre personas, es así como para Olga Molano (2007):

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro. (p. 7)

El mantener presente la idea de que el pasado ha contribuido al desarrollo de las personas es vital, debido a que es por ello que se sienta un precedente en cuanto a la historia y se construyen paradigmas de acuerdo a la realidad de cada pueblo, capaz de convertir a las nuevas generaciones en repetidores de costumbres y tradiciones típicas de un determinado sector.

Existen ligares en donde sus tradiciones son mucho más nombradas que el propio nombre del lugar, mucho más reconocidas por su propia gente, así que se hace indispensable tratar de preservar, mantener y sobre todo contribuir a que se mantenga viva una memoria colectiva, que en muchos de los casos apenas están intentado recuperar o que tan solo vuelven a sus recuerdos en fechas importantes.

La identidad está ligada a las generaciones pasadas, aquellas personas que lucharon para un mejor presente de quienes venían detrás, está asociada a los actos que cometieron para que caracterizaran y diferenciaron su territorio y consigo a su gente.

Es imprescindible señalar que identidad también son aquellas costumbres que se practican en determinadas zonas geográficas y que distinguen particularmente a sus habitantes de otros, es así como Olga Molano dice que “hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana” (Molano, 2007, p. 6).

Desde esta óptica, identidad puede ser algún tipo de fiesta o rito que las comunidades estén acostumbradas a celebrar, estas pueden ser en cualquier época del año o a su vez periódicamente, considerando que siempre dependerá del lugar, también puede estar asociada a costumbres religiosas, de vestimenta o simplemente de idioma.

Esta idea la reafirma (Bodlye citado en Rizo y Romeu, 2006) señala que:

Se concibe a la cultura como algo que se transmite de generación en generación a través del aprendizaje; adquirir una cultura, por lo tanto, no significa nacer con ella, sino aprender los significados compartidos presentes en la misma, lo que permite de alguna manera pertenecer a ella y poseer una identidad. (p. 5)

Una idea más amplia en cuanto a la identidad vinculada a la comunicación puede ser la de Jorge González (citado en Rizo y Romeu, 2006) que manifiesta que “concibe a la cultura como el principio organizador de la experiencia humana, es decir, el lugar en el que los individuos y grupos se posicionan, se reconocen, se definen y se relacionan” (p. 4).

Es importante señalar el aspecto de posicionamiento debido a que en un medio de comunicación es vital la idea que se pueda mantener acerca de la visión con la que se desea trabajar en el medio, tampoco se puede pasar por alto el tema del reconocimiento y como se relacionan las personas dentro de un grupo social o colectivo debido a que esa será la imagen que se reflejará ante la sociedad en general.

Dentro del concepto de cultura se distingue el de interculturalidad en el campo de la comunicación, es así como Rizo y Romeu manifiestan que:

La comunicación, comprendida como interacción, es vínculo entre sujetos, es relación antes que cualquier otra cosa. Y por ello, la interculturalidad no puede ser otra cosa que comunicación intercultural, y apuesta tanto a la competencia como a la cooperación y la disposición que permiten a los sujetos compartir saberes y acciones, poner en común o en contacto la urdimbre de significados que dan sentido a la vida cotidiana, a sus prácticas y a sus representaciones simbólicas. (p. 9)

A partir de este contexto se explica a la interculturalidad como la vía para poner en práctica las diferentes realidades que se expresan a diario mediante un medio de comunicación, sobre todo en

un medio comunitario, en donde la principal idea que tiene el medio es ser la representación del poder comunicacional ante la sociedad.

Es así como se hace indispensable que exista una relación directa entre la comunidad y los medios, para que puedan ser partícipes de forma directa de todo lo que ocurre en su comunidad, de igual manera se hace necesaria la apropiación de la comunidad sobre su derecho a la comunicación, esa así como Rizo y Romeu (2006) afirman que:

En la medida en que esta comunidad de vida sea mayormente compartida, la posibilidad de incrementar la eficacia de la comunicación y en particular de la comunicación intercultural será también mayor, y en consecuencia mayor posibilidad habrá que emisor y receptor entiendan, asuman y aprehendan recíprocamente el sentido que tienen las cosas para cada uno de ellos. (p. 9)

Es inevitable entender que todo lo que sea difundido en medios de comunicación y redes sociales tendrá diferentes connotaciones para las personas, y esto no significa que quizá el emisor entregó información que pueda prestarse para ambigüedades, sino que simplemente los ciudadanos codificaran esa información de acuerdo a sus conveniencias, aunque en general siempre existirá también la posibilidad de que cualquier contenido sea emitido con el fin de manipular a las personas.

La interculturalidad se ha convertido en el medio necesario que la comunicación actual requiere para emitir la información de manera más inclusiva, sobre todo en los propios medios de comunicación, debido a que los espacios han sido limitados, de ahí también nace la necesidad de que los habitantes determinados sectores, comunidades o barrios requieran la obtención de un espacio comunicacional para exponer sus necesidades, peticiones y logros colectivos.

Sostenibilidad

Considerando que en Ecuador se estipula la existencia de medios comunitarios es importante tener clara la idea de financiación y mantenimiento de un medio comunitario, la LOC (2013) dentro de la **SECCIÓN III Medios de comunicación comunitarios, en el artículo 87.-** Financiamiento dice que:

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. (p.16)

Entonces, se comprende que cualquier rédito económico que se pueda obtener por la venta de publicidad por ejemplo, debe ser invertido en el mantenimiento y mejoras del mismo medio de comunicación o a su vez en cualquier tipo de proyecto en el que la comunidad o barrio al que pertenezca el medio esté realizando, es así como se determina que no existen salarios para las personas que laboren en los medios, debido a que se comprende que la realización del medio es en beneficio de la comunidad o barrio al que pertenezcan los actores y las actoras participantes del medio.

La sostenibilidad económica de los medios es de mucha importancia, y esta se convierta en vital cuando el medio es comunitario, Stefanía Milan fundamenta esta teoría y dice que “La financiación de los medios comunitarios es, probablemente, uno de los temas más complejos pues el desarrollo y los costes de operatividad son demasiado elevados y requieren de una solución capaz de dar estabilidad al proyecto” (Milan, 2006, p. 277).

Este concepto lo sustenta Stefanía Milan (2006), en donde manifiesta qué:

Los medios comunitarios tienen normalmente (y deberían tener según la mayoría) un carácter no lucrativo, han de estar integrados por voluntarios y personal no asalariado, representando así un “modo no comercial de hacer comunicación”, independiente de las presiones económicas y políticas. (p. 273)

Como idea central, los medios comunitarios buscan el desarrollo de las comunidades, mediante la comunicación, y si mantenemos clara la idea de que la comunicación es un poder, entonces podremos comprender que quienes estén vinculados con estos medios tendrán la posibilidad de emitir información conveniente para sus medios, es así como se hace indispensable la separación necesaria de la comunicación y de los negocios, debido a que esto debe presentarse de manera objetiva y sin la influencia de ningún tipo.

Asimismo, Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez (2008), comparten los conceptos acerca de la sostenibilidad económica de un medio comunitario, añadiendo que:

Un límite claro y difícil de superar para cualquier emprendimiento comunicacional es el financiamiento, tanto para comenzar a funcionar como para desarrollar los recursos tendientes a saldar los gastos operativos y las inversiones en tecnología que hacen falta. La primera tentación es que el propio medio, a través de la venta parcial de espacios, sea la fuente de ingresos principal; de hecho los medios masivos de la burguesía obtienen sus ingresos fundamentales de la publicidad y de la venta directa espacios para terceros. (p. 19)

Por otro lado, encontramos a Dagrón Alfonso (2005) que nos habla de la sostenibilidad económica de los medios comunitarios y nos explica qué:

Para prestar el servicio que brindan a la comunidad, los medios de comunicación ciudadanos, alternativos y comunitarios deben buscar recursos que les permitan financiar sus actividades, renovar sus equipos, cubrir los costos de los servicios básicos, pagar a los trabajadores e invertir en el desarrollo de nueva programación. (p.15)

Si bien el concepto básico de que un medio comunitario debe estar al servicio de la sociedad lo comparte Dagrón con lo que manifiesta la LOC del Ecuador, también es importante recalcar que señala que los medios comunitarios deberían buscar recursos que les permitan cancelar los salarios a quienes presten su servicio al medio, dicho de mejor manera se debería considerar con un rédito económico a las personas por la labor prestada pero esto a su vez crea una disyuntiva en cuanto a la idea de que todos quienes colaboren con el medio lo deben hacer con el único fin de

mejorar el contexto social en el que se desarrollan.

Aunque para Alfonso Dagron la sostenibilidad económica no es el eje principal dentro de un medio comunitario, y por ello concluye que “la sostenibilidad económica, entonces, es apenas un factor entre varios que determinan la sostenibilidad de un proceso de comunicación comunitaria. Los otros factores importantes son la sostenibilidad social y la sostenibilidad institucional” (Dagron, 2005, p. 4).

Es así como Dagron propone que pueda existir mayor equidad al momento de obtener recursos económicos para un medio comunitario considerando varias alternativas en la generación y obtención de lucro económico, en donde las personas que encabezan el proyecto, los moradores del sector y quienes laboren de manera directa para el medio logren obtener una ganancia económica.

Por ello es como Alfonso Dagron afirma que:

Desde el punto de vista de la sostenibilidad económica, lo ideal sería lograr un equilibrio entre la generación de ingresos por concepto de publicidad y convenios, el apoyo de instituciones nacionales, organismos de cooperación internacional y grupos de solidaridad externos a la comunidad, y las contribuciones de la propia comunidad y de los trabajadores del medio de comunicación. (2005, p.16)

Y a su vez un ejemplo de ello es lo que Dagron explica:

Una gran mayoría de las emisoras comunitarias en América Latina, África y Asia se mantienen fundamentalmente por el apoyo que reciben de ONGs, de las universidades y de instituciones de la iglesia católica progresista. Los costos fundamentales de esas emisoras, como son la adquisición de equipos, los salarios a los trabajadores y el pago de servicios básicos, se cubren con los aportes de las instituciones. (2005, p.16)

Desde esta perspectiva, toma sentido la idea de que un medio comunitario pueda ser sustentado en su gran mayoría por aportes externos al medio, los cuales puedan colaborar económicamente mientras reciben un beneficio por parte del medio y de quienes laboren ahí, dependiendo del

enfoque que el medio tome ante estas posibles situaciones de sustento siempre lo más interesante será comprender que el medio comunitario debe mantener autonomía en cuanto a la línea editorial que maneje.

Es importante señalar que la estructura de un medio comunitario también está compuesta por diferentes por factores adicionales a la sostenibilidad económica, que aunque a simple vista pareciera ser la más importante, es necesario recordar a Alfonso Dagron (2005) quien dice la sostenibilidad social es uno de esos factores trascendentales y a su vez señala que:

Está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad pero también de la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación de la comunidad y de la audiencia, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación de la radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario. (p. 4)

Lo más importante en cualquier tipo de proceso comunicacional siempre será la sociedad, debido a que indistintamente del rol que puedan cumplir dentro o fuera de la comunidad, esas personas son actores directos del contexto social en el que pueda desarrollarse un medio de comunicación, serán quienes puedan brindar las herramientas necesarias para que el medio logre su finalidad, prestando recursos materiales y humano.

Ningún proceso de comunicación comunitaria puede ser ejecutable de manera concreta sin la ayuda de la comunidad, ni a corto ni a largo plazo debido a que está relacionado directamente a aspectos organizativos, culturales y lingüísticos que se convierten en una parte fundamental con respecto a la apropiación del medio de comunicación (Dagron, 2005).

De igual manera indica Dagron (2005) que también existe la sostenibilidad institucional, lo cual es:

El marco que facilita los procesos participativos. Por una parte, tiene que ver con el marco legal, las regulaciones y políticas de Estado existentes, es decir con el ambiente propicio para que una experiencia pueda desarrollarse sin censura y sin presiones externas. Por otra parte, tiene que ver con los procedimientos y relaciones humanas y laborales en el interior de la experiencia, es decir, la democracia interna, los mecanismos de decisión y la transparencia de la gestión. (p. 4)

Dicho de otra manera, en este punto de la gestión del medio intervienen directamente aspectos administrativos, en las que incorporan cuestiones como la política del medio o el Estado y a su vez también intervienen aspectos como las relaciones humanas dentro y fuera del medio de comunicación.

En los últimos cincuenta años, dentro del contexto de los países del tercer mundo, nunca se han presentado las condiciones ideales para que pueda desarrollarse un medio comunitario, pero a pesar de eso se han multiplicado experiencias comunitarias en todo el mundo y con intenciones de cada vez abarcar más países a nivel mundial (Dagron, 2005).

Es importante señalar también que los medios deberán estar expuestos a diferentes adversidades que se les presentaran durante la puesta a punto del medio, es ahí cuando se hace indispensable que factores como la sostenibilidad económica, social e institucional puedan convertirse en un solo escollo difícil de vencer, es así como Alfonso Dagron indica que: “No existe una fórmula mágica para garantizar la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Su sobrevivencia y desarrollo depende del equilibrio entre los factores de sostenibilidad social, institucional y económica” (Dagron, 2005, p. 14).

Lenguaje Audiovisual

El lenguaje que se expresa en los medios televisivos está expuesto a cambios constantes, sobre todo los medios comunitarios que tienen la necesidad de la generación de contenidos que logren captar la atención de los televidentes, pero con la reproducción de elementos importantes y de interés social de acuerdo a sus necesidades, es por ello que Vinelli y Rodríguez (2008), indican

que los contenidos:

Son los que nos permiten pensar en algún mecanismo que dé coherencia interna a un discurso compuesto por la colección de temas, notas o programas que aborda un medio de comunicación. El terreno de los contenidos es un espacio en la búsqueda de lo popular, que presenta la tensión entre lo espectacular por un lado y las necesidades organizativas y de constitución de discurso de los sectores en lucha por el otro. Que contiene la atracción por lo fragmentario, que limita la realidad a aspectos parciales, como la búsqueda de unidad ideológica de sentidos. (p. 19)

Es necesario señalar que cuando se habla acerca de medios de comunicación y sobre todo de los contenidos que estos generan, también es importante considerar aspectos como el mensaje implícito que viene detrás de cada uno de los que recibimos, es decir que es lo que desean transmitirnos de forma indirecta y sobre todo con qué fin, es así como José Lozano (2008) indica que los mensajes emitidos por parte de los medios estarán siempre asociados con la manipulación, entonces sostiene que:

Los medios y sus mensajes podrán estar cargados de contenidos ideológicos dominantes, de intereses económicos o de manipulación política –aunque esto ni lo estudian ni lo alcanzan a afirmar explícitamente en la mayoría de los casos–, pero la actividad de la audiencia, sus mediaciones, sus identidades sociales, sus rutinas y su pertenencia a grupos y subculturas les permiten evadir esos efectos y apropiarse creativamente de los medios. (p. 69)

Las transformaciones que sufren las personas que constantemente miran televisión es que pueden obtener una información que está acompañada de imágenes que pueden hacer que todo tipo de noticia que receptan sea de alguna manera más concisa y hasta cierto punto más real, pero este tipo de comunicación, al igual que la prensa, radio o el internet, siempre podrán estar sujetas a intereses personales que pueden provocar tergiversación de contenidos o a su vez la persuasión que ejercen los medios pueden convertirse en “manipulación”.

Es así como para Rodrigo Martínez hace referencia al término manipulación, y explica que: “el intento de manipular a una persona o grupo de personas como si fueran objetos, con el fin de dominarlos supone un grave envilecimiento, una reducción ilegítima de las personas, un rebajamiento de su condición, que no necesariamente es cruel” (Martínez, 200, p. 3).

No logra ser cruel ante la visión de las personas porque no muestra algún tipo de violencia física, pero se ha convertido en cruel en el momento en el que se violenta el intelecto de las personas, al intentar vender una idea errónea de cualquier índole a los individuos, esto ha ocurrido cuando en espacios de entretenimiento se intente posicionar algún tipo de mensaje ideológico-político a la ciudadanía.

Según Rodrigo Martínez “La manipulación pretende, en general, dominar a personas y grupos en algún aspecto de la vida con el fin de dirigir su conducta” (Martínez, 2005, p. 4). La mejor manera de lograrlo puede ser comprendida en espacios en los que la ciudadanía destina para obtener un tipo de distracción de manera grupal o íntimamente, para ello los medios de comunicación han sido explotados de manera ruin por quienes han tenido la necesidad de gobernar, un ejemplo claro de ello siempre serán las dictaduras militares en la década de los años setenta en América Latina.

Pero también es indispensable hacer un apartado especial en cuanto se refiere a la “manipulación” en los medios televisivos, es por ello que Rodrigo Martínez (2005) afirma que:

La manipulación televisiva en concreto quiere aumentar el número de telespectadores en la cadena correspondiente, lo que de alguna forma viene a coincidir con el fin de la publicidad: lograr que el público adquiera el producto que se anuncia; en el caso de la televisión, el producto ofertado es el conjunto de programas que se emiten. (p. 4)

La televisión ha logrado constituirse en el principio fundamental de persuasión de los seres humanos, dentro de los cánones de la comunicación se encuentra como un aparatado importante lo que puede lograr un medio televisivo comunitario, debido a que en la teoría estos medios perciben a la comunicación de manera más inclusiva, que si bien intentan regirse mediante una ideología política marcada, no dejan de lado a la ciudadanía y a las necesidades que puedan llegar a tener como un colectivo, colocando sus necesidades por encima de intereses personales.

El lenguaje se ha convertido históricamente en el método necesario para manipular y convencer, esto lo reafirma Rodrigo Martínez explicando que: “el medio más efectivo a lo largo de la historia ha sido el uso fraudulento del lenguaje: una retórica hábil puede lograr que la masa se considere más libre que nunca a la vez que permanece totalmente sometida” (Martínez, 2005, p. 4).

Es necesario comprender que el lenguaje no únicamente serán palabras, expuestas de manera oral o en forma escrita sino que también esto podrá ir acompañado de imágenes o extractos de videos que puedan lograr llegar a conmover a las personas, en muchos de los casos esto también omitir palabras y tan solo contar historias a través de imágenes, todo dependerá de lo que el medio necesite y evidentemente esto será transmitido a los encargados de la diferentes áreas de trabajo para que puedan ponerlo en práctica.

Es de esa manera como se pone en uso unas de las frases clásicas de la comunicación, *la comunicación es poder*, y quién lo tenga tendrá la libertad de “manipular” a pueblos que históricamente han sido excluidos por quienes han sabido utilizar el lenguaje como un beneficio personal, es así como Martínez (2005) manifiesta que:

Hoy por hoy, los códigos deontológicos audiovisuales que han ido surgiendo en el ámbito nacional e internacional no son suficientes para la protección de la infancia y de la adolescencia. Urge, por tanto, orientar correctamente a los más jóvenes sobre los distintos aspectos que ayuden a preservar su libertad. (p. 4)

La libertad es un derecho inminente de los seres humanos, que lastimosamente se ha visto cuartada por quienes han tenido la posibilidad de ejercer el poder de la comunicación, es ahí cuando se hace necesaria la creación de nuevas medidas de protección para la sociedad en cuanto a lo que puedan difundir los medios de comunicación, quizá la televisión se ha convertido en el de mayor peso en cuanto a persuasión, la cual ha tenido a lo largo de la historia debido a las sensaciones que se logran obtener en el momento mismo de recibir cualquier tipo de información.

9. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS:

- ¿Cómo se conceptualizan los enfoques sobre lo comunitario que proponen TVMICC,

Barricada TV y LOC?

- ¿Cómo se pone en práctica la concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación de los dos medios?
- ¿Cuáles son las líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos comunitarios en Ecuador?

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL:

10.1 Marco metodológico

10.1.1 Diseño de la investigación

El diseño no experimental es adecuado para el proyecto de investigación debido a que según Roberto Hernández el diseño no experimental “se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernández, 2003, p. 31).

Es importante la utilización de este tipo de diseño ya que así el investigador se limita a observar y no predetermina ninguna acción de los sujetos que intervienen en la investigación.

De igual manera Roberto Hernández añade que el diseño no experimental debe ir acompañado del diseño transversal ya que “se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado” (Hernández, 2003, p. 31).

Según Hernández, Fernández y Batista los diseños transversales correlacionales describen las relaciones existentes entre dos o más variables en determinado momento y puede limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad o pueden analizar relaciones de causalidad (2003, p. 5).

Asimismo, Hernández, Fernández y Baptista añaden que “La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas” (2003, p. 3).

10.1.2 Enfoque

El enfoque más conveniente para esta investigación es el cualitativo ya que para Hernández, Fernández y Baptista (2010)

Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. (p. 7)

10.1.3 Nivel de la investigación

Según Fideas Arias “El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio” (Arias, 2006, p. 24).

Considerando este concepto, los niveles de investigación más adecuados son:

- Exploratorio.- Según Fideas Arias “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (Arias, 2006: p, 24).
- Descriptivo.- Para Fideas Arias (2006)

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (p, 24)

10.1.4 Población y muestra

10.1.5 Población

Para Pineda (citado en López 2004) “Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros” (p, 69).

- Personal que labora en el canal TV MICC
- Personal que labora en el canal Barricada TV
- Docentes universitarios

10.1.6 Muestreo

Para esta investigación el tipo de muestreo será intencional no probabilístico, esta idea la reafirma Mata (citado en López, 2004), y dice que:

Es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población. (p. 69)

10.1.7 Muestra

Es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población" (López, 2004, p. 69).

Proceso de selección de muestra	Grupo de discusión
Inclusión	Exclusión
<ul style="list-style-type: none"> • Docentes que tengan conocimientos acerca de medios comunitarios • Docentes que hayan laborado directa o indirectamente en un medio comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que no hayan laborado en medios comunitarios • Docentes que no tengan especialidad en la carrera de comunicación social

Proceso de selección de muestra	Entrevista semi estructurada
Inclusión	Exclusión
<ul style="list-style-type: none"> • Personas que tengan relación directa con los medios de comunicación comunitarios • Personas que hayan laborado por más de 2 años en los medios 	<ul style="list-style-type: none"> • Persona que no trabaje en los medios de comunicación comunitarios • Personas que no hayan laborado por más de 2 años en los medios

Proceso de selección de muestra	Ficha de Observación
Inclusión	Exclusión
<ul style="list-style-type: none"> • Programas que tengan en sus géneros 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas que tengan en sus géneros

<p>periodísticos enfoques comunitarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas que fomenten procesos educativos, culturales y sociales. 	<p>periodísticos no tengan enfoques comunitarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas que no fomenten procesos educativos, culturales y sociales.
---	--

10.1.8 Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas

Grupo de discusión

Para el trabajo investigativo una de la técnicas más acordes es el grupo de discusión debido a que permite tener una idea más amplia acerca del tema tratado desde diferentes ópticas, es así que para Delgado y Gutiérrez (citado en Batthyány y Cabrera, 2011)

El grupo de discusión es una técnica de investigación social que (como la entrevista abierta o en profundidad, y las historias de vida) trabaja con el habla. En ella, lo que se dice —lo que alguien dice en determinadas condiciones de enunciación—, se asume como punto crítico en el que lo social se reproduce y cambia, como el objeto, en suma, de las Ciencias Sociales. (p. 92)

Observación Estructurada

Otra importante técnica es la observación participante, en donde podemos tener un modelo a seguir para saber exactamente qué es lo que deseamos observar, esta idea la reafirma Campos y Lule, quienes dicen que la observación estructurada “Se refiere a la observación metódica que es apoyada por los instrumentos como la guía de observación y el diario de campo mediante la utilización de categorías previamente codificadas y así poder obtener información controlada, clasificada y sistemática” (2012, p. 10).

Entrevista semi estructurada

Finalmente, cabe señalar que también es conveniente una entrevista semi estructurada debido a que se establecen diferentes temas a tratar y también se pueden incluir y añadir más temáticas importantes vinculadas a la entrevista, es por esto que según Corbetta (citado en Batthyány y Cabrera, 2011), manifiesta que “el investigador dispone de una serie de temas que debe trabajar a lo largo de la entrevista, pero puede decidir libremente sobre el orden de presentación de los diversos temas y el modo de formular la pregunta” (p. 90).

Instrumentos**Técnica:** Grupo de discusión**Instrumento:** Temario de preguntas**Muestra:** Muestra de expertos, intervendrán docentes universitarios de comunicación social**Los enfoques sobre lo comunitario**

¿Qué es un medio de comunicación comunitario?

¿Cómo caracterizaría usted lo que implica un enfoque comunitario?

¿Cuáles son las dificultades del trabajo comunicacional con un enfoque comunitario?

¿Cuál es el objetivo fundamental de un medio comunitario?

La concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación

¿Cuál sería la línea editorial a la que debería regirse un medio televisivo comunitario?

¿Qué tipo de géneros periodísticos se pueden destacar en la comunicación comunitaria?

¿Qué parámetros debe cumplir un programa para ser considerado comunitario?

¿De qué manera podrían generarse procesos educomunicativos mediante la distribución de producciones audiovisuales en los medios comunitarios?

Líneas generales que deben caracterizar los medios televisivos comunitarios

¿Cuál sería el propósito de un medio comunitario?

¿Cuál debería ser la organización administrativa de un medio comunitario?

¿Cuál deberían ser la sostenibilidad económica que maneje un medio comunitario de TV?

¿Cuáles serían las características de los colaboradores de un medio comunitario televisivo?

Técnica: Observación estructurada**Instrumento:** Ficha de observación

Basándonos en el esquema que proponen Corrales, Hernández en el 2009, acerca de los parámetros que debe cumplir un medio comunitario, se toma como referencia para la presente ficha de observación de los canales de televisión comunitarios TV MICC y Barricada TV.

Tema del proyecto:	Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador.				
Objetivo general:	Establecer las diferencias que en el plano discursivo definen a TVMICC y Barricada TV como medios comunitarios, teniendo en cuenta lo que establece la LOC, a través de un análisis histórico de estas experiencias.				
Autor:	Omar Valencia				
Medio comunitario:	TVMICC-Barricada TV				
Fecha:					
	1 Totalmente	2 Mayoritariamente	3 Medianamente	4 no cumple	Observaciones
Propósito: Razón de ser					
Busca exponer la política de una organización en específico.					
Busca la inclusión de la sociedad, permitiendo la apropiación de espacios comunicacionales.					
Corresponde a un sector social vinculado con los gobiernos centrales.					
Objetivo principal					
Una comunicación más inclusiva					
Busca visibilizar elementos de identidad cultural					
Contribuir a mejorar la condiciones de					

vida de las personas de la comunidades					
Generar procesos educativos para la sociedad					
Organización					
Vertical: Organigrama					
Horizontal: Deliberación participativa de sus miembros					
Tiene la participación directa de la comunidad en la definición de políticas y acciones del medio.					
Financiamiento					
Vende publicidad					
Tiene ayuda de ONG's					
Ayuda de gobiernos locales					
Colaboración de grupos sociales, colectivos, comunidades.					
Audiencia					
Sectores rurales					
Sectores urbanos					
Adultos mayores					
Jóvenes					
Público en general					
Mensaje					
Considera el tema generacional en sus mensajes					
Utiliza un lenguaje					

con criterio intercultural					
Utiliza un lenguaje con inclusión de género					
Enfoque:					
En los espacios informativos su lenguaje es: Neutral					
Establece temas propios					
Establece un enfoque crítico ante la realidad del país					
No genera contenidos, solo reproduce información de otro medio comunicacional					

Técnica: Entrevista semi estructurada

Instrumento: Temario de preguntas

Muestra: Personas vinculadas a los medios de comunicación Barricada TV, TV MICC.

¿En qué contexto social, económico y político surge Barricada TV?

¿Cuáles fueron los primeros lineamientos que tuvieron como canal de TV comunitaria?

¿Cómo evolucionó a través del tiempo, y por qué razón?

¿Cuáles han sido los retos más difíciles que ha tenido que superar el canal?

¿Cuál ha sido la postura que ha tomado el canal de acuerdo a los diferentes gobiernos que ha tenido el país?

¿Cuál es la concepción política con la que se define el canal?

¿Cuáles son las características que define al periodismo que hace Barricada Tv y por

qué le diferencia de los medios tradicionales?

¿Cuáles son las características que deben cumplir los periodistas de Barricada TV?

¿Han tenido algún tipo de acercamiento con algún otro medio comunitario de otro país?

¿Cómo cree que Barricada TV ha aportado a algún otro medio de la región?

¿Cuál es el proceso de comunicación alternativa que ha tenido el medio con la educación?

¿Han tenido algún tipo de desarrollo teórico con alguna institución?

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS:

Grupo de discusión

Para obtener información que permita realizar análisis y proponer perspectivas, se realizó un grupo de discusión con docentes, profesionales en comunicación social, que han tendido diferentes experiencias en medios de comunicación y, sobre todo, han tenido inclinaciones a trabajar en medios comunitarios, alternativos o populares nacionales y extranjeros.

Respondieron diferentes preguntas, que estuvieron enmarcadas dentro de tres categorías fundamentales, en las que se desarrolló el grupo de discusión: Enfoques sobre lo comunitario, la concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación, y líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos comunitarios. Varias dudas fueron despejadas en cada una de las intervenciones de los profesionales, debido a que sus argumentos estaban sustentados desde un punto de vista teórico-práctico. El grupo se llevó a cabo en las instalaciones de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), con la participación de Lorena Álvarez, Pablo Lomas, Cristian Torres y Alex Mullo, catedráticos de la carrera de Comunicación Social de la UTC.

Categoría 1: Enfoques sobre lo comunitario

En la coyuntura que representan los medios comunitarios dentro de la sociedad en la actualidad, es necesario señalar como punto principal los enfoques que se tienen en relación a lo comunitario, pero para ello es importante identificar lo que es un medio comunitario para los participantes. Para Lorena Álvarez “es un medio que está hecho desde la comunidad para la

comunidad, nace en la comunidad y hace que se ejerza un derecho para la comunicación, no es la comunicación instrumental de un locutor diciendo qué hacer, sino más bien es una comunicación horizontal, en donde todos participan y donde la comunicación también genera transformación”, esto se relaciona directamente con lo que la LOC establece, dentro de la **SECCIÓN III Medios de comunicación comunitaria**, en el artículo 84, que manifiesta que:

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. (p. 15)

Para Cristian Torres “un medio comunitario es esa vía necesaria de la comunidad hacia los gobiernos, para poder dar a conocer cuáles son las falencias de las actividades gubernamentales, que se olvidan, por ejemplo, de ciertos sectores”. Los medios comunitarios han sido estigmatizados con la idea de que pueden cumplir con agendas de información limitadas, y que muchas veces simplemente se restringen a aspectos políticos, es ahí en donde Stefanía Milan (2006) contrasta esta idea, y afirma que:

Los medios comunitarios cubren diversos temas, pero generalmente abarcan aquello que puede ser llamado una “misión social”. Especialmente en algunas áreas del mundo, como África, están concentrados en la educación (programas de salud y cuidado de niños, consejos sobre la agricultura, derechos humanos y situación de las mujeres, clases de educación). Su impacto es aún más relevante cuando estos programas no están creados con una lógica vertical, sino a través de un proceso horizontal, por la comunidad y para la comunidad. (p. 273)

En América latina surgieron estas iniciativas sociales, específicamente tomamos como referencia los ejemplos de Bolivia y Colombia, para Lorena Álvarez este proceso “empezó con las radios mineras en Bolivia y el apogeo que se dio precisamente de estas radios bolivianas era esta posibilidad de que la gente que trabajaba en las minas desde su realidad comuniquen lo que le está pasando, o sea no esperar que venga el periódico y le entreviste al dirigente, sino más bien

ellos generar procesos de comunicación”. Asimismo indica el ejemplo de otra experiencia y dice: “Luego pasó en Colombia, la experiencia de Radio Sutatenza, que era una iniciativa de la iglesia católica de poder educar a las personas vía la radio, educación formal y no formal, formal a través de fichas, alfabetización pura y no formal”.

Es decir, dentro de esta construcción de una comunicación más equitativa, de igual manera se podían encontrar diferentes aristas con las que se podría definir un enfoque sobre lo que representa un medio comunitario, identificado principalmente con su rol dentro de la sociedad, pero también está sujeto al contexto en el que se desarrolla el mundo, es decir, para Pablo Lomas, un problema es “el mundo que vivimos, o sea si tú estás en un mundo individualista, en un mundo egoísta, en un mundo demasiado competitivo, en un mundo donde se no da cabida a la organización de la gente para lograr metas comunes, los medios comunitarios van a tener siempre problemas, porque, efectivamente, los medios comunitarios representan todo lo contrario”.

Entonces, a pesar de la inclinación con la que un medio comunitario puede ser fundado, siempre estará expuesto a factores externos, que de manera explícita tratarán de influir en su desarrollo normal, porque el medio comunitario representa un compromiso común de una idea que surge con el objetivo de trabajar para la sociedad, pero además de lo social, otro inconveniente de estos medios, y que en muchos casos se convierte en el talón de Aquiles, es su financiamiento, que dentro de la dilucidación de los enfoques comunitarios es importante, debido a que se tiende a asociar que quien lo financia tendrá intereses subjetivos.

Un criterio similar lo comparte Stefanía Milan, quien afirma que: “La financiación de los medios comunitarios es, probablemente, uno de los temas más complejos, pues el desarrollo y los costes de operatividad son demasiado elevados y requieren de una solución capaz de dar estabilidad al proyecto” (Milan, 2006, p. 277).

Aunque esta idea se ve refutada por Alfonso Dagron, que manifiesta que “la sostenibilidad económica, entonces, es apenas un factor entre varios que determinan la sostenibilidad de un proceso de comunicación comunitaria. Los otros factores importantes son la sostenibilidad social y la sostenibilidad institucional” (Dagron, 2005, p. 4).

Por su parte, Alex Mullo mantiene que “de cierta manera la iglesia ha logrado financiar esta tipología de medios, ahí también hay una crítica, por ejemplo a las comunidades, porque las

comunidades no se han empoderado totalmente, muchas veces han venido estas experiencias de ONG, de promover un medio comunitario, pero ahí hay una dificultad, que aparece el medio y tal vez la comunidad quiere rentabilidad del mismo”. Es decir, hace una crítica a las comunidades y, a su vez, señala otra de las maneras en las que el medio comunitario, sobre todo en América Latina, ha subsistido y que ha sido en cierta medida por el apoyo de la iglesia, aunque puede representar la idea de responder a intereses de la iglesia.

Categoría 2: La concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación

Específicamente, ya en los medios televisivos comunitarios, para Pablo Lomas “el gran aporte que pueden hacer es mostrar las estéticas, las narrativas, sobre todo las estéticas de las comunidades, porque estamos muy metidos con las estéticas gringas de belleza, del cuerpo, de si eres suco o si eres gato, si eres flaco, entonces, esa es la única gente que vale, la única gente que puede salir en una pantalla de televisión. Me parece que lo que buscan es que la gente se muestre en los medios comunitarios cómo son, cómo se ven, cómo se ven sus ciudades, sus pueblos, sus casas, me parece que es un aporte fundamental de los medios televisivos comunitarios”.

Entonces, principalmente dentro de los contenidos de la programación, lo ideal para un medio comunitario sería representar esa concepción mostrando las estéticas reales, sobre todo las de las comunidades, porque son en esos lugares en donde se genera la información, en donde la gente se verá representada, y esto aportará a que la gente se sienta parte del medio y así intentar apropiarse del medio y tomarlo como una herramienta de lucha social diaria.

Para Vinelli y Rodríguez (2008), dentro de los medios comunitarios los contenidos:

Son los que nos permiten pensar en algún mecanismo que dé coherencia interna a un discurso compuesto por la colección de temas, notas o programas que aborda un medio de comunicación. El terreno de los contenidos es un espacio en la búsqueda de lo popular, que presenta la tensión entre lo espectacular por un lado y las necesidades organizativas y de constitución de discurso de los sectores en lucha por el otro. Que contiene la atracción por lo fragmentario, que limita la realidad a aspectos parciales, como la búsqueda de unidad ideológica de sentidos. (p. 19)

Alex Mullo apoya este criterio señalando que “en la televisión, existe una construcción de estereotipos de imagen televisiva, hay que apoyar también la diversidad cultural, como se

plantea, una cultura es lo que debe plasmarse en un medio televisivo y no la homogenización mercantil”.

Se debe considerar que, a pesar de ser un medio de televisión comunitario, está hecho también para entretener, aún se mantiene una idea equivocada de lo que representan dentro de la sociedad y en muchos casos los estigmatizan al creer que quizá sus contenidos pueden ser de menor calidad que los que realice un medio tradicional

Hay que tener muy en claro que a pesar de ser un medio comunitario también tiene el poder de influir sobre las personas, es decir, lo que se puede transmitir a través del medio lo estarán receptando muchas personas y los mensajes estarán siendo asimilados, y cualquier tipo de puesta en escena tendrá un fin, sin importar la denominación del medio.

Es así como José Lozano (2008) señala que:

Los medios y sus mensajes podrán estar cargados de contenidos ideológicos dominantes, de intereses económicos o de manipulación política –aunque esto ni lo estudian ni lo alcanzan a afirmar explícitamente en la mayoría de los casos–, pero la actividad de la audiencia, sus mediaciones, sus identidades sociales, sus rutinas y su pertenencia a grupos y subculturas les permiten evadir esos efectos y apropiarse creativamente de los medios. (p. 69)

Los mensajes de un medio comunitario estarán dirigidos a un público específico con la intención de obtener resultados de influencia sobre las masas, aunque para muchos autores, el mensaje se torna como una herramienta de manipulación sobre la sociedad, es así como Rodrigo Martínez (2005) afirma que:

La manipulación televisiva en concreto quiere aumentar el número de telespectadores en la cadena correspondiente, lo que de alguna forma viene a coincidir con el fin de la publicidad: lograr que el público adquiera el producto que se anuncia; en el caso de la televisión, el producto ofertado es el conjunto de programas que se emiten. (p. 4)

Mientras los medios comunitarios mantengan la firme convicción de luchar por una comunicación equitativa, tratando de que la sociedad forme parte activa en la generación de información, aquella “manipulación” estará orientada a responder por un bien común, en donde la única beneficiada será la sociedad en general.

Categoría 3: Líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos comunitarios

Un aspecto importante dentro de un medio comunitario es su línea editorial, debido a que eso representa la ideología con la que se creó el medio, y será el modelo por donde deberá transitar su periplo comunicacional, es así como, respondiendo a interés social, la línea editorial de un medio, según Lorena Álvarez, debe ser elegida por la gente, y dentro de eso explica que “en el tema de géneros y formatos periodísticos, los medios comunitarios deben asumirlos todos y tienen que sumirlos de manera profesional, o sea, no es porque soy comunitario hago con el volumen bajo, no, el proceso comunitario yo lo hago también de manera profesional, porque para editar tú puedes tener los equipos de punta, que si no tiene la creatividad y el criterio no pasa nada”.

La tesis es argumentada por Pablo Lomas, ya que para él “definitivamente la línea editorial del medio de comunicación comunitario es la expresión tangible del proyecto político de ese medio, es la autodeterminación de la comunidad y lo que quiere hacer con su medio es básicamente lo que debe primar en su línea editorial.

Entonces dentro de los principales aspectos que deben caracterizar a los medios comunitarios encontramos a su línea editorial, porque es ahí en donde se reflejará mediante sus contenidos lo que el medio desea expresar, lo que desea transmitir, y será el canal con el que logre llegar a la sociedad, considerando que además de comunicar también puede entretener. Pero para llegar a establecer qué es lo que quieren transmitir, es necesario considerar como un factor de injerencia a la cultura, debido a que para Olga Molano (2007):

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro. (p. 7)

Dentro de estas características que debería tener un medio comunitario es necesario señalar que, para Pablo Lomas, “los pilares de la sostenibilidad de un medio comunitario son básicamente tres: una sostenibilidad institucional, una sostenibilidad social y una sostenibilidad económica, entonces trabaja en esos tres pilares y efectivamente son los que van construyendo esta relación del medio con su gente”.

Alfonso Dagron corrobora esta idea, sin embargo, para él lo más importante dentro de estos pilares de sostenibilidad siempre el más importante será la sostenibilidad social. Es así como Alfonso Dagron (2005) dice que la sostenibilidad social es uno de esos factores trascendentales, y a su vez señala que:

Está íntimamente relacionada con la participación de los actores sociales, con el respaldo de la audiencia desde el punto de vista de su cantidad, pero también de la calidad de su compromiso, y con la apropiación del proceso comunicacional. Sin la participación de la comunidad y de la audiencia, la experiencia de comunicación se convierte en una isla en medio del universo humano en el que opera. La programación de la radio no puede sino reflejar las necesidades de ese universo humano y apoyar el proyecto político comunitario. (p. 4)

Entonces, dentro de lo que debe primar en la conformación de un medio comunitario estará, principalmente sujeto a responder sobre estos tres pilares, será la sociedad quien finalmente entregue un valor de importancia a cada uno de ellos, y determine en el desarrollo del medio en cuál factor de sostenibilidad se ampara más para cumplir con los objetivos, sociales y comunicacionales que pretende todo medio comunitario, alternativo y popular.

Entrevista semi estructurada

Otra técnica importante que fue utilizada para la recolección de información fue una entrevista semi estructurada, la cual permitió la comparación de dos procesos distintos dentro de la transformación de medios comunitarios, alternativos y populares. Esta información nos brindó una visión más amplia acerca de dos países sudamericanos, que se han convertido en un modelo a seguir y a mejorar desde sus experiencias, en Argentina con Barricada TV, y en Ecuador con TV MICC.

Se puso en práctica un cuestionario de preguntas que estaban dirigidas a personas con mayor tiempo de trabajo dentro de ambos canales y, a su vez, a los gerentes de los medios, estas preguntas tenían la finalidad de responder a inquietudes principales, como la creación, desarrollo

y mantenimiento a través del tiempo de ambos canales de televisión comunitaria.

Las entrevistas fueron realizadas a través de Skype y mensajes de texto con Natalia Vinelli, gerente del canal Barricada TV de Argentina, y con Luciana Lávila, colaboradora del medio; asimismo se realizaron las entrevistas en Ecuador, al gerente de TV MICC, Luis Aimacaña; y a Blanca Naula, la colaboradora con más años de labor en el medio.

Categoría 1: Los enfoques sobre lo comunitario

Para Luis Aimacaña, TV MICC no simplemente responde a intereses personales o de una minoría, el medio le pertenece a treinta y tres organizaciones, las cuales son las que dan los parámetros principales de lineamientos a los que el canal debe responder, en cuanto a aspectos económicos, políticos, sociales, en la justicia indígena, en la educación, y que en su mayoría es el pensamiento mayoritario de las Confederaciones de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE).

Mientras que para Natalia Vinelli los enfoques sobre lo comunitario se basan en la construcción del poder popular, a través de pensar al canal de televisión como una herramienta, convirtiendo al medio en la herramienta principal de lucha de diferentes sectores sociales, en donde se encuentren otras expresiones, pero teniendo como eje fundamental al debate.

Esta idea macro que se propone Vinelli acerca de un medio comunitario la ratifica Blanca Naula, porque para ellos TV MICC no solo está destinado para el sector indígena, sino que el medio está dispuesto a abarcar diferentes perspectiva de varios sectores sociales, la idea del medio de comunicación está enfocada en prestar un servicio social y, a su vez, mostrar las culturas y tradiciones de las comunidades que existen.

Luciana Lávila amplía el concepto añadiendo, dentro de sus intereses, los sectores de trabajadores y trabajadoras, considerando que la creación de Barricada TV estuvo forjada por la lucha social que sectores de trabajadores y trabajadoras desempleadas fungieron con el único objetivo de reclamar y exigir sus necesidades. Concentrando su lucha en la presentación de reportajes realizados en los barrios en donde se encontraban este tipo de marchas.

Categoría 2: La concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación

Dentro de la puesta en práctica de la concepción de lo comunitario en los contenidos es necesario

señalar que Blanca Naula concibe como aspecto central la presentación del medio de comunicación como intercultural, donde se puede presentar la información en dos idiomas diferentes, considerando que en el Ecuador existen mayoritariamente pueblos indígenas, y que muchos de ellos aún mantienen como única lengua el Kichwa.

Natalia Vinelli, por su parte, presenta al medio televisivo con la premisa de presentar a los hechos acompañados de la realidad manifestada y que jerarquiza las voces populares, para que esto permita que construyan fuentes desde las voces populares y desde los sectores que no tienen habitual representación en los medios de comunicación tradicionales.

Es así como intentan poner en primer plano a actores sociales y políticos, lo cuales desean que sea vistos como parte activa de la sociedad, que quienes los miren se sientan parte de esa lucha social por la que están peleando.

Mientras que para Luciana Lávila, la puesta en escena del medio tiene que ver explícitamente con lo alternativo y la idea de presentar algo diferente, que sea capaz de suplir necesidades de información, con lo popular porque se muestra la gran lucha que protagonizan los pueblos, y así, de esta manera, exista una mayor cantidad de personas que puedan apropiarse del medio y, obviamente, de lo que este pueda presentar.

Y, finalmente, con la idea de lo comunitario, es decir, con lo que se restringe netamente a lo territorial, Barricada TV tuvo sus primeras apariciones con transmisiones experimentales desde los barrios, después empezó a aparecer en tres comunidades muy importantes.

Luis Aimacaña señala que la puesta en escena del medio corresponde a que tienen una agenda propia, colocando temas que a medios tradicionales no les interesaría presentar, es así como centran su programación en temas como procesos organizativos, procesos de lucha, los procesos de educación intercultural bilingüe y temas de la justicia indígena, todo esto siempre de la mano con la ideología de las 33 asociaciones que son, según Aimacaña, propietarias de TV MICC.

Categoría 3: Líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos

Para Luis Aimacaña TV MICC, es el cúmulo de anhelos de principios y fundamentos, en los cuales debe sustentarse un medio comunitario, considerando que la comunicación está hecha para

el servicio a la colectividad, donde no es necesario imponer una agenda establecida, sino que como comunicador seas capaz de obtener información veraz y contrastada, y al mismo tiempo se pueda colocar la visión del periodista de forma libre, pero con responsabilidad y respeto, reconociéndose como parte de una sociedad y siendo parte de lo que quiere decir la colectividad, porque finalmente eso es lo importante en una comunicación transparente y transformadora.

Mientras que, Blanca Naula piensa que la ayuda de la comunidad, de la sociedad en general es importante, que puedan vincularse de manera directa y permanente con el medio de comunicación, como ocurrió y ocurre hasta la actualidad, existen personas que voluntariamente entregan al canal documentales o películas que creen que pueden ser transmitidas a través del medio, siempre todo este tipo de iniciativas deben ser revisadas, debido a que el canal mantiene su postura de ser parte de la educación y evitar la generación de violencia mediante sus contenidos.

Entonces, la idea de sostener una programación de variedad y con calidad es un reto a nivel mundial, por ejemplo las 14 horas de programación diarias de Barricada TV, que cuenta Natalia Vinelli, donde dice que se requiere respeto por la fuente, con diversidad de contenidos y sobre todo pudiendo poner las voces de los sectores populares y de la clase trabajadora en el aire.

Pero parte fundamental de sostener este tipo de programaciones se logra también con la financiación, lo que para Luciana Lávila viene a ser el gran talón de Aquiles de los medios comunitarios en general, es decir, la producción de cualquier programa tiene costos altos y a pesar de que exista creatividad por parte de quienes lo realizan, siempre será necesario contar con fondos que avalen estas iniciativas.

Una clara muestra de ello son los fondos económicos que pone en concurso el Estado en Argentina, es decir, Luciana Lávila cuenta que ese dinero es obtenido de multas que son colocadas a grandes empresas, y después el dinero está disponible a que pueda ser invertido en este tipo de iniciativas sociales, obviamente con una previa ley que logre corroborar todas las acciones y justifique la inversión correcta de todo ese dinero recaudado.

Entonces, en Ecuador se pueden tomar como ejemplo varias de estas actividades que se realizan para mantener en constante actividad y, sobre todo, que no salgan de funcionamiento los medios comunitarios, tal cual ocurrió con Barricada TV en Argentina, que su lugar de funcionamiento se

encuentra en una fábrica metalúrgica, en donde además de funcionar como medio de televisión, también cumple la función de centro educativo.

Es decir, esto corrobora la idea de Alfonso Dagron, para quien un medio de comunicación comunitario debe estar sustentado en la sostenibilidad económica, sostenibilidad estructural y sostenibilidad social, siendo esta última, desde su punto de vista, la más importante (2005, p. 4), debido a que si no se encuentra a las personas con el compromiso, principalmente, de que estos medios cumplan con su misión social, como lo llamaría Stefanía Milan (2006, p. 273), no se lograría prácticamente mucho, no se podría llegar con el mensaje adecuado a las parroquias o comunidades a pesar de contar con financiamiento y con una infraestructura adecuada para un medio de comunicación comunitario.

Ficha de observación

Dentro de los parámetros que fueron elegidos para la realización de la ficha de observación se encuentran siete aspectos principales que señalan Corrales y Hernández en el 2009, en el texto, *La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación*, y en los piensan que deben sustentarse los medios comunitarios.

La ficha de observación fue utilizada para evaluar el desarrollo de Barricada TV y TV MICC como medios de comunicación comunitarios, los parámetros evaluados también fueron considerados de acuerdo a las opiniones que pudieron emitir colaboradores de ambos medios en el marco de una entrevista.

Según Corrales y Hernández (2009) manifiestan que:

Los medios alternativos se plantean como todos aquellos medios que están en oposición o alternativa a los medios masivos que son ampliamente consumidos y con un acceso mayoritario. En algunos casos se trata de medios que ofrecen servicio a comunidades o grupos que quedan al margen de los medios establecidos, y que buscan un cambio social. Por lo regular buscan cumplir con las siguientes características. (p.7)

Propósito: Razón de ser, objetivo principal, mensaje, organización, enfoque, financiamiento y audiencia, y es así como centrados en estas líneas fue observado TV MICC, dentro de cuatro escalas que comprendían las denominaciones de: totalmente, mayoritariamente, medianamente y

no cumple.

Ficha de Observación TV MICC

En el aspecto Propósito: Razón de ser, mayoritariamente TV MICC, busca la inclusión de la sociedad, permitiendo la apropiación de espacios comunicacionales, debido a que tratan de que la gente pueda conocer más acerca de sus culturas y pueblos ancestrales, y también intentan la inclusión de diferentes pueblos del Ecuador. En la evaluación no se consideró la denominación de totalmente, porque aún puede permitir la inclusión de muchos más sectores de la sociedad, además intenta ser objetivo y no corresponder a intereses de un colectivo o gobierno en particular.

Mientras que, en el parámetro de objetivo principal el medio TV MICC indica, mayoritariamente, que generar procesos educativos para la sociedad es su prioridad, el medio intenta realizar y mantener convenios para trabajar en proyectos que puedan generar una cultura educativa en la sociedad, pero a esto se le pueden sumar aspectos como la idea una comunicación más inclusiva y el hecho de contribuir a mejorar la condiciones de vida de las personas de la comunidades; y eso contribuiría a tratar de cumplir totalmente la idea de su objetivo.

Por su parte, en el mensaje, mayoritariamente, TV MICC utiliza un lenguaje con criterio intercultural, considerando que intenta mediante las personas que laboran en el medio hacer una comunicación más inclusiva, porque existen programas que son doblados al idioma Kichwa, aunque también sería importante incluir el tema generacional en sus mensajes y a su vez un lenguaje con mucho más énfasis en la inclusión de género.

Asimismo, en cuanto a la organización del medio de comunicación TV MICC, el medio tiene totalmente la participación directa de la comunidad en la definición de políticas y acciones del medio, debido a que se rige principalmente por la ideología de las 33 comunidades del movimiento indígena, pero si se considerara la perspectiva de sectores externos al movimiento indígena contribuiría a que exista una comunicación más participativa e inclusiva, y no simplemente se limitó a una sector social.

En el aspecto del enfoque de TV MICC, mayoritariamente, en los espacios informativos su lenguaje es neutral, trata de representar una realidad, mostrando los hechos que permitan tener

una visión clara y objetiva al televidente. Pero siempre guiándose en lo que representa para ellos el movimiento indígena y tratando de separar las disputas que tenga el movimiento del medio de comunicación.

En cuanto a lo que se refiere al financiamiento, TV MICC medianamente, vende publicidad, aunque no tienen un valor estimado por la reproducción de la publicidad, se guían más por lo que el contratante puede aportar al medio económicamente, convirtiéndolo en un valor simbólico, de igual manera tienen la colaboración de grupos sociales, colectivos o comunidades, ya que existen sectores o personas que colaboran con el medio, por ejemplo, entregando aportes audiovisuales para que sean difundidos en el medio.

Finalmente, la audiencia del medio TV MICC, mayoritariamente, intentar llegar con su programación a todos los públicos objetivos. Es necesario recalcar que quizá la difusión de sus contenidos intenta abarcar un público en general, pero que la variación de la programación será necesaria para lograr adeptos en mayor cantidad y asimismo el manejo de la información que sea de interés común.

Ficha de Observación Barricada TV

De igual forma, el medio Barricada TV se evaluó con los mismos siete aspectos, es necesario señalar que por cuestiones de distancia, también se consideró de vital importancia las versiones de las personas entrevistadas, sus opiniones pudieron ampliar la visión sobre el medio y asimismo intentar colocarnos en contexto en cuanto a la realidad de Argentina.

Entonces, en cuanto a su propósito: razón de ser, el medio totalmente, busca la inclusión de la sociedad, permitiendo la apropiación de espacios comunicacionales y, permitiendo que los diferentes sectores de la sociedad traten de apropiarse del medio, para generar información y un debate fundamentado, en donde puedan plantear sus ideas en espacios comunicacionales abiertos para el público, sin restricción alguna.

En relación al objetivo principal de Barricada TV, desde el momento en el que el medio se fundó, buscó las mejoras de los sectores de trabajadoras y trabajadores desempleados, con el tiempo ha continuado generando procesos de lucha enfocados en un bien común. Barricada TV, totalmente, contribuye a mejorar las condiciones de vida de las personas de las comunidades.

Mientras que en el mensaje del medio Barricada TV, totalmente, utiliza un lenguaje con inclusión de género, en sus espacios de programación su lenguaje no es ofensivo ni atenta en contra de un grupo social, intenta generar un periodismo preventivo desde el lenguaje televisivo que puede utilizar.

Por su parte, en la organización de Barricada TV, totalmente, es horizontal debido a que en sus deliberaciones participan sus miembros de forma directa, el medio basa su funcionamiento en el trabajo en equipo, siempre orientados a tomar decisiones en conjunto.

Asimismo, Barricada TV, totalmente, establece un enfoque crítico ante la realidad del país y muestra la información de acuerdo a los acontecimientos reales que ocurren en la calles, manteniendo sus ideales políticos, y reflejándolos en su constante lucha social.

En uno de los aspectos más importantes de los medios comunitarios, Barrica TV, establece su financiamiento en cuatro ejes, uno de ellos son fondos que el estado pone en concurso específicamente para que puedan ser invertidos en medios comunitarios, estos fondos provienen principalmente de multas que deben cancelar medios hegemónicos por algún mal trato que se haya dado a la información, de acuerdo a ley de comunicación vigente en Argentina, y medianamente también se obtienen ingresos por la venta publicidad, esta es una sola pauta para el gobierno local de agenda cultural, que es transmitida en el sitio web del medio.

De igual manera, medianamente, obtienen la colaboración de grupos sociales, colectivos o comunidades, que mantiene un espacio dentro de la programación del medio, hacen un aporte con la intención de que el medio pueda seguir manteniéndose al aire, y finalmente de aporte militantes de espacios políticos, que apoyan la causa del medio de comunicación comunitario.

Para concluir, la audiencia de Barricada TV, totalmente, está destinada a un público en general, generando programas en donde el principal objetivo es abarcar diferentes públicos objetivos, intentado que el medio no se convierta en monótono, un ejemplo de ello son los 14 programa variados, con los que cuenta en la actualidad en su parrilla de programación Barricada TV.

Finalmente, es necesario señalar que después de la aplicación de los instrumentos científicos, con la información obtenida, y a su vez el desglose de diferentes posturas de autores, en cuanto a lo que representa un medio comunitario, se logra destacar características en las que podrían basar su planificación y trabajo los medios comunitarios en el Ecuador y en diferentes países del mundo, entre esas características se destacan su:

Objetivo	Permitir la inserción de las personas en espacios comunicacionales, con la aspiración de exigir por sus derechos, mediante la creación de debates, en donde puedan exponer sus opiniones con argumentos, con la concepción de obtener un bien común.
Organización	Los medios comunitarios son del pueblo y para el pueblo, entonces la mejor manera de encaminar estos proyectos sociales-comunicacionales, es manteniendo la participación de la comunidad en la toma de decisiones, en cualquier aspecto, conservando un modelo horizontal del manejo del medio, y que esto permita lograr un consenso con la mayoría de los integrantes del medio comunitario.
Enfoque	Considerando al medio comunitario como una herramienta de lucha social, como parte fundamental del trabajo en equipo, y rompiendo con paradigmas mentales de una sociedad individualista. Con un posicionamiento político firme, que guie los ideales de quienes componen el medio de comunicación comunitario.
Mensaje	El manejo de la información que tenga el medio de comunicación será indispensable al momento de llegar a las audiencias con su mensaje, es decir, la utilización de un lenguaje inclusivo dentro del desarrollo de la información permitirá que la gente se sienta parte activa del medio comunitario.
Sostenibilidad Económica	En el Ecuador, se podría obtener recursos económicos que sean destinados a sustentar el medio, por parte del gobierno central, sin injerencia de ningún tipo, poniendo a consideración de los medios de comunicación comunitarios, fondos económicos que puedan ser obtenidos, por ejemplo, de sanciones impuestas a medios de comunicación privados o públicos, por el incumplimiento de normas impuesta en la Ley Orgánica de Comunicación. Al mismo tiempo, la inversión de gobiernos locales y el gobierno central en publicidad, pudiendo ser repartida de manera equitativa a los medios comunitarios. También, el empoderamiento de las comunidades sobre el medio es fundamental, pueden crear diferentes normas de sustento, con la colaboración de todos quienes intervengan en el proyecto social, lo que le permitiría total independencia de decisiones en el medio de comunicación.

Fuente: Elaboración del autor

Limitaciones del estudio

Dentro de la realización de los instrumentos de investigación y la posterior puesta en práctica, se encontraron diferentes limitaciones para el cumplimiento total del proyecto de investigación, estas dificultades estaban relacionadas directamente con factores externos que se salían del alcance de la personas que participaron en la muestra, los entrevistados y participantes del grupo de discusión, uno de los inconvenientes principales fue tratar de coincidir en tiempo y espacio con los docentes de la carrera de comunicación social.

Debido a las diferentes ocupaciones que sus puestos de trabajo demandan, sin embargo se logró reunir a los cuatro integrantes dentro de las instalaciones de la Universidad Técnica de Cotopaxi sin interferir en sus labores diarias.

Pronto se creó un ambiente de confianza en donde se pudieron expresar en sus intervenciones acerca de los medios comunitarios, finalmente se concluyó el grupo de discusión con la obtención de sus valiosos puntos de vista, y que han sido utilizados de manera diáfana dentro de la elaboración de este proyecto investigativo.

Otra importante complicación fue el tema de la distancia y la comunicación entre países como Argentina y Ecuador, que a pesar de ser eficaz y rápida en la actualidad siempre está sujeta a temas de conexión, y a los tiempos de las entrevistadas, a pesar de ellos eso fue subsanado con la predisposición y buen ánimo de las colaboradoras de Barricada TV, que lograron hacer un espacio en su agenda para contar sus experiencias y transmitir sus conocimientos.

Futuras líneas de investigación

Una vez revisada la información obtenida de los diferentes instrumentos de investigación, es conveniente señalar que se pueden plantear futuras líneas de investigación, las cuales han sido enmarcadas en función de nuevas inquietudes que surgen.

- **Relación de medios comunitarios con gobiernos locales:** Dentro del abanico de estudios que se pueden encontrar acerca de medios comunitarios, se cree pertinente realizar futuros estudios que comprendan la relación directa de los medios comunitarios con los gobiernos locales, que permitan tener una visión más amplia del rol que pueden llegar a cumplir cada uno de ellos ejerciendo funciones diferentes, es decir es imprescindible no destacar la relación que puedan mantener en cuanto a aspectos políticos, que les permita crear espacios de debate en los que el eje central sea trabajar mancomunadamente por la sociedad.
- **Relación de gobiernos locales y centrales en la financiación de medios comunitarios:** Uno de los inconvenientes más pronunciados en cuanto a la sostenibilidad de un medio comunitario sin duda es su financiamiento, en virtud de ello, se plantea como futura línea de investigación la relación de los gobiernos locales y del gobierno central en la financiación de un medio comunitario, considerando que existe la idea de que si un medio comunitario es

auspiciado por un gobierno, el medio deberá responder a interés políticos y dejará de lado la lucha social, entonces se hace necesario un estudio en el que pueda abarcar esta problemática y que a su vez pueda reafirmar la imagen de que los sectores sociales son los que deben apropiarse de estos medios en conjunto con los diferentes gobiernos, manteniendo objetividad de información e independencia de decisiones y criterios.

- **Relación de medios comunitarios con la educación:** En la actualidad se hace necesaria la idea de construir una educomunicación, capaz de permitir que modelos educativos interesantes e interactivos sean puestos en práctica, es así como otra futura línea de investigación debe estar asociada a la relación de los medios comunitarios con la educación, aportar información acerca de una educación transformadora en conjunto con los medios comunitarios, y la apropiación de espacios comunicacionales por parte de los estudiantes, sin importar el nivel educativo, considerando que este tipo de iniciativas pueden expresarse desde los niños de las escuelas hasta tener una visión macro ya presentada en niveles de educación superior.

12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

Este proyecto de investigación puede contribuir al debate académico científico sobre el papel de los medios comunitarios en la actualidad, tomando en cuenta la realidad de dos países diferentes como Argentina y Ecuador. Considerando como objeto de estudio a dos experiencias televisivas comunitarias, cada una con una realidad diferente, desde el hecho mismo de su conformación y como han logrado mantenerse en el tiempo a pesar de las limitaciones presentadas.

La investigación también puede establecer un precedente de lo que ambos medios pueden representar en cuanto a una comunicación comunitaria, alternativa y popular, rompiendo paradigmas sociales, convirtiéndose en modelos a seguir para futuras iniciativas sociales, que pueden presentarse dentro de la búsqueda del derecho a una comunicación participativa y transformadora en América Latina.

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Respecto a lo que representan los enfoques sobre lo comunitario que proponen TV MICC y Barricada TV, después de haber realizado el grupo de discusión y las entrevistas semi estructuradas, se puede afirmar que los medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares, buscan la inclusión social y la apropiación de espacios comunicacionales por parte de sectores sociales, comunidades o colectivos, en donde puedan ejercer su derecho a comunicar y recibir información de manera igualitaria y equitativa sin distinción de ningún tipo.
- Partiendo de la premisa de lo que representan los medios comunitarios, se concluye que la concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación de TV MICC y Barricada TV, deben estar asociados a transmitir la identidad de cada sector, en donde se genere información y contenidos comunicacionales con objetividad, para que las personas pueden sentirse representadas, y fundamentalmente para que los integrantes de las diferentes comunidades no asimilen estereotipos sociales externos que atenten en contra de sus costumbres y tradiciones.
- Finalmente, relacionado aspectos teóricos con la ficha de observación utilizada para Barricada TV y TV MICC, se resume que las líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos comunitarios en Ecuador deben estar vinculados directamente a tres pilares fundamentales como son la sostenibilidad estructural, la sostenibilidad económica y la sostenibilidad social, considerando que de esta última se derivan las decisiones que los sectores sociales, comunidades o colectivos puedan tomar de acuerdo a su ideología, pero con el propósito de cumplir una misión social.

Recomendaciones

- Concluida la investigación, se sugiere que para futuros estudios relacionados con medios comunitarios, se pueda utilizar como instrumento de investigación un diario de campo, debido a que con este instrumento se podrá obtener una visión macro del objeto de estudio, y así que no se puedan soslayar aspectos importantes a observar dentro de una investigación.
- La participación de la sociedad en espacios comunicacionales como los que provocan los medios comunitarios es fundamental, es por ello que una recomendación en particular es a las comunidades, sectores sociales o colectivos, para que puedan

empoderarse de estas iniciativas sociales y contribuyan, principalmente, con la idea de contar con una sostenibilidad social como base principal del medio.

- Asimismo, se recomienda una estrategia de concientización en los estudiantes de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Cotopaxi, acerca de la importancia y relevancia de los medios comunitarios en la actualidad y en el desarrollo de la vida profesional del estudiante, que pueda surgir como iniciativa de la dirección de carrera y que tenga el acompañamiento de los docentes, donde exista una retroalimentación de conocimientos y que comprenda la intervención directa de todos los estudiantes sin exclusión del ciclo académico en el que se encuentren.

14. BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. *Episteme*.
- Barbero, M. (1982). Retos a la investigación de comunicación en América Latina. En Memoria de la semana Internacional de la Comunicación. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Barranquero Carretero, A., & Meda González, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15m. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 15 (1), 139-170.
- Barranquero, A., & Sáez Baeza, C. (2010). Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. *Teorías y métodos de investigación en comunicación*.
- Batthyány, K, Cabrera M (Coord.). (2011). Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial.
- Campos, G, & Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai VII* (13), 45-60.
- Corrales García, F., & Hernández Flores, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, 14 (70).
- Dagron, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación

comunitarios. *Punto Cero. Universidad Católica Boliviana*, 10 (10), 6-19.

- García, M. (2006). La comunicación comunitaria en América Latina.
- García, N., & Ávila, C. (2016). Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano. *Palabra Clave*, 19 (1), 271-303.
- Galán, J. (2006). Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador.
- Hernández Ceballos, I, & Chaguaceda Noriega, A. (2013). La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio. *Quórum Académico*, 10 (1), 63-86.
- Hernández, Fernández y Baptista. (2003) Metodología de la Investigación. Editorial Mc Graw Hill. Mexico.
- Kaplún, G. (2007). La comunicación comunitaria en América Latina.
- Lemus, M. (2017). Líneas de investigación preponderantes sobre comunicación alternativa: de los orígenes a la era digital.
- Ley Orgánica de Comunicación. República del Ecuador, 2013.
- López, Pedro Luis. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*, 09(08), 69-74
- Lozano, J. (2008). Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina. *Comunicar*, XV (30), 67-72.
- Mari Sáez, V. (2010). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios. *Razón y Palabra*, 15 (71)
- Martínez Rodrigo, S. (2005). Lenguaje audiovisual y manipulación. *Comunicar*, (25), 211-220.
- Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo*, 14 (2), 268-291
- Molano L, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84.
- Ortiz Sobrino, M. (2014). La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del Tercer Sector en España y Francia. *Comunicación y Hombre*, (10), 25-

36.

- Pollock, J. (2009). El modelo de la estructura comunitaria y los medios de comunicación. *Quórum Académico*, 6 (2), 97-104.
- Quiñones, A. (2010). La investigación acción participativa y la teoría de la acción comunicativa como referentes para interpretar el conflicto en Colombia.
- Rizo, M, Romeu, V. (2006). Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*.
- Vinelli, N & Rodríguez, C. (2008). *Contrainformacion Medios Alternativos para la Acción Política*. Recuperado de http://www.dariovive.org/audiovisuales_libros/contrainformacion.pdf

15. ANEXOS

Grupo de discusión

Dimensión 1: Enfoques sobre lo comunitario

1. ¿Qué es un medio comunitario?

Cristian Torres.- Para mí un medio comunitario es esa vía necesaria entre la comunidad hacia los gobiernos, para poder dar a conocer cuáles son las falencias de las actividades gubernamentales que se olvidan por ejemplo de ciertos sectores, entonces parece que es un medio que ayuda a los gobiernos centrales a que no se olviden de estas parroquias o de estas comunidades que han sido maginadas por mucho tiempo, entonces creo que es esa vía.

Lorena Álvarez.- Es un medio que está hecho desde la comunidad para la comunidad, nace en la comunidad y hace que se ejerza un derecho para la comunicación, no es la comunicación instrumentalista de un locutor diciendo que hacer, sino más bien es una comunicación horizontal en donde todos participan y donde la comunicación también genera transformación, yo creo que eso es lo básico.

Alex Mullo.- Entonces, básicamente el medio comunitario permite el empoderamiento ciudadano y a través de ese empoderamiento ciudadano y esa participación se podría decir que se podría generar un desarrollo común.

Pablo Lomas.- Hay pilares de la sostenibilidad de un medio comunitario que son básicamente tres, una sostenibilidad institucional, una sostenibilidad social y una sostenibilidad económica, entonces si se trabaja en esos tres pilares, efectivamente son los que van construyendo esta relación del medio con su gente.

2. ¿Cómo caracterizaría usted lo que implica un enfoque comunitario?

Lorena Álvarez.- Ahora hay una discusión de que la comunicación comunitaria como su nombre lo dice debe ser manejada por una comunidad, y eso está estipulado incluso en la ley de comunicación, sin embargo la experiencia de Ecuador nos da que muchas radios comunitarias han sido promovidas por comunidades y por la iglesia porque esto ha permitido cierta organización, yo personalmente considero que las radios que se han promovido aquí en Ecuador desde la CORAPE por lo menos si son comunitarias porque parten desde las necesidades de la comunidad, generan comunicación desde y para la comunidad.

Pablo Lomas.- adicionalmente a lo que dice Lore el medio comunitario tiene una forma distinta

de gestión, ya económicamente hablando es un modelo distinto de sostenibilidad que simplemente no busca el lucro sino más bien sostenerse como un proyecto, casi incluso político de comunicación, entonces no es que busca utilidades, rentabilidad, ganancia sino más bien lo que quiere es sostenibilidad en el tiempo.

Alex Mullo.- Acotando lo que dicen mis compañeros, bueno lo que dice Pablito lo dice un autor de apellido Gomusio, él plantea esta parte del manejo de sostenibilidad, de la gestión, de la parte económica y de la parte de la sostenibilidad institucional con la ley por ejemplo, de cómo se relaciona con los reglamentos, la sostenibilidad social de cómo se relaciona con la comunidad lo que decía Lorena, básicamente hay que entender varios aspectos, la terminología de medios comunitarios es casi reciente, se llamaban medios alternativos, ahora en Chile por ejemplo se llama medios ciudadanos, entonces hay ciertas terminologías para definir a los medios comunitarios; por qué digo recientemente, porque en la reciente ley de comunicación reconoce ya a los medios comunitarios pero en los reglamentos anteriores a partir de 1995 no existía esta tipología de medios, existía los privados y existía los públicos, no existía nada más, pero partiendo de eso básicamente yo creo que el eje del medio comunitario es la participación, o sea sino existían participación de la comunidad no existe el medio comunitario, entonces el medio comunitario sirve para democratizar lo que nosotros decimos la palabra, cuando decimos democratizar la palabra es que la gente participe y plasme obviamente, utilice el medio de comunicación para expresarse, para buscar justicia, equidad, solidaridad, para que se fomente el desarrollo cultural.

Cristian Torres.- Sí, me parece que se ha dicho todo lo que es un medio comunitario, tal vez no mucho que agregar pero, un medio comunitario como decían es la voz del pueblo, de los que conozco aquí en Ecuador, la voz de las parroquias, los pueblos que han sido marginados, digámoslo así, y que no han tenido en su tiempo voz para decir las cosas, para decir sus necesidades, para sacar a la luz los problemas que tiene en las parroquias.

3. ¿Cuáles son las dificultades del trabajo comunicacional con un enfoque comunitario?

Lorena Álvarez.- El principal obstáculo primero, el lastra que llevan las radios comunitarias de que se liga lo comunitario con educativo o con aburrido, con populacho, eso, no necesariamente se piensa que lo comunitario también tiene que tener calidad, excelencia, tiene que ser bien

elaborado etcétera. Luego el tema de financiamiento América Latina en su conjunto tuvo un gran apoyo de organizaciones no gubernamentales, agencias de cooperación internacional que generaron muchos proyectos de desarrollo vía la comunicación, pero luego estos fondos se terminaron, entonces quien financia, se volvieron proyectos no auto sustentables y además proyectos comunicacionales que se ponían a competir con emporios comunicacionales

Pablo Lomas.- Yo podría decir que otro problema de las radios comunitarias está relacionado con el mundo que vivimos, o sea si tu estas en un mundo individualista, en un mundo egoísta, en un mundo demasiado competitivo, en un mundo donde no da cabida a la organización de la gente para lograr metas comunes, los medios comunitarios van a tener siempre problemas porque efectivamente los medios comunitarios representan todo lo contrario.

Alex Mullo.- Entonces de cierta manera hay un aspecto muy importante para que un medio comunitario funcione, y es la ciudadanía, sí la localidad se empodera del medio, sino se empodera prácticamente el medio queda ahí.

Cristian Torres.- Bueno creo que es una de las principales dificultades también es la falta de conocimientos de cómo manejar el medio, falta la ayuda del gobierno para capacitar a quienes están a cargo de estos medios, entonces hemos visto que los medios comunitarios, por ejemplo TV MICC, trabajan personas que no conocen gestión, no conocen como se manejan los equipos o saben lo básico, entonces desde ahí ya empiezan los problemas.

4. ¿Cuál es el objetivo fundamental de un medio comunitario?

Cristian Torres.- El propósito más importante creo que es el de sacar a la luz los problemas que tienen las comunidades para que no sean olvidados, creo que ese es el principal propósito y la idea de los medios comunitarios; dar voz a quienes no la tienen y ayudar mediante este medio comunitario a las personas que lo necesitan.

Pablo Lomas.- Yo creo que ya centrándonos un poco en los medios televisivos comunitarios, yo creo que el gran aporte que pueden hacer es mostrar las estéticas, las narrativas, sobre todo las estéticas de las comunidades porque estamos muy metidos con las estéticas gringas de belleza, del cuerpo, de si eres suco o si eres gato, si eres flaco, entonces esa es la única que gente que vale, la única gente que puede salir en una pantalla de televisión, me parece que la gente se muestre en los medios comunitarios como son, como se ven, como se ven sus ciudades, sus pueblos, sus casas, me parece que es un aporte fundamental de los medios televisivos

comunitarios, porque cuando lo que ves en una pantalla de televisión tiende a ser legitimado, entonces la gente que ve solo a la suca gringa en la televisión vestida de tal forma pues efectivamente tiende a ser imitada entonces para legitimar las formas propias digámoslo así de cómo son nuestras sociedades, tienen que verse en televisión, entonces eso es clave en un medio de televisión comunitario.

Alex Mullo.- Bueno yo te voy a dar una definición que hace la asociación mundial de radios comunitarias en donde a pesar de que es una asociación de radios también plantea una definición para medios radiales y televisivos, y habla de que estos medios radiales y televisivos comunitarios son actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro.

Lorena Álvarez.- Bueno yo considerando lo que han dicho los compañeros concuerdo en el tema de primero visibilizarnos cómo somos, porque estoy de acuerdo con lo que dice Pablo, es verdad que lo que pasa en los medios nos genera procesos de naturalización, entonces creo que no de los grandes retos es visibilizar nuestra identidad, nuestra interculturalidad pero no desde este enfoque folclórico que se ha dado, entonces yo presento personas bailando una danza folclórica y estoy construyendo identidad y eso no debería ser así, es un concepto muy superficial respecto de lo que significa la verdadera construcción de la interculturalidad vía el uso de un medio comunitario, un medio comunitario tiene que tener este rol fundamental de que la gente se apropie del medio, sepa del medio, sienta como suyo y tenga todo el derecho de ir a decir todo lo que pienso y siento, como esta mi comunidad, como me organizo o si en esta comunidad se han organizado de esta manera tal vez mi comunidad pueda organizarse desde esta otra manera, creo que debe trascender estos odiosos límites entre lo rural o lo urbano, entonces un medio comunitario lo rural un medio privado lo urbano o sea debemos estas odiosas barreras superarlas y creo que si lo podemos hacer a través de un medio de comunicación televisivo porque bien o mal un medio construye sociedad o sea incidimos y eso a veces no lo tenemos claro este poder de la incidencia que se podría ser en la gente.

Dimensión 2: La concepción sobre lo comunitario en los contenidos de la programación

5. ¿Cuál sería la línea editorial a la que debería regirse un medio televisivo comunitario?

Lorena Álvarez.- Yo creo que la línea editorial debe ser la que decida la gente, que a veces

también otro de los problemas que hemos enfrentado como medios comunitarios es el asistencialismo y el paternalismo incoherente, o sea pobrecito como eres medios comunitario no has de saber qué hacer, yo te voy a decir que hacer, que debes hablar, cuando hay grandísima riqueza en nuestros pueblos. Pablo Lomas.- Definitivamente la línea editorial del medio de comunicación comunitario es la expresión tangible del proyecto político de ese medio, y efectivamente, la autodeterminación de la comunidad y lo que quiere hacer con su medio es básicamente lo que debe primar en su línea editorial. Cristian Torres.- De la línea editorial se ha hablado mucho acerca de la cuestión alternativa, y creo que la línea editorial de los medios comunitarios en este caso debería ser eso, la información alternativa; qué es la información alternativa, es mostrar el otro lado de la moneda de lo que nos muestran los canales privados o los canales que están bajo dominación del gobierno, como ya habíamos dicho antes justamente esta comunicación alternativa nos permite ver las necesidades que tienen las comunidades, resaltar las falencias que tiene el gobierno en turno y bueno esa línea debería ser algo crítica porque siempre que existe una crítica constructiva van a haber mejoras en la sociedad, el mejorar parte de críticas constructivas, no de críticas dañinas que es lo que siempre ha pasado en nuestro medios, las críticas que se dan son malignas entonces no se pueda tomar de eso como un ejemplo para mejorar algo que estoy haciendo mal.

Alex Mullo.- Línea editorial parte desde el eje de la participación, que debe hacer el medio comunitario, generar espacios de participación y a través de esos espacios de participación establecer una participación en la construcción de contenidos, una participación en la construcción de temáticas que afecten a las necesidades locales y de cierta manera apoyen al bienestar, una participación que genere compromiso, yo creo que la participación es el primer paso, qué estrategias genera el medio de comunicación, y después de estas estrategias participativas sirvieron para generar compromiso social frente al medio, por ejemplo que la gente se comprometa y diga sentimos que requerimos transmitir estas necesidades a través del medio eso es importante, sentimos que nuestra juventud requiere por ejemplo un apoyo en temáticas de equidad.

6. ¿Qué tipo de géneros periodísticos se pueden destacar en la comunicación comunitaria?

Lorena Álvarez.- Ahora el tema de géneros y formatos periodísticos los medios comunitarios

deben asumirlos todos y tiene que sumirlos de manera profesional, o sea no es porque soy comunitario hago con el volumen bajo, no, o sea el proceso comunitario yo lo hago también de manera profesional porque para editar tú puedes tener los equipos de punta que si no tiene la creatividad y el criterio no pasa nada , o puedes tener unos equipos básicos, acordémonos cómo se hacía antes radio, con efectos de sonido hechos por nosotros mismos y lo hacíamos bien, entonces yo creo que tanto la línea editorial como los géneros y formatos tienen que salir desde la gente, desde la propia necesidad de la comunidad, que se confié más de quienes están en los medios, en su capacidad, en su vivencia, en su realidad porque ellos son los que han vivido, si nos ha pasado y nosotros también, a ver ustedes hagan desde aquí y con este enfoque, no, ustedes saben y creo que eso es lo más difícil, soltar y decir sean libres, finalmente de eso se trata lo comunitario, de la defensa de la verdad, de la libertad y hasta de equivocarse, entonces yo creo que sí debería nacer desde la gente.

Pablo Lomas.- Lo que tiene que ver a los géneros, cuando te educas en comunicación popular y comunitaria hablas de la noticia con enfoque popular y comunitario, tiene una vaina que está relacionado con la agenda setting de ese medio que está relacionada con esa transformación que quiere entonces elige las noticias que efectivamente van a aportar a ese proyecto político, pero yo creo que en este tiempo donde la gente tiene en sus manos los teléfonos o tablets y la posibilidad de difundir información actual, supuestamente la información novedosa, yo creo que hay que poner mucho más énfasis con los géneros de interpretación porque ahí está la construcción de los sentidos, o sea un reportaje, una crónica, una entrevista, yo creo que esos os los géneros que se deben potenciar porque a la final es una tendencia general del periodismo, o sea el periodismo está teniendo mucha salida y mucho futuro en los géneros interpretativos que es lo más humanos que puede haber, ahora las noticias, hay robots que redactan noticias en cambio una crónica, un reportaje es algo que nunca va a poder hacer una computadora, yo creo que alguien vaya e interprete la realidad de un sector es el gran aporte que puede hacer un medio.

Cristian Torres.- Creo que la comunicación de los medios comunitarios debería ser algo alternativo, que no muestren lo que muestran los demás canales, sino que muestren la verdadera necesidad de las poblaciones, en este caso podrían estar incluidos muchos y casi todo los géneros periodísticos pero que vayan en la necesidad que tienen la población, las parroquias, las comunidades.

Alex Mullo.- Las temáticas en sí de la construcción editorial, inclusive la parrilla de programación, parten desde las necesidades de la comunidad, entonces para mí son dos palabras claves: cómo genera el medio de comunicación estrategias de participación y cómo a través de esos espacios de participación se genera compromiso de la gente para poder apoyar el proyecto comunitario.

7. ¿Qué parámetros debe cumplir un programa para ser considerado comunitario?

Alex Mullo.- Generar espacios que permita a la ciudadanía, por ejemplo, entablar ese dialogo de comunicación horizontal, que la gente exprese sus necesidades, requerimientos, pensamientos entorno a estas temáticas educativas; sí la comunidad ve que le falta temáticas concernientes a la solidaridad, entonces yo creo que ahí apunta el espacio el proyecto.

Lorena Álvarez.- Algo tan enriquecedor como es la minga a la radio, a la televisión debería ser pertinente, entonces yo creo que es la gente la debe definir su line editorial, a ver por dónde nos vamos a ir, siempre me pongo a pensar y digo cuando Luis Ramiro Beltrán escribió sobre las radios mineras, sobre la comunicación para el desarrollo, digo estaba en un escenario puntual en esa época, pobreza, explotación, minería, etcétera, entonces ahora si nos debemos sentar y pensar cuáles son estas nuevas maneras de explotarnos, cuáles son estas nuevas necesidades como sociedad, cuáles son estas nuevas situaciones que estamos viviendo y frente a ello cómo actuamos.

El tema de niños y niñas abandonados hacia la tecnología, el tema de adolescentes que están viviendo mundos virtuales, entonces todo eso debería visibilizarlo el medio, no resolverlo porque no es ese tampoco nuestro rol pero sí incidir para políticas públicas, intervención del Estado, intervención de la sociedad, ese creo que es el nuevo reto, sin plata pero la historia nos ha demostrado que la comunicación puede ser transformadora, o sea no es en vano que el movimiento indígena que siendo una gran mayoría era invisible a los ojos de la gente finalmente se visibilizo vía medios de comunicación

Pablo Lomas.- Hay grupos GLBTI que quisieran una transformación social que beneficie pues chévere, lo mismo los grupos indígenas, etcétera, y por eso es rico lo de los medios comunitarios, porque los medios comunitarios con esa diversidad de líneas editoriales y esa diversidad de metas que tiene que ver con transformación social van enriqueciendo a la sociedad, construyen diversidad de sentidos, cuando un individuo tiene estas fuentes diversas, los gay dicen esto, los

indígenas dicen esto, los afro dicen esto, las comunidades religiosas dicen esto, entonces cuando uno escucha esa diversidad te enriqueces como persona, por eso es importantísimo que exista esa diversidad de proyectos políticos y de líneas editoriales.

Cristian Torres.- Los medios podrían ayudar a muchas gentes de las comunidades que están enfermas, por ejemplo, a recaudar fondos, entonces podría ser vías, canales para ayudas de las mismas personas de las comunidades que no tienen dinero para ciertas cosas. Hemos visto en algunos canales de televisión tal vez que lo hacen, tal persona está enferma, si quieren ayudar depositar en tal cuenta.

8. ¿De qué manera podrían generarse procesos educomunicativos mediante la distribución de producciones audiovisuales en los medios comunitarios?

Alex Mullo.- Yo creo que estamos entendiendo que siempre educomunicacional es como traer la escuela al medio y ahí es un error, o sea la educación parte no solamente de enseñar uno más uno es dos, sino parte de crear espacios que permitan un desarrollo de la comunidad en el aspecto de sociedad en sí; Lorena hablaba de la minga, la minga es una estrategia comunal indígena de que todos apoyamos para el bienestar de todos, como no apoyar en un proyecto educomunicacional que rescate la minga en el desarrollo de una sociedad, actualmente en Ambato por ejemplo está en discusión este caso del asesinato del taxista y la falta de solidaridad de parte de la comunidad, de parte de las personas que estuvieron cerca y que prefirieron like antes que ayudar a un ciudadano; ahí tengo yo una temática trascendental cómo potencio proyectos educomunicacionales para volver, para que la gente tenga este sentido de compromiso frente a los demás, entonces son temas trascendentales, la ética, cuántos casos de corrupción presenciamos actualmente en el Ecuador, cómo potenciar el medio comunitario a través de procesos educomunicacionales que potencien esta necesidad de que la sociedad sea una sociedad ética, respetando los códigos deontológicos, entonces a mí me parece trascendental estos temas y así podríamos enumerar un sin número de temas, entonces yo creo firmemente en que los medios comunitarios no deben trasladar, la escuela ya tiene un proceso y antes sí se lo hizo porque por ejemplo los sectores marginales, los sectores menos favorecidos, las comunidades indígenas no tenían este apoyo para poder acceder a la educación, pero ahora ya hay otra definición para el medio comunitario, hay otra labor para el medio comunitario ya no se busca la alfabetización sino ya buscamos el desarrollo de la sociedad frente a estos temas.

Lorena Álvarez.- Hay una experiencia muy linda de Natali Vinelli que es en Argentina, que es sobre la televisión de barrios, claro que uno como periodista dice cómo así ese formato, por qué tanto tiempo, pero ellos demostraron que podían hacer televisión desde el barrio y podían hacerlo bien, entonces no hay que meternos en una camisa de once varas más bien el tema de la creatividad y la libertad y por supuesto la ética deben ser el norte.

Pablo Lomas.- No hay nada más educomunicativo que el diálogo, o sea mira educomunicación no es llevar la escuela al medio, educomunicación ni siquiera es dar instrucciones por más spot bonito que sea de que la gente tiene que hacer, educomunicación es que el medio abra las posibilidades al diálogo de sentidos de la gente, o sea si todos los medios tienen algo que decir en diferentes temas y tú escuchas esa diversidad de mensajes te terminas educando, o sea el mismo hecho de que los medios abran la posibilidad al dialogo es lo más educativo que existe, es el mejor proceso de educomunicación, entonces los medios hacen muchísimo abriendo espacios de diálogo eso es lo educomunicativo, y lo decía Paulo Freire, que es uno de los teóricos más importantes de la comunicación y de la educomunicación, la educación liberadora es eso, no es que yo te educo sino que más bien en el proceso de diálogo nos educamos los dos y efectivamente eso es lo importante en los procesos de educación de los medios comunitarios.

Cristian Torres.-Yo creo que también es importante recalcar en la cuestión de educación de los medios comunitarios rescatar la costumbres y tradiciones, que es por algo que nació el programa costumbres de mi tierra, que nació igualmente de la necesidad que se está perdiendo mucho todas nuestras herencias ancestrales, yo creo que uno de los principales educativos también sería eso, permitir el diálogo y no tener miedo en difundir lo que es la sociedad, lo que son la parroquia, cómo viven en tal comunidad eso educativamente nos rescata y a nosotros que no estamos inmersos o que no asistimos o que no hemos estado en ese tipo de comunidades podemos llegar a saber cómo viven en esas comunidades, entonces ese también sería un proceso de educación para nosotros, para quienes no conocemos como se viven en ciertos lugares.

Categoría 3: Líneas generales que deben caracterizar a los medios televisivos

9. ¿Cuál sería el propósito de un medio comunitario?

Lorena Álvarez.- Son muchos los retos, pero yo sigo creyendo que más que restos y obstáculos, la radio comunitaria es esta posibilidad de mirar a una comunicación transformadora, lo que no hace un medio privado.

Alex Mullo.- Es importante la parte del empoderamiento de la ciudadanía para utilizar el medio, para ayudar en la gestión del medio, o sea si aparece un medio comunitario y quiere apoyar a la comunidad, la comunidad no solo debe esperar del medio sino también debe apoyar el medio, apoyar en qué sentido, apoyar en la gestión, apoyar en la creación de productos comunicacionales, apoyar financieramente inclusive para que de esta manera se pueda solventar el medio, esas son unas claves fundamentales para que funcione el medio comunitario y son parte fundamental para caracterizar al medio comunitario.

Pablo Lomas.- El propósito de un medio comunitario es que se relaciona con un grupo social en particular, incluso nacen desde colectivos y grupos sociales y tienen una finalidad política más fuerte, por ejemplo, reivindicación de derechos o cambiar legislaciones o lograr mayor equidad que beneficie a este grupo o colectivo, entonces toda la producción de contenidos, de noticias etcétera, están vinculados con ese norte; sin descuidar que están también formando parte de la sociedad y tienen que equilibrar también a información con otro tipo de temas, incluso para que no sean tan cerrados al público al que sirven, es un medio que tiene una finalidad política más marcada a diferencia de los medios privados o tal vez los medios públicos.

Cristian Torres.- Si estamos hablando de un medio comunitario, estamos hablando que se dé voz a las comunidades, entonces el propósito sería ese, el desarrollo de la comunidad, el medio comunitario debería ayudar justamente a llevar a la comunidad información, ayudar en lo que sean las capacitaciones en el sentido de que ellos también puedan llegar a ser comunicadores, o llegar a tener voz dentro de los espacios comunitarios.

10. ¿Cuál debería ser la organización administrativa de un medio comunitario?

Pablo Lomas.- Bueno yo creo que la organización debe ser básicamente establecida en términos de independencia, o sea hay que organizar el medio para que sea la misma comunidad la que se pueda auto gestionar y auto gobernar, la que pueda mantener las decisiones.

Lorena Álvarez.- Ahora hay una discusión de que la comunicación comunitaria como su nombre lo dice, debe ser manejada por una comunidad, y eso está estipulado incluso en la ley de comunicación, sin embargo la experiencia de Ecuador nos da que muchas radios comunitarias han sido promovidas por comunidades y por la iglesia porque esto ha permitido cierta organización, yo personalmente considero que la radios que se han promovido aquí en Ecuador desde la CORAPE por lo menos si son comunitarias porque parten desde las necesidades de la

comunidad, generan comunicación desde y para la comunidad.

Cristian Torres.- Bueno hablando de un medio comunitario, siempre el jefe de una comunidad es quien toma las riendas del medio comunitario entonces ahí vendría ya lo que es la organización, quienes son las personas que a ellos les ayudan, de todas maneras yo creo que un medio debe estar organizado de la misma manera o muy parecida a la de los demás medios, tener un director, tener un subdirector que se encarguen de diferentes áreas o temáticas, por ejemplo, si hablamos de noticias, cuestiones interculturales, quejas de la ciudadanía, etcétera, entonces tendríamos que tener representantes; claro que esto se ve un poco dificultado en la cuestión de los medios comunitarios porque muchas de las personas que trabajan en estos medios son voluntarios, el voluntariado es a veces un poco difícil porque siempre al voluntariado llegan personas que no tienen conocimientos de comunicación por ejemplo, entonces la persona que toma las riendas se le puede complicar como organizar el medio.

11. ¿Cuál debería ser la sostenibilidad económica que maneje un medio comunitario?

Pablo Lomas.- Los medios comunitarios tiene todavía muchos problemas para lograr diversificar sus modelos de sostenibilidad, o sea un medio comunitario debía tener la habilidad para poder financiarse de muchas fuentes para poder mantener ciertos niveles de independencia, o sea si yo pongo el noventa por ciento de mis ingresos solamente en la publicidad, voy a ser dependiente de la publicidad comercial, si yo dependo solamente de cooperación internacional lo mismo, si dependo solamente de la iglesia lo mismo, entonces el medio comunitario tiene que ser muy inteligente en la diversificación de su modelo de sostenibilidad y ese el principal problema.

Sustentar la mayor cantidad de ingresos y la mayor cantidad de gestión a sus mismos usuarios y a sus mismas audiencias ahora es posible hacerlo directamente y tener esas otras fuentes de financiamiento alternativas que no comprometan la independencia, yo creo que esa debería de ser la política que guie todo esfuerzo de gestión. Hay una teoría que se llama la teoría de desigualdad participativa y básicamente es esto, es cómo para que las audiencias más comprometidas con mi contenido sean las que me ayuden a financiar el medio, yo creo que es una teoría que podría ayudar a aplicarse muy bien en los términos de la comunicación comunitaria.

Cristian Torres.- Trabajar, buscar estrategias de financiamiento que no les obligue a tener por ejemplo una línea editorial que convenga a las empresas, por ejemplo si yo estoy en el Oriente y tengo un medio comunitario y me da plata una empresa petrolera entonces de qué tengo que

hablar, de que no están contaminando el ambiente, de que todo está bien, de que no hacen daño a las comunidades, de que no están talando árboles, etcétera, entonces podrían por ahí intentar ver financiamientos independientes como decía por comunidades, tal vez organizarse para que ellos sean los que financien este medio, como lo hacía en el extranjero los mineros, ellos no dependían de nadie más de su dinero y eran totalmente independientes, entonces creo que debería ser la primera parte para la organización para que el medio pueda surgir y no tenga que irse por línea editoriales que no convengan a la comunidad.

Lorena Álvarez.- lo que pasa es que nos hemos acostumbrado a pensar que el dinero del Estado es dinero del gobierno de turno y en realidad si la pregunta es, el Estado debe financiar los medios comunitarios la respuesta es sí, porque ese dinero no es del presidente, ese dinero es mío, ese dinero es de la gente, ese dinero es de todos, pero lamentablemente no hay esta concepción clara del Estado, entonces el Estado resulta que está manejando el dinero y dice yo te voy a hacer el favor de darte el dinero, te voy a dar los equipos pero necesito que hables de mí bien, por ejemplo, hay una experiencia de medios públicos porque como ellos son cien por ciento financiados por el Estado resulta que luego se transforman en parlantes propagandísticos del gobierno de turno, excepto en países en donde se ha legislado de manera clara en el sentido de qué es un medio público, por ejemplo, la BBC de Londres tiene esta claridad en cuanto a su estatuto que no es un parlante de quienes están en el poder sino más bien por el contrario, es un medio financiado con el dinero público pero que sirve a los intereses de la gente, tanto así que tiene un montón de productos educativos, científicos, de difusión etcétera; entonces claro que deberían tener financiamiento del Estado los medios comunitarios porque esta sería la inyección que ellos requieren para realizar su trabajo pero en este marco total de independencia y de entendimiento muy puntual de que este dinero no es un cheque en blanco para que yo a favor de tal o cual gobierno sino que se entienda claramente que esta partida tiene un apoyo concreto a una comunicación libre, democrática, defensora de la verdad, y por supuesto el tema de políticas públicas que deben ser muy clara en cuanto a favorecer este tipo de iniciativas, no es lo mismo favorecer a un medio privado que favorecer a un medio comunitario, no estamos en iguales condiciones, bajo ninguna circunstancia estamos en iguales condiciones, ni siquiera producimos los mismo mensajes, entonces tampoco deberías competir los privados, los públicos y los comunitarios pero por supuesto que los comunitarios requieren mayor acciones afirmativas para

medios comunitarios pero bajo esta concepción de que el Estado nos financie sí, pero con esta independencia que si se puede, nuestra universidad es publica, no se ha casado con ningún régimen y por supuesto que merecemos el dinero del Estado porque estamos invirtiendo en la educación de nuestra gente por qué no mirar la comunicación desde ese espectro, está en la ley publica pero la comunicación es un derecho humano y qué es un derecho humano, tiene que ver con la dignidad de la persona.

Alex Mullo.- Sí bueno, apoyando todo lo que dicen mis compañeros, la parte de la autonomía es muy importante, Lorena mencionó un punto clave podría decirse, el Estado no debe estar ajeno de este proceso de democratización y en la ley ya se establece sino que no se cumple; lo que decía Lorena es que no se puede calificar con la misma vara a los medios comunitarios y a los medios privados, por qué no existen nuevos medios o por qué no se potencian nuevos medios comunitarios y se cumple con el porcentaje que menciona la ley, simplemente porque tú vas a un concurso de medios y compites con los privados que tienen el poder económico, entonces ahí es la primera dificultad; existe en el artículo 86 la acción afirmativa que dice el Estado implementara las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios, entonces ya existe una acción afirmativa y de hecho qué menciona esta acción afirmativa por ejemplo se debe promover el crédito preferente para la conformación de medios comunitarios, la compra de equipos, excepciones de impuestos para la importación de quipos, el funcionamiento de medios impresos y estaciones de radios y televisión comunitarias, acceso y capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.

12. ¿Cuáles serían las características de los colaboradores de un medio comunitario?

Pablo Lomas.- Yo creo que un comunicador comunitario debe tener un compromiso súper fuerte con el valor de la transparencia, o sea que es lo que pasa por qué nadie ve mal a Jorge Guamán, porque es gente vino desde procesos de educación comunitaria y ahora son políticos o autoridades de elección popular, porque la gente tuvo muy claro que llego un momento en donde Jorge Guamán dijo dejo de ser periodista y ahora soy político, en cambio la gran mayoría de comunicadores posiblemente de medios privados, tienen agendas políticas encubiertas y que está pasando en este mundo, en el mundo actual, la gente se está dando cuenta de esas agendas políticas encubiertas; entonces si uno es comunicador comunitario tiene que decir a ver señores

estos son mis intereses, esto es lo que quiero, esto es lo que pienso, por estos intereses lucho y definiendo y la gente debe tener muy claro eso y ahora soy periodista, cuando deje de ser periodista ustedes lo van a saber, y efectivamente fue lo que pasó con todos los comunicadores comunitarios de Radio Latacunga, de la época de oro de la radio ahora están en cargos públicos, están vinculados mucho a la política pero la gente no les ve mal porque la gente sabe que nunca fue traicionada y que nunca fue engañada, cuando ellos fueron comunicadores comunitarios lo fueron al cien por ciento, sumamente transparentes y muy comprometidos con sus audiencias y cuando vieron la posibilidad de abrir su campo a la política lo hicieron, pero lo primero que hicieron fue dejar ese compromiso de ser comunicadores comunitarios, yo creo que eso es una cosa muy muy importante cuando haces comunicación comunitaria, la gente se da cuenta cuando tienes una agenda encubierta, una agenda por debajo entonces la comunicación comunitaria debe estar muy relacionado con la comunicación en ese sentido.

Cristian Torres.- Sin compromiso no se movería un medio comunitario, siempre tomo la idea de TV MICC porque hemos visto, hemos leído muchos trabajos de los chicos que han estado ahí y que han hecho pasantías, entonces ellos igual hablaban de que la señora que hace controles no sabe nada en el sentido que no ha estudiado comunicación, pero ella está ahí desde la mañana que se abre el canal hasta la noche que se cierra el canal y no está pensando en que yo trabajo mis ocho horas y me voy, entonces la principal característica de las personas que trabajan en un medio comunitario es el trabajo de sol a sol, de no interesarse en la remuneración sino estar ahí por el bien de la comunidad.

Alex Mullo.- el compromiso porque de ahí parte, de cierta manera el medio comunitario no es que tenga característica de baja potencia pero su vínculo geográfico es con su comunidad cercana, entonces desde su comunidad cercana trabajar con este talento humano que pueda potenciar a la radio, no recuerdo exactamente que artículo científico leí pero había un ejemplo de un manejo de medio comunitario en el cual el medio comunitario potenciaba el desarrollo de procesos educativos, tendientes a mejorar los cultivos, conservar el legado cultural, pero hay una característica en el manejo de este medio, que por ejemplo el agricultor salía de sus tierras y trabajaba en el medio comunitario seis meses y después de este tiempo regresaba a ser agricultor, cuál era la estrategia, la estrategia era que la gente de este medio no se olvide de donde salió y la gente no pierda su lógica de trabajo que generalmente potenciaba a su comunidad, que no se

generen estas elites de que porque ya trabajo en un medio de comunicación ya soy más importante y soy el líder de mi comunidad o soy el jefe de comunidad, entonces aquí la idea es que la persona que trabaje en un medio de comunicación comunitario debe tener un compromiso con su comunidad y a través del medio potenciar el desarrollo de la misma, debe estar comprometido también a capacitarse porque si se compromete a trabajar con el medio debe estar consciente de que requiere una cierta capacitación para poder mejorar técnicamente sus contenidos, entonces de cierta manera debe generarse un empoderamiento y un compromiso con el bien común; hay dos tipologías de trabajadores de medios comunitarios , hay el trabajador remunerado y el trabajador voluntario pero de cierta manera los dos deben estar en ese eje porque no es que ganan mucho los trabajadores que también reciben una remuneración.

Lorena Álvarez.- La característica de la carrera que nosotros intentamos inyectar en los chicos, es esta posibilidad de mirar a los medios comunitarios como un norte, entonces el tema de saber de dónde venimos, o sea, más parece que nos falta mucho esta apropiación de lo nuestro y los medios lo pueden hacer en el sentido de la profesionalización de quienes están en los medios comunitarios.

Entrevista semi estructurada TV MCC 1

Luis Aimacaña Gerente TV MICC

1. ¿En qué contexto social, económico y político surge TV MICC?

En el contexto social todos sabemos que Cotopaxi está ubicado en una zona que históricamente ha estado poblada por obrajes y posteriormente por haciendas, entonces nuestra gente se ha venido desarrollando con una herencia de latifundismo serrano, y esta herencia ha sido obviamente un patrón cultural de repetición, de formas de vida, de formas de expresión, de un sin número de criterios que la colonia nos trajo en el sentido de soslayar lo que aquí había, menospreciar lo que aquí había y más bien maximizar lo que había afuera, en ese sentido hubo ese tipo de apreciaciones y criterios que fueron distorsionando el contexto social, maximizando a unos y minimizando a otros. En lo económico en cambio de daba entre el dueño de la propiedad que en este caso era el hacendado, el dueño del capital y quienes eran subyugados los dueños únicamente de la fuerza del trabajo, en ese sentido se fueron dando las cosas, en este contexto social y económico de la distribución de la riqueza extremadamente desigual, entonces Latacunga, Cotopaxi es esto, nosotros somos herederos de un latifundismo serrano enraizado y

donde se evidencia las desigualdades, entonces la gente se dio cuenta de que una de las cosas importantes para los seres humanos son la palabra y más allá de la palabra ahora diríamos la imagen, entonces radio Latacunga que en ese tiempo, estoy hablando del 80 del 90, era el parlante y la voz del sector indígena, poco a poco fue cambiando su posición y es lógico porque la radio es de la diócesis y su principal protagonismo y accionar estaba direccionado al tema de la evangelización, pero el mundo indígena quería que la gente respondiera también por otros temas que tiene que ver con la cuestión organizativa, la cuestión social, el intentar desequilibrar esa diferencia tan abismal entre los que más tienen en el país con los que menos tienen, entonces este es un poco el contexto en el que aparece TV MICC, en un espacio donde los que tenían la voz eran los que dueños del capital, los dueños de la propiedad privada, obviamente la gente intelectual pero no así los indígenas porque el indígena primero no habla bien el castellano, el indígena se equivoca además se habla en Quichua, quién va a querer hablar el idioma de la raza vencida, entonces en ese contexto nace TV MICC, el canal de la diversidad.

2. ¿Cuáles fueron los primeros lineamientos que tuvieron como canal de TV comunitaria?

Esto vino dado por las treinta y tres organizaciones de segundo grado, este canal no es solamente de una persona, sino de treinta y tres organizaciones, ellas fueron dando los lineamientos, hay una instancia máxima que se llama consejo de gobierno del movimiento indígena que a su vez es elegido por la asamblea general, una asamblea grande, amplia de las treinta y tres organizaciones, entonces ellos van diciendo los lineamientos gruesos por donde hay que transitar en lo económico, social, político, en lo organizativo, en la justicia indígena, en la educación, entonces este es un poco el gran paraguas que a su vez es parte de lo que piensa la Confederaciones de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, y ahí me estoy saltando un escalón porque luego del MICC viene la Ecuarrunari que es la organización a nivel sierra, y posteriormente esta la CONAIE, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, entonces esto es un poco el gran espectro de una organización, de un tejido social fuerte, que no obstante de todos los esfuerzos hechos por los gobiernos todavía sigue subsistiendo.

3. ¿Cómo evoluciono o cambio con el transcurso del tiempo?

Hay medios de comunicación decía José Ignacio López Vigil, que nacen viejos y con el tiempo van rejuveneciendo y hay otros que nacen jóvenes y con el tiempo van envejeciendo, yo diría que

a TV MICC le ha pasado las dos cosas, este es un medio de comunicación que todos los días yo creo que está dando pasos importantes, pasos enfocados a que la comunicación sea planteada más allá de una utopía, porque si tenemos la utopía de que alguna vez por ejemplo de que el pueblo no salga en primera plana de los periódicos ni de la televisión cuando ha robado, cuando violado, cuando ha matado o cuando han hecho justicia indígena, cuando lamentablemente ha habido un accidente de tránsito, entonces usted ve que ahí los indígenas están en primer lugar, o sea cuando un indígena ha triunfado, cuando un indígena es un ejemplo de manejo de justicia indígena no solamente en Ecuador, América Latina o el mundo, nadie dice nada, no les parece, solo se quedan en los latigazos, no se quedan en que esa ortiga es un proceso de reinserción de ese hombre en su comunidad y mucha gente que ha sido ajusticiada por la justicia indígena han retornado a ser dirigentes inclusive de la comunidad, eso que quiere decir, que la justicia indígena tiene la capacidad de reinsertar a las personas que cometieron un ilícito en su medio, entonces este canal va rejuveneciendo por este tipo de cosas, porque estamos nuevamente recreando eso, no obstante de que el Estado plantea de que tenemos una sola justicia, pero este medio de comunicación dice no señores, no al monismo jurídico sino a la dualidad jurídica. Los tratados internacionales firmados reconocen que aquí existen pueblos y nacionalidades, la constitución de la República en su artículo número 1 reconoce que aquí existen pueblos y nacionalidades y ese reconocimiento viene no como una cuestión poética, porque si tu reconoces que vivimos en un Estado plurinacional, intercultural, reconoces que vives en un estado con territorio con lengua, con leyes, con costumbres, entonces sería una contradicción extrema, nosotros decimos que este medio de comunicación va rejuveneciendo porque ese tipo de criterios y de principios filosóficos se están reinsertando en el discurso público y en la agenda pública de los medios. Hoy mismo, esta semana el Movimiento indígena y Campesino de Cotopaxi está convocando a una gran marcha en torno al tema de la violencia y eso me parece interesante poner en la agenda pública ese tema y obviamente TV MICC, está rejuveneciendo por ese mandato del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi.

4. ¿Cuáles han sido los retos más difíciles en general que ha tenido que superar el canal?

Yo creo que el más duro es el tema económico, lamentablemente estas situaciones de racismo se repiten en algunas empresas que podrían apostarle a esta propuesta única en el Ecuador hasta este

momento con esta característica, yo diría sin ser soberbio única también en Latinoamérica en el sentido de cómo está compuesta, los propietarios y como se rige. Pienso que TV MICC recoge ese anhelo de ese tipo de principios y fundamentos, nosotros consideramos que la comunicación está hecha para el servicio a la colectividad y felizmente nosotros gozamos de no estar en un medio de comunicación donde te imponen una agenda, sino tú eres capaz recogiendo los grandes criterios y ubicar también tus criterios como comunicador, como periodista, como persona de base lo que quieres decir a la colectividad, entonces eso me parece que es fundamental en un proceso de comunicación.

5. ¿Cuál ha sido la postura que ha tomado el canal de acuerdo a los diferentes gobiernos que ha tenido el país?

Siempre ha sido el mismo, este canal ha estado en una postura absolutamente anti poder por qué razón, porque si usted revisa lo que hizo León Febres Cordero por ejemplo, cierto es puso mano dura en el país pero mató a muchos inocentes, los hermanos Restrepo, en contra. Sixto Duran Ballén caso flores y miel en contra, Abala Bucaram muñecas de trapo en contra, el faviolo que entro con un voto a ser presidente y robó a diestra y siniestra en contra, lo mismo Lucio Gutiérrez que llegó a hacer poder con el movimiento indígena, con la CONAIE y después se hizo el loco, en contra, y ahora con Correa que ciertamente también llegó al poder con el movimiento indígena y que después traiciono todo eso y que después nos persiguió; hoy existen más de cien detenidos y procesados por el Estado ecuatoriano de Correa, a nuestros compañeros que han sido tratados como delincuentes y sus ladrones ministros, el mismo vicepresidente que es comprobado que es un ladrón a carta cabal sabemos cómo han sido tratados, entonces nuestra posición frente al Estado, frente al gobierno, a los gobiernos de turno evidentemente ha sido y será de absoluta auto critica, usted que sabe que el poder beneficia a los dueños del capital, negocian, tranzan; Correa les perdono miles de millones de dólares a los ricos de este país, entonces no podía este canal estar a favor de Correa, imposible.

6. ¿Cuál es la concepción política con la que se define el canal?

El canal, tiene una concepción política de izquierda claramente definida, pero no la izquierda que le cantas al che Guevara en una tribuna y después y robas medio país, esta izquierda pretende crear lo que alguna vez consideramos el hombre nuevo; el hombre nuevo era el mejor, que trabajaba, que ganaba menos, que se ponía al servicio de la gente, no él que se sirve de la gente.

Aquí los liderazgos colectivos se marcan con una persona que se pone al frente, pero que cede ese poder para que todos salgamos adelante, un poco esa es la lógica, por eso que aquí se trabaja con los tres principios del movimiento indígena que es el, (una sola mano un solo pensamiento y uno solo corazón), o sea son principios filosóficos que los intentamos poner de moda en este escenario en el que vemos que hay mucha desigualdad.

7. ¿Cuáles son las características que define al periodismo que hace TV MICC y por qué le diferencia de los medios tradicionales?

La lógica con la que nosotros hacemos nuestras coberturas, TV MICC no está corriendo detrás de la autoridad, hay momento que son importantes pero nosotros nos diferenciamos porque hacemos nuestra propia agenda en unión del mandato del movimiento indígena y ahí está la diferencia, entonces tú vas a privilegiar algunas cosas, a los procesos organizativos, a los procesos de lucha, a los procesos de educación intercultural bilingüe, a los temas de la justicia indígena, allí trabajamos, estos obviamente al medio comercial no le interesa porque ellos dicen eso no es noticia, lo que no llama la atención, no hace escándalo, lo que no vende no es noticia, para nosotros sí y eso está por encima de estas consideraciones.

8. ¿Cuáles son las características que deben cumplir los periodistas de TV MICC?

Primero que vengan de una comunidad, o que venga representando a una organización de tercer grado nosotros le llamamos OSG, el 95% de personas que trabajamos aquí hemos sido recomendados por una organización de segundo grado, ella sugiere a tal persona que tiene la capacidad y sobre todo los principios ideológicos para que trabaje en este medio de comunicación, a tal punto que yo como gente si tengo que llamarle atención a un profesional de comunicación de este de este medio no lo hago a él, mando una cata a la OSG y ellos verán que hacen con él.

9. ¿Han tenido algún tipo de acercamiento con algún otro medio comunitario de otro país?

Sí, en este momento estamos trabajando con Radio Aruta, también tenemos una colaboración estratégica son un nuevo canal que está saliendo, Purúa TV aunque no tiene las mismas lógicas de TVMCC pero está también en ese camino en el sentido de que el propietario no es una persona sino un grupo pero vamos a trabajar en eso y obviamente la dirigencia de comunicación

de la CONAIE, de la ECUARUNARI que nos dan una estupenda mano desde la perspectiva ideológica.

10. ¿Cómo cree que TV MICC ha aportado a algún otro medio de la región?

Yo creo que nosotros vamos marcando una pauta distinta en hacer comunicación, por ejemplo entre poner a cuatro desnudas en la pantalla y poner un reportaje educativa hay una diferencia sustancial y la gente lo siente, entre repetir la música que trae Shakira y poner a los chavos de Chambapongo obviamente existe una diferencia, pero esa es nuestra opción, nuestra opción preferencial por nuestra gente, por la gente pobre y ahí hemos ubicado hitos importantes; que os dicen indios, que nos dicen longos, que nos dicen cholos eso es secundario, nosotros somos lo que somos porque tenemos identidad y sobre esa identidad trabajamos eso no se negocia.

11. ¿Han participado o impulsado procesos de educomunicación con instituciones educativas?

Ahora estamos trabajando en proyectos pilotos con el colegio Cesar Viera directamente, esta entidad logró una clasificación importante a un concurso nacional, gracias a TV MICC nosotros tuvimos la oportunidad dentro de esta asociación hacer un demo, felizmente eso sirvió, están ahora concursando a nivel nacional.

Trabajamos con la Universidad Técnica de Cotopaxi, teneos varios convenios firmados con ellos y estamos directamente relacionados con los niveles educativos de la CONAIE y ECUARUNARI, esas son un poco las líneas por donde nosotros trabajamos y en el campo de la educomunicación intentamos todos los días hacer eso con los niños que vienen acá a hacer nuestro programa Guagua Kuna o los jóvenes que vienen desde diferentes aristas al programa Paiwa tv que está dedicado a los jóvenes.

12. ¿Han tenido algún tipo de desarrollo teórico de la comunicación desde la perspectiva propia de TV MICC?

Tenemos un primer escrito que es del movimiento indígena, todo parte de ahí en este momento yo estoy tomándome la molestia de escribir sobre el principio muy sencillo de que aquello que no se escribe se olvida. Antes de que me vaya yo pienso dejar un documento que hable acerca de estas preguntas que usted ha hecho y que me parecen que son parte del fundamento ideológico de un medio que debe tener, o sea nosotros teneos un posicionamiento político y sería bueno que

todos los medios lo digan, todos los medios comerciales que también tienen un posicionamiento político, para ellos el privilegio es el dinero y están como la palmera en medio del desierto que se mueven en la dirección del viento, es decir del poder económico, político y social.

Entrevista semi estructurada TV MICC 2

Blanca Naula-Colaboradora TV MICC

1. ¿En qué contexto social, económico y político surge TV MICC?

TV MICC surge de la lucha de más o menos unos 530 años, la lucha de nuestros padres, de nuestros antepasados, porque ningún medio tomaba en cuenta a los indígenas; hay medios grandes que muestran que robaron o mataron pero en máximo 20 segundos, no muestran los rostros de la gente indígena, los compararon con los animales y por esa razón el movimiento indígena ha venido luchando por muchos años por el agua, por la tierra, por el alto costo de la vida, por la gasolina, por el gas, pasaron años y años de lucha por eso y dijeron nosotros no tenemos ese espacio donde difundir la cultura, la tradición de nuestras comunidades para que no se venga perdiendo y por ello los directivos de muchos años vinieron pensando en eso y ya en el 2004 van pensando hay otros medios y nosotros ¿por qué no podemos tener? Y van luchando por eso cuando el consejo del movimiento indígena del 2004 ya vienen reuniéndose y pensando en sacar el medio de comunicación que lo estamos llevando en la actualidad.

2. ¿Cuáles fueron los primeros lineamientos que tuvieron como canal de TV comunitaria?

Nosotros nos enfocamos en tratar de no perder nuestra lengua materna, hablar en quichua y nuestra vestimenta; y la otra parte es como nosotros decimos es un canal comunitario, somos TV MICC canal 47 periodismo comprometido con nuestros pueblos, o sea no solo para los indígenas, aquí son bienvenidos todos, pueden ser ricos, pobres, blancos, negros y las puertas están abiertas para todos, aquí es como un servicio social este medio de comunicación y está enfocado sobre todo en hacer conocer las culturas, las tradiciones de las comunidades que existen, y hacer conocer que falta en las comunidades. Los gobiernos de turno pasan y pasan, ofrecen tantas cosas, las calles, las vías principales están bien, están adoquinadas, pero vayamos a las comunidades, yo soy de Salcedo (cantón provincia de Cotopaxi), vayamos unos 20 kilómetros a las comunidades y ahí las vías son de tierra, donde sacan los productos en burros o caballos, sufriendo pero esas cosas los gobiernos, las autoridades no saben cómo sufren nuestros

agricultores y para ello esta TV MICC, hasta los últimos rincones. TV MICC actualmente está en cuatros provincias: está en Cotopaxi, Chimborazo, Pichincha y Tungurahua, hasta donde avanza la señal, nuestras antenas están Pilisurco y avanza hasta, Colta,, Baños, o sea es igual que una radio pero nosotros igual tenemos invitaciones a Perú, Bolivia, a varios lugares pero es un medio comunitario que no genera dinero, el personal es muy reducido, no somos como los otros medios que hasta escuchamos decir que tiene 1.200 trabajadores, pero nosotros no tenemos recursos para poder tener más trabajadores o equipos de alta gama, cámaras de alta categoría, pero aun así nosotros estamos para servir al pueblo.

3. ¿Cómo evoluciono o cambio con el transcurso del tiempo?

Desde el sábado 28 de febrero del 2009 que la señal se reboto ha cambiado mucho, la infraestructura actual no fue creada con la intención de que se un sed de televisión, cuando recién se creo era una sala de reunión del movimiento indígena, los cuales son los dueños del medio, es decir los dueños del medio son 33 organizaciones, maso menos unas 2.000 o 3.000 comunidades que pertenecen al movimiento indígena de Cotopaxi, aquí no hay dueños; antes decían que Lourdes Tiban era la dueña o Cesar Umaginga era el dueño, el consejo de gobierno del MICC van cambiando cada dos años, igual el gerente, hasta la actualidad hemos llevado el medio con cuatro gerencias.

Ya teníamos todas las cosas que íbamos a instalar, no teníamos muchos equipos, iniciamos con poquitas cosas, no teníamos sed, me acuerdo que teníamos una computadora, una televisión, un switch, una consola de audio, recuerdo que manejamos al inicio con dos portátiles donde podíamos proyectar, principalmente proyectamos documentales y películas; también iniciamos con entrevistas en quichua y español, era de siete a ocho de la noche la entrevista solo en quichua y las traducción al español era de ocho a diez de la noche, el nombre del programa era voces e identidad.

4. ¿Cuáles han sido los retos más difíciles en general que ha tenido que superar el canal?

Ha habido muchísimos retos, el más importante ha sido el racismo, este medio para los mestizos ha sido un chiste, una burla; cuando ya otorgaron la frecuencia y seguían construyendo este departamento que fue donado por el consejo provincial, venían a dejar cemento o materiales para la construcción las personas decían ¿aquí va a ser un canal de televisión? ¿Cómo que un canal de

televisión? Los indios ¿cómo van a poder manejar un canal de televisión? Los indios ¿de dónde tienen plata? O ¿cómo van a hacer?

En ese momento teníamos la ayuda de la doctora Lourdes Tiban, también estaba el doctor Cesar Umaginga como prefecto de Cotopaxi, algunas autoridades como concejales o miembros de las juntas parroquiales. Cuando el canal salió al aire para el mundo indígena fue algo maravilloso, venían y decían tomen esta película o tomen este documental de pronto les sirva y para nosotros era muy importante; eran documentales del Monseñor Leónidas Proaño, de mama Transito Amaguaña, de Dolores Cacuango, nosotros estamos regidos hasta la actualidad y no podemos pasar películas sangrientas o violentas, nosotros revisamos todo antes para poder proyectar porque este canal es para educar, no para crear violencia

5. ¿Cuál ha sido la postura que ha tomado el canal de acuerdo a los diferentes gobiernos que ha tenido el país?

Por ejemplo cuando Rafael Correa entro a la presidencia, nosotros dimos el voto, Correa fue posesionado en Zumbahua, le entregaron un bastón de mando que en el mundo indígena es sagrado, pero él nos falló, después dijo que los indios son cuatro pelagatos, que son de poncho dorado y muchos insultos así, pero al movimiento indígena no le gusta que les insulten y, después con el alto costo de la vida como el gas o el agua, por cosas así el movimiento indígena ha venido permanentemente haciendo marchas, cuando Cotopaxi se levanta es por algo importante, no es por cualquier cosa que gritamos en las calles y no simplemente por los indígenas, el movimiento indígena lucha por todos, busca el beneficio de todas las personas.

6. ¿Cuál es la concepción política con la que se define el canal?

El medio no está explícitamente dentro de la política, en la actualidad pasamos la información de acuerdo a lo que exige la CORICOM o la SUPERCOM , nosotros solo hacemos lo que tenemos que hacer como comunicadores, tratamos de ser neutrales, nos mantenemos alejados de las peleas que tenga el movimiento indígena.

7. ¿Cuáles son las características que define al periodismo que hace TV MICC y por qué le diferencia de los medios tradicionales?

Nos diferenciamos en muchas cosas, en primer lugar es un canal intercultural, hablamos en dos idiomas y algunos son hasta trilingües, y que es un canal que está al servicio de los pueblos, es el primer canal comunitario del país que no está esperando generar dinero.

En otros canal no permiten el acceso a las personas, aquí no hay problema pueden llegar y tocar los equipos, ingresar al estudio cuando se está emitiendo al aire, nosotros estamos prestos a hacer conocer cómo funciona el medio, se les explica cómo surgió el canal, como esta y hacia donde no enfocamos

Hay persona que piden un espacio, el gerente actual nos cuenta que cuando él estuvo como candidato para concejero en un canal le cobraron 900 dólares por hacerle dos entrevistas, pero nosotros no lo hacemos si alguna autoridad quiere dar un saludos por el día de la provincia por ejemplo no cobramos, en canales grandes les cobran, a nosotros simplemente nos dan una colaboración de acuerdo a sus posibilidades.

8. ¿Cuáles son las características que deben cumplir los periodistas de TV MICC?

Somos diferentes porque somos indígenas, porque de ahí estamos preparados igual que cualquier otro periodista, nos diferenciamos también por nuestro idioma y por nuestra vestimenta.

9. ¿Han tenido algún tipo de acercamiento con algún otro medio comunitario de otro país?

No lo hemos tenido, hemos tenido acercamiento con periodistas indígenas de otros países que nos han ayudado dándonos talles por ejemplo como periodistas de Bolivia.

10. ¿Cómo cree que TV MICC ha aportado a algún otro medio de la región?

Hemos si un ejemplo para otros medios, los gerentes han tenido invitaciones para viajar a Estados Unidos, México, Bolivia, pedían que les cuenten las experiencias que tiene TV MICC.

11. ¿Han participado o impulsado procesos de educomunicación con instituciones educativas?

Nosotros tenemos documentales de diferentes temas y muchos jóvenes estudiantes nos han pedido el material para utilizarlo porque somos un canal educativo.

12. ¿Han tenido algún tipo de desarrollo teórico de la comunicación desde la perspectiva propia de TV MICC?

Hemos tenido a algunos estudiantes que han hecho pasantías y ellos han realizado sus tesis de cómo fue la creación de TV MICC, hemos tenido visitas de estudiantes extranjeros también que han necesitado información y les hemos colaborado.

Entrevista semi estructurada Barricada TV 1

Natalia Vinelli-Gerente Barricada TV

1. ¿En qué contexto social, económico y político surge Barricada TV?

Barricada TV surge a principios de los años 2000, o sea en el contexto del movimiento piquetero, es decir del movimiento de trabajadores desocupados; inmediatamente después de la rebelión popular del 19 y 20 de diciembre del 2001. Durante la segunda mitad de los noventa habíamos participado en la construcción de acompañado de ese movimiento piquetero desde el punto de vista de la comunicación y la imagen y en el post 2001 ya empezamos a pensar más en profundidad la importancia que tenía la televisión en la construcción del poder popular como una herramienta, en ese marco y en contexto del movimiento Teresa Rodríguez que militábamos ahí un conjunto de compañeras y compañeros empezamos a realizar emisiones itinerantes de televisión, a probar con esa tecnología y a partir de ahí a pensar en sostener un canal de manera regular y a preocuparnos también por lo específico del lenguaje televisivo, en ese momento lo que más nos maravillaba era poner en el aire las señales producidas en el barrio sectores organizados en el movimiento piquetero sin preguntarnos tanto por el lenguaje televisivo, eso lo fuimos cambiando hasta que finalmente en 2008 pudimos empezar a construir el canal de televisión y realizar los primeros informes que hacíamos circular en la web hasta llegar finalmente a la fábrica recuperada IMPA donde montamos los estudios y desde entonces estamos saliendo al aire.

2. ¿Cuáles fueron los primeros lineamientos que tuvieron como canal de TV comunitaria?

Los primeros lineamientos siguen siendo los mismos que tenemos ahora, pensamos el canal de televisión como una herramienta en el marco de lo que para nosotros es la construcción del poder popular, es decir pensamos el canal de televisión y la construcción en la comunicación como espacios arrebatados a la hegemonía y en este marco siempre entendimos que el canal de televisión tenía que ser una herramienta de expresión para los sectores movilizadas de la sociedad pero no en términos de propaganda sino en términos de disputa de sentido común y que a su vez fuera dominante, y que a su vez fuera un canal de televisión abierto a distintas expresiones de un campo popular con un sentido amplio; entendiendo que lo que es importante es el debate , que lo que es importante es compartir miradas que tengan a su vez un horizonte emancipatorio.

Los lineamientos siguen siendo los mismos, hace poco venimos de un encuentro de formación donde justamente venimos marcando y revalidando estos lineamientos que le dieron origen,

pensar el canal como una herramienta, como un instrumento que aporte a la organización, que aporte a la movilización, que aporte a la concientización desde el punto de vista del debate, desde el punto de vista de compartir miradas y alternativas sobre como pensar el mundo, como verlo y como situarnos en él.

3. ¿Cómo evoluciono a través del tiempo?

La evolución del canal desde el punto de vista tecnológico tiene que ver con este contexto tecnológico, en principio era un canal analógico de tecnología de HF que emitía a través del canal 5 de la televisión abierta de aire, a partir del 2009 cuando la ley de servicios de comunicación audiovisual es aprobada en nuestro país empezamos a ver la necesidad de concursar, para nosotros era muy importante el concurso porque en mi país la tasa de encendido de la televisión de pago a través de las compañías de pago sale altísima, e más del 80%, con lo cual quedarnos con una tecnología tan vieja impedía que realmente pudiéramos encontrar con las audiencias porque muy muy poca gente miraba televisión a través del aire, televisión analógica, y entendíamos que en la reconversión a digital iba a permitir entonces poder construir un espacio que permitiera que no hubiera razones tecnológicas, políticas obviamente que lo impidieran, así que a lo largo del tiempo fue un camino que fue de una experiencia chica, más artesanal, siempre nos planteamos el tema de la masividad pero arrancamos mucho más artesanalmente que fue evolucionando a una experiencia de comunicación, un canal de televisión, que hoy está bien montado, que tiene sus estudios, que tiene su iluminación, que tiene sus decorados, que tiene su línea de control y que tiene toda la tecnología necesaria con el mismo estándar de calidad que cualquier canal de televisión comercial. En ese periodo estamos hablando de un periodo de 10 años en el cual empezamos hoy a ver los primeros frutos del trabajo que iniciamos allá en la segunda mitad de los años 2000.

4. ¿Cuáles han sido los retos más difíciles en general que ha tenido que superar el canal?

Los retos se van rearmando digamos, a lo largo del tiempo, o sea pasa algo y nunca tenemos un descanso; pero si tuviera que buscar el momento más difícil del canal yo creo que ese momento estuvo alrededor de la legalización que implicó un esfuerzo gigantesco para poder pasar a transmitir en la televisión digital abierta, todo lo que significo esa reconversión tecnológica que fue enorme porque de un día para el otro no nos servían las cámaras, no nos servía la

iluminación, no nos servían los decorados, no nos servía la línea de control, no nos servía el transmisor que teníamos y teníamos que hacer toda esa línea de control de vuelta y además respetar la cuotas de programación que la ley de servicio de comunicación audiovisual imponía en artículos que hoy siguen vigentes y que teníamos que estar a la altura de eso porque entendíamos que para el sector sin fines de lucro, para el sector alternativo, popular y comunitario iba a ser todo mucho más complicado y que había que estar completamente al día con todo el papeleo, con toda la burocracia para poder instalarnos y desde ahí poder pelear.

Así que si yo tengo que ubicar uno de los momentos más difíciles es ese, también me puedo ir para atrás y decirte que cada vez que en la fábrica recuperada IMPA, que es una metalúrgica, que es la primera fábrica recuperada en la Argentina, cada vez que se cortaba la luz que era de manera muy habitual se saltaba todo en el canal y por ahí estábamos al aire y dejábamos de salir porque se había cortado la luz o porque había una tremenda tormenta y se llenaba y se inundaba los estudios; entonces a cada momento hubo una dificultad concreta que hubo que superar. Hoy nuestra principal dificultad o nuestro principal reto tienen que ver con poder sostener las 14 horas de programación diarias con variedad, con calidad, con respeto por la fuente, con diversidad de contenidos y sobre todo pudiendo poner las voces de los sectores populares y de la clase trabajadora en el aire.

5. ¿Cuál ha sido la postura que ha tomado el canal de acuerdo a los diferentes gobiernos que ha tenido el país?

Desde Barricada TV siempre intentamos superar el binarismo que es lo que ha venido caracterizando el escenario político en los últimos años; hemos movilizad, hemos demandado durante el gobierno anterior, durante el kirchnerismo que la ley se hiciera efectiva, hemos demandado que los concursos que se llevaran adelante hasta que finalmente después de muchas movilizaciones logramos crear un canal de diálogo para finalmente poder concursar y ganar y poder poner en práctica la política de fomento para el sector y poder ser beneficiario de estas políticas.

El cambio de gobierno significó una regresión muy grande en todo lo que tiene que ver con las políticas públicas en general y también en particular para el sector, pasamos de ser un actor reconocido a ser un actor sospechado.

6. ¿Cuál es la concepción política con la que se define el canal?

Nosotros consideramos al medio de comunicación no como un proyecto en sí, sino como una herramienta para la transformación social que se encuadra en un proyecto de transformación social así que esa es la perspectiva que miramos, después desde el punto de vista político tenemos una visión centrada en la construcción de la patria grande, de defensa de la soberanía nacional y de compromiso con la clase trabajadora de nuestro pueblo.

7. ¿Cuáles son las características que define al periodismo que hace Barricada TV y por qué le diferencia de los medios tradicionales?

El periodismo que hace Barricada TV es un periodismo que busca recuperar la historicidad de los sucesos, de decir es un periodismo que se plantea dar cuenta de las cosas que pasan en el fluir de sus causas y consecuencias, que busca cambiar la preguntas para encontrar también otras respuestas, que jerarquiza las voces populares, que construye fuentes desde las voces populares y desde los sectores que no tienen habitual representación en los medios de comunicación tradicionales; pensamos que este es un periodismo necesario que pone a los protagonistas de los hechos sociales y políticos en el primer plano desde un punto de vista de compañerismo, desde un punto de vista de respeto y donde lo que importa son las razones que motivan a la lucha o las razones que llevan a la construcción solidaria y no el corte de ruta como algo que molesta, como un problema de tránsito, y cuando hablamos directamente de las construcciones solidarias, de los comedores populares y demás que directamente no tienen tratamiento en los medios tradicionales también buscamos nosotros mostrarlo para mostrar que no solamente esta lucha sino que también está la construcción cotidiana.

8. ¿Cuáles son las características que deben cumplir los periodistas de Barricada TV?

Las características que deben cumplir están centradas fundamentalmente en su compromiso con el acuerdo de contar las cosas de otra manera, con el acuerdo de la transformación social, con ese horizonte de emancipación y con el compromiso político de la experiencia, hay compañeros y compañeras que les interesa solamente hacer televisión y no tanto una participación de orden más político también hay espacio para ellos, lo único que se les plantea es el compromiso con las experiencia, con la responsabilidad que significa sostener el canal todos los días, desde el punto de vista de la militancia comunicacional; así que no hay mucho más requisitos que acompañar la experiencia, prender, compartir, ser solidarios, construir entre todos un canal de televisión alternativo a los existentes.

9. ¿Han tenido algún tipo de acercamiento con algún otro medio comunitario de otro país?

Sí, Tenemos relación con muchos medios en mí país, pero también tenemos relación con medios de otros países de la región, con Alba tv que tiene sede en Venezuela, con algunos medios en Brasil, con compañeros y compañeras en Chile y Colombia, es decir hay un trabajo que se viene desarrollando y ojalá que eso pueda aportar para poner en funcionamiento una red de comunicación para toda la región donde podamos realmente formarnos e informarnos y poder oficiar también para buscar información confiable que sea alternativa, que los medios y las cadenas nacionales nos tienen acostumbrados.

También tenemos acercamiento con otros medios comunitarios del país, de hecho conformamos una red que es la coordinador nacional de televisoras alternativas, que es donde participa Barricada TV y otros canales, tenemos un vínculo de hermandad con Pares tv que es un canal de Luján, también con radio gráfica que es una radio que está en la ciudad Autónoma de Buenos Aires; tenemos muchas relaciones con medios tanto en CONTA como e InterRedes que es una red que nuclea a las redes de medios comunitarios del país, también participamos en el sindicato de prensa de Buenos Aires; es decir que las articulaciones y redes tanto con periodistas y medios son de un desarrollo muy importante que son fundamentales para nuestra propia práctica porque entendemos que la comunicación popular no se puede hacer en soledad sino que hay que hacerla desde este punto de vista de la cooperación, el acompañamiento y la solidaridad entre los medios.

10. ¿Cómo cree que Barricada TV ha aportado a algún otro medio de la región?

La verdad no sé si hemos aportado o no, me encantaría pensar que lo hicimos y bueno es parte de nuestra voluntad, sí nuestra experiencia puede animar a otros colectivos a construir un canal de televisión empezando con lo que se tiene y creciendo de a poco; si podemos colaborar con eso realmente pensaríamos que parte de los objetivos que nos propusimos, que es construir otra mirada del mundo los estaríamos empezando a cumplir.

11. ¿Han participado o impulsado procesos de educomunicación con instituciones educativas?

En mi caso particular soy además de impulsora de Barricada TV y fundadora del canal, soy docente en la carrera de ciencias de la comunicación en la UBA, tenemos vínculos con la

universidad, a través de mi participación pero a través de la relación con otras cátedras y a su vez con instituciones educativas terciarias y también de educación primaria donde hemos venido desarrollando muchos trabajos y donde la comunidad ha venido a acercarse al canal, a participar, a hacer programas, así que la relación entre lo que hacemos y la educación es una relación constante aunque no nos definamos en términos conceptuales como educomunicación; pero el vínculo se construye cotidianamente y que lo vas a encontrar en la pantalla, esta subido a nuestra web, el programa hora libre tv es una de las muestras de esto que te estoy diciendo.

12. ¿Han tenido algún tipo de desarrollo teórico de la comunicación desde la experiencia propia de Barricada TV?

Sí, hubo desarrollo teórico, es permanente la praxis, es decir la reflexión actual de la acción reflexionada, en mi caso el canal de televisión y la investigación sobre la televisión comunitaria fueron de la mano y en este contexto, yo soy investigadora de estos temas, o sea que permanentemente un día lo hago entre la práctica y el desarrollo teórico que en el caso de la televisión puntualmente tiene su resultado en el canal pero también en el libro *la televisión desde abajo* que esta subido a la web.

Entrevista semi estructurada Barricada TV 2

Luciana Lávila

1. ¿En qué contexto social, económico y político surge Barricada TV?

Barricada TV surge al calor de lo que fue la argentina posterior al 2001, en ese año hubo acá un estallido popular muy grande producto del hambre que sufría la Argentina, una situación muy parecida a la que tenemos en este momento, con una devaluación del peso muy grande, mucha gente en situación desocupada, una situación bastante particular en lo político que hizo que un montón de compañeros y compañeras que están acá que estaban haciendo periodismo documental, se empiecen a unir en redes de trabajo. En ese contexto empiezan los compañeros que fundaron el canal, a pensar esta herramienta que tenemos hoy en día, obviamente con diferencias a lo que es hoy, no nos íbamos a imaginar a llegar a estas condiciones actuales, pero si empezamos a soñar con formar una herramienta que esté al servicio de la lucha de los trabajadores y trabajadoras de nuestro país; en ese sentido estos compañeros se empezaron a conectar con lo que eran los sectores piqueteros y desocupados de lo que acá decimos el conurbano de la ciudad que es como las afueras de la ciudad de Buenos Aires, que en ese momento

estaban en una situación mucho más terrible de lo que estaba la ciudad en ese momento y en ese momento en la Argentina había asociaciones de trabajadores desocupados, entonces se empezaron a organizar en grandes movimientos de excluidos que salían a la calle para pedir su bolsón de comida, para exigirle al Estado que se haga cargo de los derechos básicos que ellos tenían que tener como trabajadores desocupados; en ese contexto los compañeros que fundaron el canal se acercaron a varios de estos movimientos, no de ellos fue el movimiento Teresa Rodríguez, movimientos que estaban en Quilmes, en Florencio Varela, que están alejados de la ciudad pero tampoco tanto, es como si tomaras un tren y en 30 minutos estas, y empezaron a hacer televisión en el lugar, eran transmisiones experimentales, obviamente que no contábamos con transmisor ni nada sino que eran transmisiones con un proyector, nosotros filmábamos en el día en los barrios que estaban pasando por esas situaciones, se hacían entrevistas a la gente misma, tratábamos de romper con esta idea de que el periodista es el que pregunta y el entrevistado es el que termina respondiendo, sino que a la vez ellos se tomaban las herramientas que nosotros teníamos, ellos agarraban la cámara, ellos entrevistaban, hacían sus propias preguntas que seguramente eran mucho más interesantes de las que se nos ocurrían a nosotros yendo y viniendo todos los días a los puntos sin estar todo el día nosotros ahí; en ese sentido se empezaron a proyectar estas pequeñas grabaciones que hacíamos por día.

La gente era muy buena, primero que es muy impactante para un barrio pobre o marginado hacerse de estas herramientas y poder tener una voz, o sea como devolverle la voz y volver a legitimar la voz de estos sectores de alguna manera, siendo todavía una herramienta súper marginal pero era con lo que contábamos en ese momento y ello también sentían que esa herramienta era propia.

Así estuvimos dos o tres años trabajando con estos sectores, la situación de país empezó a cambiar, posterior al 2003-2004 la situación económica se empieza a recomponer, ya el sujeto más activo en la calle no eran los trabajadores desocupados sino que volvían a estar en escena los trabajadores ocupados y con relación de dependencia, ya sea con el estado o con empresas privadas que volvían a estar en escena; en ese sentido la situación obviamente que empieza a cambiar y nosotros también sentimos que tenemos que amoldar nuestro medio y esa herramienta que teníamos a las necesidades que se planteaban en ese momento sin desatender obviamente lo que veníamos haciendo pero entendiendo que si la situación cambiaba nosotros también teníamos

que amoldarnos a eso; nuestro núcleo de trabajo siempre fueron los trabajadores y trabajadoras dentro de este gran arco hay un gran movimiento de trabajadores y trabajadoras de empresas recuperadas por la cooperativas de sus mismos trabajadores y ya había una relación con ellos a través de esa herramienta que en ese momento eran las transmisiones y demás y, se dio la oportunidad de empezar a montar un canal con un convenio que hicimos con una de la empresa recuperadas que es SIMPA que es donde estamos saliendo hoy en día, esa empresa se recuperó en el año 1998 y el estallido fue en el 2001, o sea fue la primera empresa que se recuperó por manos de sus trabajadores. Ellos venían con una experiencia de lucha que para nosotros era un faro porque no la conocíamos, si la conocíamos era por acercarnos a ellos, pero no habíamos tenido la posibilidad de trabajar de la mano con este sector, así que fue una oportunidad muy grande y en ese momento la empresa todavía se encontraba en situación de desalojo, entonces era también abrir la puertas a una fábrica que necesitaba acompañamiento también de la sociedad para que se reconozca que ese trabajo era propio, para que se reconozca que los trabajadores habían podido sacar adelante la fábrica metalúrgica y plástica que existe desde la década del 40 y que en ese momento el estado dejó que caiga, el dueño se borró, dejó a todos los trabajadores en la calle y encima pretendía que no se queden con el espacio y con la maquinas; obviamente que al principio fue una situación muy difícil para ellos, después la cosa se comenzó recomponer y hoy en día es una fábrica con ley de expropiación definitiva para sus trabajadores, que se la dieron el mismo día que a nosotros nos otorgaron la señal para televisión digital.

Desde 1998 hasta 2015 estuvieron en una situación bastante complicada, con policías de civil yendo a la puerta de la fábrica para encontrar el horario en el que este poca gente y se puedan meter y puedan cerrar la puerta y, por eso ellos decidieron convoca a otros sectores de la sociedad y no tenían un espacio de trabajo concreto para que también se apropien de la fábrica y puedan empezar a hacer su trabajo ahí. Una de estas experiencias es el canal pero hay adentro un montón, hay una radio, un micro cine, un bachillerato popular donde estudian 200 chicos, o sea es una experiencias muy rica que para nosotros es muy digna, un faro de lo que nuestro pueblo puede hacer si sale a la calle y reclama por sus derechos.

2. ¿Cuáles fueron los primeros lineamientos que tuvieron como canal de TV comunitaria?

Hay varios lineamientos que se mantienen desde que iniciamos y además se agregaron otros con

el correr del tiempo, creo que con respecto del contenido político de las temáticas del canal una es ocuparnos del sector de los trabajadores y trabajadores en particular, otro de los sectores que nos interesa es pensar la soberanía en todo su arco político, la soberanía económica, política, territorial, alimentaria; todo esto es algo que nosotros tenemos presente y que tratamos de que sea parte de nuestra grilla de programación todo el tiempo, son temas que creemos que no están en otros lados, cada vez menos te diría y que creemos que los medios comunitarios también ahí tienen un tema, una discusión y que me parece interesante.

La coberturas de los medios comunitarios en general tienden a salir atrás de la urgencia, o sea está pasando algo en la calle, arrestaron a alguien, hay una movilización, nos están sacando determinados derechos y nosotros salimos atrás; nosotros creemos que está bien eso, que es correcto, que es lo que tenemos que hacer pero que el mismo tiempo también tenemos que tener una agenda propia, contra informativa, pensar nosotros los temas que hoy no están en agenda y que nuestro pueblo por ahí de una u otra manera se encuentra también

Cuando vos te encuentras en una urgencia social, economía, no estas pensando en un montón de temas y es lógico que sea así y creo que la posibilidad de tener este tipo de herramientas es justamente para pensar saliéndose del sentido común, en principio pensar los temas apartados del sentido común en el que vivimos constantemente, tratar de discutir esas nociones que la televisión, radio o medios hegemónicos nos intentan poner a discutir todos los días, pero también proponer, si hay pueblo organizado es porque también hay un montón de iniciativas que nosotros por ahí por correr atrás de la urgencia no las estamos cubriendo y nosotros creemos desde barricada que ese tiene que ser un eje, cómo la organización del pueblo tiene victorias también porque si miramos la noticias que pasan por Barricada TV te quieres matar porque son terribles, pensar también que la organización nos da victoria, nos da alegría y pues empezar a poner eso también frente a la pantalla.

Respecto como lineamiento básico que siempre estuvo presente y que tiene que ver con la masividad de este tipo de medios, o sea como trascender un poco el cerco de los convencidos, de los que ya mirábamos medios alternativos, de los que ya consumimos este tipo de información o que estamos militando en otros espacios, entonces de una u otra manera nos vamos enterando de lo que pasa y tratar de que esos medios lleguen a otros, que por suerte en Argentina hoy en día, también por la situación política que se está dando, se han elegido un montón de medios

alternativos como medios principales para la gente; es difícil, tiene que haber un estado para que apoye, para que esto sea así porque no es que eras masivo de la noche a la mañana ni porque tú lo quieras ser, sino que tiene que haber políticas públicas que lo permitan, en este sentido nosotros ahí dimos una batalla fuerte, primero en el ante proyecto y la disposición de lo que fue la ley 26.522 que es la ley de medios, ahora discutida de nuevo y casi pisoteada lamentablemente, pero nosotros en ese momento tuvimos una participación muy activa en los ate proyectos de esa ley, tratando de poner también la discusión de los medios populares que por ahí se habla de medios sin fines de lucro y después nos encontramos con una ley que ya estaba hecha y que lamentablemente los medios sin fines de lucro podrían ser sindicatos, podían ser un club, que poco que tienen que ver con la realidad de un medio alterativo, todas esa discusiones que para nosotros fueron importantes para empezar a pensar la masividad justamente para llevar estos temas a otros sectores que los tienen restringido que ni siquiera se imagina que estos medios existen.

3. ¿Cómo evoluciono a través del tiempo?

Respecto del contenido se fueron agregando contenidos que tuvieron que ver con procesos sociales que fueron avanzando, por ejemplo el tema de la violencia de género, femicidios, ese tipo de cosas en que Argentina son muy marcados y cada vez es peor, nosotros lo fuimos tomando con las herramientas que teníamos porque no teníamos ningún compañero o compañera que este especializado ni buscamos eso, nadie está especializado en algún tema en sí, sino que tratamos todos de cumplir siempre todos los roles; entonces en ese sentido una de las temáticas que fuimos incorporando fue la de género que nos preocupa mucho, también desde el principio estuvo y cada vez pudimos acentuar más las corresponsalías con otros puntos del continente, entonces eso nos resulta interesante porque desde un programa en particular que existe que es “más de agenda latinoamericana” como tratar de incluir dentro del noticiero cuestiones que tenían que ver con la patria grande y si nos parecía importante porque es un punto de anclaje importante si vemos lo que está pasando aquí en el continente Argentino no es que está exenta de eso, al contrario está formando parte de esta política, entonces si nos parecía importante marcar lo que está pasando en otros lugares, la similitud, la diferencia y también poder respaldar otros procesos que estaban más avanzados que nosotros y que en ese sentido ya habían saldado discusiones o no, pero las habían resuelto de otra forma y eso si nos parecía importante destacarlo dentro de la

pantalla.

Por la naturaleza de varios de los que estamos ahí también el tema de comunicación, la monopolización de la comunicación y demás también es un tema central que estuvo presente desde el inicio también por la conformación de lo que es un canal alternativo, pero que de a poco lo pudimos ir puliendo cada vez más; por ejemplo contamos con programación que tiene que ver con cultura y comunicación en particular.

En esta esta evolución de hacer transmisiones experimentales en los barrios a pasar a salir para 3 comunas de la ciudad y ahora salir para toda la ciudad, obviamente que tuvimos que amoldar la grilla de programación porque no podía ser todo un bombardero de cuestiones políticas, entonces si decíamos si queremos que nos vea la ciudad en serio tenemos que hacer un esfuerzo por ampliar la grilla y fue interesante el tránsito, estamos todavía en eso pero por ejemplo pudimos incluir ficción que para nosotros era imposible dentro de la programación, un programa de cocina orientado a soberanía alimentaria, entonces un compañero va cocinando mientras va contando historias del proceso de cocción de ese alimento en particular o de donde vino ese alimento y porque no consumir ciertas cosas; o sea tratamos de darle una vuelta y que toda la programación tenga un sentido y que responda a esa búsqueda política que tenemos pero que no sea un bloque, que no sea un ladrillo que nadie quiera ver, es difícil pero lo intentamos.

Programas de música, por ejemplo a partir de un conflicto muy grande que hubo en un boliche donde murieron muchos chicos por las condiciones donde estaba tocando la banda y que el lugar no tenía capacidad para la cantidad de gente que había y esto termino en una tragedia, hubo una época que el gobierno de la ciudad prohibió a la mayoría de las bandas chicas tener acceso a tocar en cualquier lugar; nosotros al tener espacio en el canal también teníamos un programa de música donde incluíamos esta perspectiva, programas sobre arte.

En ese sentido la evolución creo que fue totalmente positiva, creo que fue haciendo un balance, no dejamos afuera ninguno de los temas que políticamente nos preocuparon desde el inicio de la experiencia que es justamente hacer un aporte desde un frente de lucha particular que son los medios de comunicación a lo que estaba pasando en nuestro país y lo que está pasando en nuestro continente, en ese sentido nos mantenemos, lo tratamos de profundizar, obviamente que hay un montón de temas que fueron modificándose por la propia vorágine de lo que está pasando en el país y demás y que hace que por ejemplo que estos días la mayoría de las coberturas que hubo en

las calles fueron de protestas, pero porque es lo que está pasando; reflejar que siente la gente en la calle, flejar que sienten las organizaciones y los movimiento y como están siendo parte activa de lo que está pasando hoy en el país, creo que eso estuvo desde el principio y si sigue manteniendo.

4. ¿Cuáles han sido los retos más difíciles en general que ha tenido que superar el canal?

El más complicado de todos que tuvimos y sigue siendo, es el financiamiento el financiamiento del espacio, ese es el gran talón de Aquiles de los medios comunitarios en general; si uno no se da a la creatividad y a la pelea de buscar los medios no permite crecer y justamente en televisión producir es muy caro lamentablemente, por más que uno tenga lo básico o mínimo indispensable. Al principio nosotros nos manejábamos con dos cámaras que teníamos en el canal y eso era nuestro único capital, dos cámaras un par de micrófonos de los más baratos que había y con eso salíamos a cubrir, hoy en día estamos en otra situación por suerte y también producto de la lucha que dimos que ya lleva casi 9 años y que tiene que ver con el reconocimiento que para nosotros de este tipo de experiencias es entender que el estado tiene que ser parte activa sin inmiscuirse obviamente en las políticas o de contenido de los medios, pero si tiene que ser parte activa del financiamiento de los espacios, obviamente que sería muy iluso de mi parte pensar que con un gobierno como el de Mauricio Macri nosotros vamos a sobrevivir, pero sí creo que hubo políticas de estado que fueron muy interesantes, por ejemplo los fondos de medios concursables, que fueron una política que hizo la gestión anterior y que se mantiene hoy en día con mucha dificultad, pero se mantienen y que son pequeños concursos para productoras o medios, ya sean radiales o televisivos en el que te presentas y dices dentro de un concurso en particular, no sé te voy a dar un ejemplo, concurso para tener por 6 meses un noticiero popular de 15 minutos, presentas tu propuesta de acuerdo al monto que está destinado al proyecto, lo interesante es que la forma de financiamiento fue a partir de las multas que se le cobraban a los grande medios, por agredir a una mujer en televisión, a niños, ancianos o adolescentes o tratar mal un contenido, todo eso provocaba una multa del 10% y eso iba a para a los fondos concursables, FOMECA, y que permitieron en muchos casos sacar adelante proyectos que estaban prácticamente caídos. Barricada no era el caso pero porque nosotros tenemos mucha fuerza de voluntad, pero creo que era en un momento o tenemos una financiación que nos haga salir del pozo o esto no puede continuar porque nosotros recién a partir del 2016 empezamos a aportar con rentas y no todos los

compañeros sino solamente cuatro, que era lo que pudimos, la cuenta que nos dio y dijimos votemos en asamblea a los compañeros que le ponen más garra a esto y que tienen que estar ahí porque nosotros desde el 2007 hasta el 2015 salíamos de la oficina, del trabajo y vas al canal, entonces tenías la cabeza híper quemada porque no puedes producir en esas condiciones después de trabajar ocho horas, habían un montón de coberturas que no podíamos hacer porque tampoco nos daban los tiempos, habían un montón de cuestiones que no estábamos pudiendo atender justamente porque no podíamos estar ahí; a partir de la generación de la renta y mucho tuvo que ver lo fondos concursables pudimos no solamente sostener el canal con cuatro compañeros todos los días, sino que además lo que pudimos lograr es digitalizar el canal que no es poca cosa. Nosotros teníamos el transmisor, cámaras para el canal analógico, el costo ahí fue altísimo pero era lo que necesitábamos para poder concursar por televisión digital abierta que si no era imposible, en ese sentido creo que la financiación es un tema clave.

Nosotros ahora estamos peleando por ejemplo por la pauta oficial de estado, hay una ley que dice que eso debe ser repartido entre todos los actores de la comunicación, pero a los medio comunitarios nunca nos llegó obviamente, así que estamos peleando por pauta oficial.

El acceso a las frecuencias fue muy difícil, los concursos se abrieron en Argentina a partir del 2013 para medios comunitarios y en ese momento era totalmente restrictivo, era una suma imposible para que puedas acceder al concurso, era como si te quisieran poner una camisa de fuerza en la que no cabes porque no hay forma, era como si te dijeran preséntenme esta planilla y díganme cual es el jefe, cual es el asistente de tal cosa y nosotros decíamos no, en los canales comunitarios eso no existe, acá no hay jefe, acá no hay alguien que cumpla una de función de un patrón, y a nosotros no solo no nos parecía interesante no llenar la planilla como ellos nos decían sino que se entienda que hay un paradigma de comunicación distinto, nos decían que solo pongamos un nombre para llenar la planilla y ya está y nosotros decíamos no, peleamos por el reconocimiento de que acá no hay un trabajo de ese tipo, acá hay un trabajo voluntario de un montón de compañeros y que acá nadie es patrón de nadie.

5. ¿Cuál ha sido la postura que ha tomado el canal de acuerdo a los diferentes gobiernos que ha tenido el país?

Tenemos compañeros que son de otros puntos, hay una venezolana que está militando en el canal, que allá era chavista, acá también es chavista pero bueno, a través de la conexión desde las

corresponsalías del canal ella conocía y cuando se vino a vivir acá (Argentina) para estudiar se puso a militar en el canal, tengo un compañero que es italiano, todo eso hace que las discusiones cada vez sean más ricas, que no cierren los debates pero creo que la orientación de todos No es que cualquier compañero se suma y no hay una discusión política de por medio al contrario nosotros la primer reunión que hacemos con cualquier compañero que se suma primero es política es en torno a las herramientas puntuales del canal, porque digamos las herramientas puntuales del canal las aprende cualquiera, quizá con un poco más de tiempo, un poco más de paciencia que otros pero la realidad es que las aprende cualquiera, nos interesa más tener coincidencias en lo político porque a partir de ahí es en donde vamos a utilizar nuestra herramienta.

6. ¿Cuál es la concepción política con la que se define el canal?

Ninguno de nosotros participa de una organización política en articular porque creemos que nuestra militancia particular está ahí, pero en sí no renegamos de la militancia partidaria, al contrario creemos que toda forma de organización sería lo ideal para mantener otra discusión con el estado; en este sentido hay compañeros que vinieron de muchas experiencias distintas y creo que por eso no podría decirte que hay una definición particular política, pero creo que en grandes rasgos todos nos podemos definir como latinoamericanos, todos nos podemos definir con esta orientación patriandezca si se quiere, la mayoría somos con alguna formación marxista, algunos son peronistas otros no, bueno hay un cúmulo que hace bastante interesante que los debates sean bastante álgidos, pero también está bueno porque hay muchas perspectivas hacia dentro.

7. ¿Cuáles son las características que define al periodismo que hace Barricada TV y por qué le diferencia de los medios tradicionales?

Bueno creo que las definiciones que se dan en general que tienen que ver con lo alternativo, popular y comunitario, nosotros lo ordenamos de esa forma.

Primero alternativo justamente porque buscamos desde el canal buscar las herramientas para subvertir el orden impuesto, creo que esa es la primera definición que tienen los medios alternativos o que tenemos nosotros en particular, que tiene que ver con una búsqueda política y por eso pensamos en un proyecto alternativo de poder que obviamente no lo vamos a hacer ni nosotros ni nosotros solos, ni nosotros la alianza de pequeños compañeros sino que eso tiene que

ser un proyecto de país que es al que nosotros acompañamos, por eso pienso alternativo.

Popular pienso porque sectores van a ser protagonistas de esta gran lucha que tiene que dar nuestros pueblos y que está dando, y que acompañan en definitiva la experiencia de Barricada TV digamos, en sí nosotros cuando hicimos la propuesta del canal hacia otros compañeros siempre fue la apropiación de este medio por parte de ellos, que no solamente sea Barricada o los compañeros de Barricada que van y buscan la nota sino que los compañeros dan una propuesta para tener su programa adentro del canal, entonces eso de apoco se va formado, de a poco digo no porque no haya interés en hacer sino porque siempre hay miedo, televisión debe ser muy difícil de hacer y nosotros tratamos de incentivar a varios y sobre todo con lo que más coincidencia política hay para que tengan un lugar en el espacio propio.

Y comunitario siempre en general se restringe más a lo territorial, nosotros en nuestro caso pasamos por una experiencia más puntual respecto a lo comunitario que fue con las transmisiones experimentales, luego cuando empezamos a salir en analógico salíamos para tres comunas de la ciudad que era hasta donde llegábamos más o menos, era muy limitado pero que para un medio alternativo en ese momento con las condiciones que teníamos nosotros era lo máximo, para nosotros estaba buenísimo, en ese sentido lo que sentimos cuando nosotros empezamos a salir para estas comunas de la ciudad nos encontramos con una realidad totalmente distinta de la que queríamos, que era que estábamos saliendo en un barrio de clase media en el que la mayoría no estuvo de acuerdo con las ideas de Barricada TV, es más creo que fue una de la comunas donde arrasó el gobierno de Macri en las votaciones.

Después hay un aspecto que tiene que ver con lo contra informacional que para nosotros es esencial y que también lo fuimos aprendiendo de experiencias, nosotros estudiamos mucho las experiencias anteriores, ya sea de nuestro país o de otro punto del continente, por ejemplo las radios mineras en Bolivia como caso puntual, como se fueron dando la discusiones en Venezuela respecto de los medios alternativos, las experiencias de los documentalistas, en Argentina hubo una proliferación en la década del 60 y 70 muy grande, todo eso hace que nosotros hoy tengamos una perspectiva particular que tiene que ver con recordar todo el tiempo estas experiencias. Había un documentalista cubano, Santiago Álvarez, fue quien innovó totalmente la televisión cubana cuando apenas empieza la revolución y él fue uno de los que pensó puntualmente el tema de la masividad en un pueblo que ya teniendo su revolución empezaba a discutir temas culturas con la

profundidad que se requería.

Si el debate es por las ideas ahí los medios de comunicación tienen que dar una mirada fuerte con estas características, que hacen que las organizaciones se hagan parte de este tipo de medios. Ay otros medios que deciden otro camino en cuanto a su conformación política, nosotros decidimos que es al revés, lo político nos hace primero.

8. ¿Cuáles son las características que deben cumplir los periodistas de Barricada TV?

Yo no sé si hay una diferenciación tan clara en ese sentido. Creo que la diferencia puntual es la conformación de este espacio como un espacio político primero, eso me parece que es central, sobre todo porque hay muchas experiencias que conozco y que no la tienen y que creo que hace la diferencia respecto de este momento también en particular argentino. En argentina se está discutiendo en este momento la reforma provisional, se está discutiendo la reforma laboral, el presupuesto del año que viene, una de las nociones básicas que van a tomar los compañeros que están haciendo la cobertura en la calle va a ser primero estar cubriendo del lado del pueblo y nunca del lado de la policía, que parece una estupidez pero que en general la situación se invierte, vos como periodista sientes que somos parte de los que están peleando ahí, no somos meros espectadores o gente que va a grabar y se vuelve a su casa y ya está, todo lo contrario, entonces uno de los tips básicos para salir a la calle es cuando hay un enfrentamiento, cuando hay una agresión por parte de la policía hacia los manifestante nosotros siempre estamos de este lado, después vemos si podemos zafar de que nos tiren ganas mejor y sino la sufriremos como la sufre el resto el pueblo. Después esta pensar el periodismo con el por qué, en general se suele dejar de lado las preguntas básicas del periodismo y que en general responde mucho, porque la gente si está en una manifestación

La diferencia no solo con otros medios alternativos sino con la prensa tradicional puntalmente es a quien recurre inmediatamente para la entrevista, esa posición legítima de la voz donde la vamos a ubicar nosotros creo que siempre cambia respecto de los medios tradicionales, si vas y entrevistas al tipo que está pasando con su auto y no puede continuar con su camino y que obviamente está caliente porque no puede hacerlo, no te va a dar la misma respuesta que el manifestante va a tener, entonces siempre elegir esa parte que en otros medios no vas a ver, esa voz que siempre va a estar o tergiversada o censurada en otros medios es central.

9. ¿Han tenido algún tipo de acercamiento con algún otro medio comunitario de otro país?

En Colombia, con varios medios con la agencia prensa rural, con barrio adentro, de hecho puntualmente con ellos hicimos hace dos años atrás hicimos un taller con diferentes sectores, o sea cuestiones que allá se tenían resueltas en cuanto a lo gráfico a la cuestión más radial y que en la televisión no había un desarrollo, entonces nosotros fuimos a hacer un aporte con eso, procesos que ya venían avanzados en cuanto a lo político pero que no podían despegar en cuanto a la herramienta. Colombia y Venezuela creo que son dos focos con los que más relación tuvimos y tenemos constantemente, que no solo envían sus materiales o nosotros mandamos reportes de lo que está pasando acá para que ellos puedan replicarlo, sino que tenemos un diálogo constante respecto del debate político, nosotros tenemos una editorial en el canal y hablamos de Venezuela y evidentemente vamos a incluir la visión de estos compañeros porque tiene que ser así digamos; después tuvimos relación con un canal en Bolivia durante mucho tiempo, en realidad con dos canales pero de características muy distintas, uno mucho más comunitario que funciona en el alto y que por las dificultades de ellos en cuanto a acceder al internet y demás es muy difícil comunicarnos con ellos siempre, cada tanto tenemos una comunicación y nos mandan corresponsalías pero siempre se ha dificultado mucho y, después con otro canal que funciona en Cochabamba, una situación totalmente distinta, tienen financiamiento, tiene apoyo del estado, están en otra situación, entonces con ellos es mucho más fluido, quizá menos discutido la cosa política porque bueno es casi un canal de estado entonces hay poco que discutir.

También tenemos relación con Telesur, nosotros solemos mandar corresponsalías para ellos o levantan nuestros materiales, para nosotros está buenísimo que levante nuestros materiales porque tiene una viralización que esta buenísima, se ve en un montón de países, pero en realidad discusión con Telesur no hay, tenemos relación con HispanTV, un canal iraní y ellos levantan material nuestro y nosotros tenemos una franja horaria de Hispan también.

Pensamos que si las relaciones entre los medios tradicionales son de competencia, las nuestras siempre van a ser de solidaridad, siempre van a ser lazos de otro tipo en el cual no solo se difunda lo que hacen los compañeros en cuanto a lo audiovisual sino que se difundan los debates que se están dando en los territorios.

10. ¿Cómo cree que Barricada TV ha aportado a algún otro medio de la región?

Nosotros siempre como que soñamos con pensar alguna experiencia de coordinación mucho más puntual con nuestros espacios que trascienda lo que en general se da en las redes de comunicación, en general que pasa, bueno yo tengo un medio vos tienes otro y yo te comparto la información y vos me compartiste información y ahí se acabó la relación digamos que es lo que en general pasa, pero es la relación más fácil de hacer.

Nosotros, lo que pensamos y siempre soñábamos y no tuvimos la posibilidad de hacerlo todavía, es empezar a construir una coordinadora de medios que piense esto de otra forma, justamente que parte por ahí de pensar la cuestión política, que parta de discutir política para después poner sus medios a disposición, pero a la vez que empiece esa relación mucho más dialógica, cómo formamos entre todos contenidos en conjunto, que creo que el debate va a ser más rico que yo te pase la información y vos me pases la tuya y cada uno lo saque en su pantalla; eso obviamente por una cuestión de distancia, las dificultades de la comunicación y demás siempre es difícil, pero bueno con algunos se ha establecido una relación mucho más dialógica

11. ¿Han participado o impulsado procesos de educomunicación con instituciones educativas?

Uno de los convenios que hicimos este año fue con una red de escuela públicas del estado que venían trabajando el tema de la comunicación, chicos de 7 años, y ellos ya venían haciendo radio con los docentes, siempre hay un tema por la fábrica, por más que sea el canal, es en una fábrica metalúrgica, no es que los nenes se pueden meter en cualquier lado, es una cuestión segura y deben estar en contención por una persona adulta; nos hicieron la propuesta de traer un grupo por semana de más o menos 15 chicos con los docentes y para nosotros fue un aprendizaje tremendo, ellos lo hicieron en conjunto con la defensoría del público y es divertidísimo porque los chicos son muy creativos, ellos tenían su propio programa y eran los conductores, nosotros pensábamos que capaz y les daba vergüenza y no, nada que ver, y creo que cumplimos en esto que nos habíamos propuesto de pensar las temáticas desde la perspectiva de los chicos; los más grandes hicieron cámaras, llegaron media hora antes, les explicamos cómo hacer cámara, cómo dirigir, entonces uno se sentó en la dirección y estaban chochos, llamaban a la madre y le decían estoy haciendo televisión, era divertidísimo.

Había una columna del programa que tenía que ver con representación de medios, donde pasaban el fragmento de una película o de una nota de televisión y ellos tenían que decir que pensaban de

eso y la realidad era que salían cosas interesantes de nenes de 6, 7, 8 años en el cual no tenían absorbido un montón de cuestiones que nosotros sí respecto del sentido común, por ejemplo como estaba representada la figura de la mujer o que rol cumplía el hombre dentro de la familia y cosas así que, tenían perspectivas mucho más sanas que la que tenemos nosotros

Ahí tuvimos vara cuestiones, una me parece que tiene que ver con que una de las compañera que forma parte del espacio y que es la fundadora del canal (Natalia Vinelli), tiene un desarrollo puntual en temas de teoría de la comunicación alternativa, obviamente que teniéndola a ella dentro del espacio hay un montón de discusiones que son mucho más ricas y que hacen que nos fortalezcamos de otra forma; ella es docente de la universidad, tiene doctorados en el tema, entonces no está improvisando sino que viene trabajando el tema hace mucho tiempo.

Acá a partir de la existencia de la ley de medios existe la defensoría del público de comunicación audiovisual, que este es un espacio que puntualmente prioriza el derecho a la comunicación y que pone en eje los sectores que siempre estuvieron negados en los medios de comunicación en Argentina que son los indígenas, que acá hay como una ilusión de que nosotros no tenemos indígenas, frente a otros países de la región siempre se dejó de lado esto y nunca fue priorizado, por algo lo que está sucediendo con los macuches donde murió este chico Santiago Maldonado, ellos tenían la preocupación de visibilizar esos sectores con sus propias voces, entonces nosotros lo que hicimos con ellos fue un trabajo de formación puntual para tratar periódicamente ciertos temas desde una formación puntual que tenía la defensoría y que era por ejemplo como tratar los temas de género en televisión sin repetir lo que está saliendo por otros medios hegemónicos. Un esfuerzo que nosotros venimos haciendo en otras temáticas pero que quizá en la de género puntualmente hay que hacer un esfuerzo más grande porque es muy fuerte lo que está pasando, con ellos hicimos un taller de género, hicimos un taller respecto de cómo producir y como tratar contenidos para niños, niñas y adolescentes, que era un tema que nosotros no teníamos presente, no porque no queramos, sino porque la realidad es que era muy difícil, siempre alucinamos con que cualquier chico que tengas en tu familia si se sienta a ver televisión va a mirar dibujitos animados con millón cosas, y postproducción y demás, bueno entonces con ello lo que hicimos fue justamente una formación para pensar que tipo de producción nosotros podíamos hacer o qué tipo de debates y de qué forma sacarlos adelante, que no es la misma forma que uno puede hacer con un adulto o con una persona mayor para empezar a pensar ciertas temáticas, entonces eso

estuvo bien interesante.

Después hicimos también con la defensoría a través de una persona que colaboraba con ellos, formación en torno a lo estético del canal si quiere como un todo, como pensar la programación como un todo y no como que cada programa era una cosa separada de la otra que era lo que veníamos haciendo, cada programa tenía su estética, era como quién tiene tiempo para editar esto, yo, bueno, hazlo y cada uno lo hacía a su estilo; es lo que suele pasar y sigue pasando pero cada vez tratamos de ser más prolijos y hacer más homogéneas algunas cosas para que tenga sentido todo esto, y no que cada cosa sea un fragmento despegado del otro.

Después hicimos unas formaciones más puntuales en redes sociales porque nos parece que es central en este momento como meternos por ese lado, estamos saliendo en televisión abierta y también salimos por streaming y claro, el streaming por Facebook live o por la página oficial de Barricada, o mismo los videos que subimos a YouTube sentimos que tiene mucha más viralización que la respuesta que podemos tener por televisión, porque ahí la gente comenta, lo comparte en el instante y demás, un montón de cosa que te da la inmediatez de la red social que en televisión no tenemos la oportunidad; entonces básicamente tiene que ser un trabajo bien explorado para hacer un trabajo bueno y que llegue realmente.

12. ¿Han tenido algún tipo de desarrollo teórico de la comunicación desde la experiencia propia de Barricada TV?

Nosotros lo que solemos hacer una mes por mes o una vez cada mes y medio, un encuentro de formación interno que lo que hacemos los que estamos hace más tiempo, tratar de transmitir algunos conocimientos con respecto de lo técnico, obviamente que todos estamos aprendiendo todo el tiempo, entonces ninguno de nosotros ni trabajó ni trabaja en televisión, si sabe de técnica puntualmente, es como error y aprendizaje todo el tiempo, tratamos de hacer formaciones respecto de lo técnico respecto de lo político también; tanto sea de teorías de la comunicación, de cómo encarar el periodismo, de cómo editar, cómo manejar el sonido, esas cuestiones más técnicas que en definitiva son nuestro día a día.

Ficha de observación TV MICC

Tema del proyecto:	Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador.
---------------------------	---

Objetivo general:	Establecer las diferencias que en el plano discursivo definen a TVMICC y Barricada TV como medios comunitarios, teniendo en cuenta lo que establece la LOC, a través de un análisis histórico de estas experiencias.				
Autor:	Omar Valencia				
Medio comunitario:	TVMICC-ECUADOR				
Fecha:	Del 23 de abril al 7 de mayo 2018				
	1 Totalmente	2 Mayoritariamente	3 Medianamente	4 no cumple	Observaciones
Propósito: Razón de ser					
Busca exponer la política de una organización en específico.					
Busca la inclusión de la sociedad, permitiendo la apropiación de espacios comunicacionales.		X			Tratan de que la gente pueda conocer más acerca de sus culturas y pueblos ancestrales, y también intentan la inclusión de diferentes pueblos del Ecuador.
Corresponde a un sector social vinculado con los gobiernos centrales.					
Objetivo principal					
Una comunicación más inclusiva					
Busca visibilizar elementos de identidad cultural					
Contribuir a mejorar la condiciones de vida de las personas de la comunidades					
Generar procesos educativos para la sociedad		X			Intenta realizar y mantener convenios para trabajar en proyectos que puedan generar una cultura educativa en la

					sociedad.
Organización					
Vertical: Organigrama					
Horizontal: Deliberación participativa de sus miembros					
Tiene la participación directa de la comunidad en la definición de políticas y acciones del medio.	X				Considera como principal a la ideología de las 33 comunidades del movimiento indígena, pero podría contar también con la ayuda de sectores externos al movimiento indígena.
Financiamiento					
Vende publicidad			X		No tienen un valor estimado por la reproducción de la publicidad, simplemente se guían más por lo que el contratante puede aportar al medio económicamente.
Tiene ayuda de ONG's					
Ayuda de gobiernos locales					
Colaboración de grupos sociales, colectivos o comunidades.			X		Existen sectores o personas que colaboran con el medio entregando aportes audiovisuales para que sean difundidos en el medio.
Audiencia					
Sectores rurales					
Sectores urbanos					
Adultos mayores					
Jóvenes					
Público en general		X			Intentar llegar con su programación a todos los públicos objetivos.
Mensaje					

Considera el tema generacional en sus mensajes					
Utiliza un lenguaje con criterio intercultural		X			Intenta mediante las personas que laboran en el medio hacer una comunicación más inclusiva, permitiendo que exista comunicación en español y Kichwa.
Utiliza un lenguaje con inclusión de género					
Enfoque:					
En los espacios informativos su lenguaje es: Neutral		X			Trata de representar una realidad, mostrando los hechos que permitan tener una visión clara y objetiva al televidente.
Establece temas propios					
Establece un enfoque crítico ante la realidad del país					
No genera contenidos, solo reproduce información de otro medio comunicacional					

Ficha de observación Barricada TV

Tema del proyecto:	Análisis comparativo sobre el discurso de lo comunitario basado en experiencias televisivas de Argentina y Ecuador.				
Objetivo general:	Establecer las diferencias que en el plano discursivo definen a TVMICC y Barricada TV como medios comunitarios, teniendo en cuenta lo que establece la LOC, a través de un análisis histórico de estas experiencias.				
Autor:	Omar Valencia				
Medio comunitario:	Barricada TV-ARGENTINA				
Fecha:	Del 23 de abril al 7 de mayo 2018				
	1	2	3	4	Observaciones

	Totalmente	Mayoritariamente	Medianamente	no cumple	
Propósito: Razón de ser					
Busca exponer la política de una organización en específico.					
Busca la inclusión de la sociedad, permitiendo la apropiación de espacios comunicacionales	X				Permite que los diferentes sectores de la sociedad traten de apropiarse del medio, para generar información y un debate fundamentado.
Corresponde a un sector social vinculado con los gobiernos centrales.					
Objetivo principal					
Una comunicación más inclusiva					
Busca visibilizar elementos de identidad cultural					
Contribuir a mejorar la condiciones de vida de las personas de la comunidades	X				Desde el momento en el que el medio se fundó, buscó las mejoras de los sectores de trabajadores desempleados, con el tiempo ha continuado generando procesos de lucha enfocados en un bien común.
Generar procesos educativos para la sociedad					
Organización					
Vertical: Organigrama					
Horizontal: Deliberación participativa de sus	X				Basa su funcionamiento en cuanto al trabajo en equipo, orientados a tomar decisiones en conjunto.

miembros					
Tiene la participación directa de la comunidad en la definición de políticas y acciones del medio.					
Financiamiento					
Vende publicidad			X		Mantienen una pauta de agenda cultural, del gobierno de la ciudad, en el sitio web del canal.
Tiene ayuda de ONG's					
Ayuda de gobiernos locales					
Colaboración de grupos sociales, colectivos o comunidades.			X		Aportes por parte de grupos sociales u organizaciones que mantienen un programa en el medio, con la intención de que el medio siga subsistiendo. Y aportes militantes de espacios políticos.
Audiencia					
Sectores rurales					
Sectores urbanos					
Adultos mayores					
Jóvenes					
Público en general	X				Genera programa en donde el principal objetivo es abarcar diferentes públicos objetivos, intentado que el medio no se convierta en monótono, un ejemplo de ello son los 14 programa variados con los que cuenta en su parrilla de programación.
Mensaje					
Considera el tema generacional en sus mensajes					
Utiliza un lenguaje					

con criterio intercultural					
Utiliza un lenguaje con inclusión de género.	X				Genera una inclusión de género, en sus espacios de programación su lenguaje no es ofensivo ni atenta en contra de un grupo social.
Enfoque:					
En los espacios informativos su lenguaje es: Neutral.					
Establece temas propios.					
Establece un enfoque crítico ante la realidad del país.	X				Muestra la información de acuerdo a los acontecimientos reales que ocurren en la calles. Manteniendo sus ideales políticos, y reflejándolos en su constante lucha social.
No genera contenidos, solo reproduce información de otro medio comunicacional.					

Fotografías grupo de discusión-entrevistas





Hoja de vida

Erik Omar Valencia Loor

- **Datos informativo**

País: Ecuador
Lugar y fecha de nacimiento: Latacunga, 9 de junio de 1994
Cédula de identidad: 050373595-3
Teléfono: 0994230277
Correo electrónico: omarvalencia1304@gmail.com

Formación académica

Primaria: Escuela Fiscal Mixta “Club Rotario”
Secundaria: Unidad Educativa San José “La Salle”
Superior: Egresado Universidad Técnica de Cotopaxi
(Comunicación Social)

Experiencia académica

Publicación

Artículo de revisión: “Medios comunitarios, alternativos o ciudadanos: posibilidad y retos actuales”. Revista Rimarina, volumen 1, número 2, 2017.

Hoja de vida

- **Datos personales**

NOMBRES Y APELLIDOS: FRANKLIN EDUARDO FALCONÍ SUÁREZ

FECHA DE NACIMIENTO: 22 DE AGOSTO DE 1971

CEDULA DE CIUDADANÍA: 1802454387

ESTADO CIVIL: CASADO

NUMERO TELÉFONO: 3084708 / 0987282641

CORREO ELECTRÓNICO: franklin.falconi@utc.edu.ec

- **Formación académica**

TERCER NIVEL: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL, ESPECIALIDAD COMUNICACIÓN IMPRESA.

CUARTO NIVEL: MAESTRÍA EN EDUCACIÓN SUPERIOR.

Experiencia académica

Publicaciones

- ARTÍCULO CIENTÍFICO: “La cultura oral en estudiantes universitarios”. Revista indexada Uteciencia, volumen 1, número 3, diciembre 2014. 1(3): 124_133.2014.
- LIBRO DIGITAL: “Mulaló: amor volcánico a la vida”. En proceso de publicación a través de la convocatoria a la publicación de libros, UTC, 2017.
- LIBRO DIGITAL: “Latacunga: memorias colectivas”. E-book publicado por la Carrera de Comunicación Social de la UTC, Enero 2017. Disponible en: <http://www.utc.edu.ec/Portals/0/carlos%202016/carlos%202017/enero%202017/E-BOOK%20MEMORIAS%20COLECTIVAS.pdf?ver=2017-01-11-163904-870>