

LA RADIO COMUNITARIA EN EL CANTÓN SARAGURO Y LA PERCEPCIÓN DE LA CIUDADANÍA. CASO: EMISORA "EL BUEN PASTOR"

Community radio in the Saraguro canton and the perception of the citizens. Case: "El buen pastor" radio station

César Teodomiro Sandoya Valdiviezo *, <https://orcid.org/0000-0002-9343-155X>

Erika Lucía González Carrión, <https://orcid.org/0000-0003-3808-5460>

Sybel Enrique Ontaneda Andrade, <https://orcid.org/0000-0001-5947-6394>

Ulda Maritza Moreno Loaiza, <https://orcid.org/0009-0008-9610-2680>

Universidad Nacional de Loja, Ecuador

*Autor para correspondencia. email cesar.sandoya@unl.edu.ec

Para citar este artículo: Sandoya Valdiviezo, C. T., González Carrión, E. L., Ontaneda Andrade, S. E. y Moreno Loaiza, U. M. (2023). La radio comunitaria en el cantón Saraguro y la percepción de la ciudadanía. Caso: emisora "El Buen Pastor". *Maestro y Sociedad*, 20(3), 656-663. <https://maestrosociedad.uo.edu.ec>

RESUMEN

Introducción: La presente investigación se realizó en el sur de Ecuador y norte de la provincia de Loja, específicamente en el cantón Saraguro, tomando en consideración su cultura autóctona denominada con el mismo nombre. En este territorio se encuentra la radio comunitaria "El Buen Pastor", el objetivo principal es analizar la percepción de la ciudadanía sobre la parrilla que ofrece el medio de comunicación. Materiales y métodos: Para el presente estudio se aplicó una metodología mixta, a través de la utilización de entrevistas y encuestas aplicadas tanto a los directivos de la emisora objeto de estudio, así como a una muestra poblacional de la ciudadanía que escucha su programación. Resultados: La emisora en referencia, presidida por sus directivos, no maneja una programación adecuada y por ende no se diferencia de las radios como las privadas y las públicas. Por lo que su contenido aún debe mejorar para ser un aporte significativo para el público al que sirve como medio de comunicación y para cumplir con los postulados de una verdadera radio comunitaria, que es fortalecer la capacidad comunicativa de la sociedad a través de espacios democráticos y participativos que inciden con mayor fuerza en el área rural. Discusión: Es necesario dinamizar el rol de la radio comunitaria en Ecuador, fundamentada en la concepción de un medio que proponga cambios en todos los ámbitos de la sociedad, a partir de sus mismos hacedores, es decir, de los miembros de la comunidad sin exclusiones de ningún tipo. Conclusiones: Fruto de esta investigación se concluye que Radio Buen Pastor carece de una programación con contenidos de interés social y cultural para el sector urbano y rural, lo cual caracteriza a las emisoras con tinte comunitario.

Palabras clave: Radio comunitaria; participación ciudadana; programación de radio; comunicación participativa; audiencias.

ABSTRACT

Introduction: The present investigation was carried out in the south of Ecuador and north of the province of Loja, specifically in the Saraguro canton, taking into consideration its native culture called by the same name. The community radio "El Buen Pastor" is located in this territory, the main objective is to analyze the perception of citizens about the grid offered by the media. Materials and methods: For the present study, a mixed methodology was applied, through the use of interviews and surveys applied both to the directors of the station under study, as well as to a population sample of citizens who listen to their programming. Results: The station in question, presided over by its directors, does not manage adequate programming and therefore does not differ from radios such as private and public ones. Therefore, its content must still improve to be a significant contribution to the public it serves as a means of communication and to comply with the postulates of a true community radio, which is to strengthen the communicative capacity of society through democratic spaces and participatory activities that have a greater impact on rural areas. Discussion: It is necessary to invigorate the role of community radio in Ecuador, based on the conception of a medium that proposes changes in all areas

of society, from its own makers, that is, from the members of the community without exclusions. of any kind. Conclusions: As a result of this investigation, it is concluded that Radio Buen Pastor lacks programming with content of social and cultural interest for the urban and rural sectors, which characterizes stations with a community overtone.

Keywords: Community radio, citizen participation, radio programming, participatory communication, audiences.

Recibido: 26/11/2022 Aprobado: 18/2/2023

INTRODUCCIÓN

Los medios comunitarios juegan un papel preponderante en el desarrollo local, especialmente dentro de las comunidades rurales o marginadas de la sociedad. No hay duda que los medios comunitarios se convierten en aliados de la ciudadanía porque promueven su participación, transformando experiencias individuales en visiones compartidas de la realidad y construyendo sociedades más equitativas.

Los medios comunitarios proporcionan comunicación pública dentro de un contexto específico, que es la comunidad, entendida esta no solo como escenario geográfico sino primeramente como un escenario social (Santana et al., 2022). Sus especificidades no pueden ser captadas a partir de una teoría de la comunicación convencional porque la comunicación mediana e interpersonal está interconectada y tanto receptores como emisores son parte de un mismo sistema social. En este sentido, los medios comunitarios están destinados a la “reproducción y representación de unos intereses comunes”, es decir, “la comunidad sirve como marco de referencia para una interpretación compartida” (Hollander 2002).

“El derecho a la comunicación”, significa los muy antiguos derechos a estar informados y a la libre expresión. Una propuesta primaria para hacer posible el derecho a la comunicación es el de tener legalmente reconocida a la información pública como un bien public (Melo, Hoyos y Sánchez, 2022), lo que puede sintetizarse en la idea del funcionamiento transparente de las instituciones del Estado. Esto representa que estas instituciones tienen la obligación de hacer visible permanentemente un conjunto de datos y de brindar a cualquier ciudadano la información que este reclame. Particulares facilidades deben tener los periodistas a ese acceso y a la necesaria interlocución que aclare, amplíe y ayude a interpretar dichas informaciones.

El otro asunto medular para la concreción del derecho a la comunicación es el del acceso a los medios. Lo primero que resalta en este aspecto es la necesidad de quebrar el control monopólico o de oligopolios sobre los medios. La redistribución del espectro radioeléctrico, recurso finito perteneciente a toda la humanidad y administrada por los Estados, es la vía utilizada para este propósito. Así, la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (2013) establece que un 33% del espectro estará concesionado a favor de empresas comerciales, otro 33% será utilizado por el sistema de medios públicos y el 34% restante será asignado a los medios comunitarios, pero en la práctica no se cumple ni con el 10% a favor de estas últimas.

Según López Vigil (1997) insiste en la importancia de pensar cómo democratizar la comunicación si esta es un derecho de todos. Este autor arguye que el desafío de todas estas emisoras es similar: mejorar el mundo en que vivimos. Por ello defiende la necesidad de democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente a lo que nos quiere acostumbrar el neoliberalismo. Esto se refiere a que la comunidad, el pueblo, debe ser escuchado, debe tener un espacio donde pueda levantar su voz de inconformidad a algo que le incomoda. Además, Vigil (2004) aborda el tema de la democratización de la palabra en los medios de difusión de tipo comunitario. A esta explicación se da una posible hipótesis futura del manejo y control de las empresas privadas de los medios dado que el 85% de las emisoras en América Latina y en el Caribe pertenecen a estas instituciones.

En el caso concreto de Ecuador, la categoría de Radio Comunitaria se crea con la aprobación de la nueva (LOC) Ley Orgánica de Comunicación (2013). La CORAPE, que nace primero como una Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador y luego como Coordinadora de Medios Comunitarios Populares Educativos del Ecuador, tiene como fin asegurarse que las radios comunitarias cumplan con una comunicación libre, respetando el cuerpo legal vigente. Anteriormente las radios consideradas populares en Ecuador estaban prohibidas a transmitir publicidad, ya que podía tener un fin comercial y lucrativo, lo cual contraviene con la naturaleza de lo comunitario. Con la nueva LOC se define a la radio comunitaria de la siguiente manera:

“Art. 85.- Definición: Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administrativa y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Art. No 85, 2013). “Art.87.- Financiamiento: Los fondos para el funcionamiento de los medios

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

Según López (2016), las radios que se identifican como comunitarias en el Ecuador legalmente son inscritas como radios comerciales por el tipo de contenido que transmiten, incluso las que están bajo el amparo de la CORAPE. Se entiende que los medios comunitarios se suman a la dimensión de desarrollo social y cultural proporcionando canales de participación y de ejercicio de poder, lo cual contribuye a construir una sociedad más crítica que ayuda a transformar experiencias individuales en visiones compartidas. Los objetivos planteados para este estudio se basan en conocer la percepción de la audiencia que tiene frente a la parrilla de programación de la radio comunitaria en el cantón Saraguro. Determinar si este medio de comunicación cumple con las características que se le atribuyen a un medio comunitario; así como conocer el criterio de los directivos referente al servicio y a la labor que brinda la radiodifusora.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio se ha llevado a cabo en el cantón Saraguro, el cual es una de las 16 cabeceras cantonales de la provincia de Loja, ubicado en el sur del Ecuador y al norte de la provincia de Loja, caracterizado por tener en su población una cultura autóctona denominada con el mismo nombre del cantón. En esta investigación se ha utilizado los métodos cuantitativos y cualitativos para lograr obtener la información necesaria sobre la radio comunitaria. Para ello, se aplicaron encuestas a 200 personas de manera aleatoria, oriundas del cantón Saraguro tomando en consideración edad, actividad e instrucción académica y se las aplica con la finalidad de medir el conocimiento que tiene la población con respecto a la parrilla de programación del medio de comunicación. Además, se realizaron entrevistas a los directivos de radio El Buen Pastor para conocer la visión y la funcionalidad de una radio comunitaria. En el presente estudio se encuestó un total de 200 personas, de las cuales aproximadamente un 49% se encuentran en la franja etaria de 18-24 años, el 40% tiene educación superior y el 32,5% son estudiantes (Tabla 1).

Tabla 1 Frecuencias de edades, profesiones y nivel de instrucción de las personas encuestadas en el cantón Saraguro

Variable	Frecuencia	%
EDAD		
18-24	97	48,%
25-45	63	31,5%
45 en adelante	40	20%
INSTRUCCIÓN		
Primaria	46	23%
Secundaria	74	37%
Superior	80	40%
PROFESIÓN U OFICIO		
Estudiante	65	32,5%
Ama de casa	23	11,5%
Agricultor	40	20%
Artesano	37	18,5%
Comerciante	16	8%
Otros	19	9,5%
Total	200	100%

RESULTADOS

La radio comunitaria está llamada a “dinamizar la comunicación dentro del grupo y desde el grupo hacia la sociedad global” (Galarza y Culqui, 2017, p. 1384). En este sentido, la experiencia latinoamericana es admirada en tanto la potenciación de una comunicación democrática, basada en la horizontalidad, independientemente de la situación de poder, económica, social, étnica o racial de sus protagonistas. El caso concreto ecuatoriano

también tiene sus particularidades. Vicente Barragán y Byron Garzón (2017) alegan que en el país el derecho a la comunicación está siendo promocionado o ejercido poco a poco. “A pesar de ello, la mayoría de la población ecuatoriana no cuenta con espacios para ejercer este derecho pues sus expresiones, voces y opiniones no cuentan con canales comunicacionales propios” (p. 73).

En lo que respecta a la programación que los ciudadanos prefieren, de las 200 personas encuestadas el 34 por ciento opta por las noticias, debido a que es un segmento de interés para las comunidades porque les permite participar en los programas informativos y de opinión. Precisamente, el espíritu de las radios comunitarias es promover la cooperación, la solidaridad y la participación de la ciudadanía. Escuchar noticias les facilita estar actualizados del acontecer diario e interactuar con los protagonistas de la información, ya que las radios comunitarias también contribuyen a despertar el espíritu crítico en las personas. No obstante, también existe un alto porcentaje de la población que no contesta porque se considera excluida de los noticieros o programas de opinión, o no son tomados en cuenta por los directivos de la emisora o por quienes conducen los noticieros. Según López Vigil (2016), las radios que se identifican como comunitarias en el Ecuador legalmente son inscritas como radios comerciales por el tipo de contenido que transmiten, incluso las que están bajo el amparo de la CORAPE (Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador). Los medios comunitarios están destinados a la “reproducción y representación de unos intereses comunes”, es decir, “la comunidad sirve como marco de referencia para una interpretación compartida” (Hollander 2002, p. 23).

La gran mayoría, que representa el 68 por ciento de la población encuestada, considera que la programación de la Radio El Buen Pastor no es comunitaria porque los diferentes segmentos no cumplen con la misión de entretener, informar y educar. Además, su parrilla de programación tampoco es de interés social, un factor clave a través del cual se pueden generar propuestas de educación formal e informal, dirigidas a diferentes grupos sociales. Así mismo, enfatizan que la mayoría de las noticias difundidas en sus diferentes espacios noticiosos no provienen de las comunidades del cantón Saraguro, un mayor porcentaje son de carácter cantonal, provincial, nacional e internacional, lo cual convierte a la emisora El Buen Pastor en poco comunitaria ya que su programación no llega en mayor grado a la población del sector rural. Como comenta Kaplún (1978) “la participación es el motor de la democracia y la radio comunitaria es el instrumento de la participación” (p. 386), formando parte de procesos políticos de comunicación que contribuyen al cambio social y facilitan la inclusión, la participación y el empoderamiento de los participantes, la diversidad cultural y la construcción de la paz en comunidades locales.

El 80 por ciento considera que la programación de la radio El Buen Pastor no contribuye al desarrollo de las comunidades del cantón Saraguro, ni con los segmentos noticiosos ni con los programas familiares, culturales y educativos. El mayor problema radica en que esta emisora no concibe a la educación como un proceso de aprendizaje a través de los agentes de socialización (la familia, la escuela, la comunidad, los medios de comunicación masiva y comunitarios), lo cual impide a las personas desarrollar sus potencialidades y habilidades en función de una sociedad más equitativa. El propio López (2016) sostiene que uno de los principales problemas de las radios consideradas comunitarias es el sustento económico que se transforma en un círculo vicioso. La falta de recursos financieros incide en una buena producción y en programas de calidad, lo cual repercute en el pautaaje publicitario. Frente a esta realidad, los administradores de estas emisoras optan por poner al aire programas que tienen mayor rating o mayor pautaaje comercial, aunque no cumplan con los postulados de una verdadera radio comunitaria.

El 91% del universo encuestado en el cantón Saraguro sostiene que la parrilla de programación no contiene segmentos educativos, culturales y de valores que aporten al desarrollo de las comunidades, todo esto a pesar que la educación tiene una estrecha relación con la comunicación. Cabe anotar que todo hecho comunicativo requiere de mediaciones comunicativas y no hay hecho comunicativo que no sea en el fondo un hecho educativo. Los programas de la emisora en mención tienen un enfoque poco participativo y educativo, que articulen la producción con la ciudadanía y que permita una retroalimentación del oyente en forma independiente. Cabe anotar que el Art. 85 de la Ley Orgánica de Comunicación, define a los medios comunitarios como aquellos cuya propiedad 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. Marco Zhigui, periodista de Saraguro, opina que programas de corte cultural no son rentables en el cantón. Recuerda que una vez se abrió un segmento de música clásica o instrumental, pero se tuvo que suspender porque no hubo respuesta favorable de la audiencia.

El 84% de las personas encuestadas en el cantón Saraguro afirma que la radio no facilita programas en forma gratuita a las diferentes organizaciones sociales, clasistas e indígenas, incumpliendo con la función de la radio comunitaria que es estar al servicio de su comunidad y promoviendo el desarrollo de la sociedad, así como el mantenimiento de la cultura y de la identidad local, al mismo tiempo que ayude a fortalecer y a democratizar la organización comunitaria. La Radio El Buen Pastor se diferencia de las emisoras tradicionales porque no visibiliza a actores sociales, a través de sus programas no permite reconocer la diversidad y la pluralidad ni rescata las raíces, costumbres y tradiciones culturales. Eduardo Cabrera, un periodista y abogado de Saraguro, cree que la radio que más se identifica con el sector rural, en comparación con el resto de emisoras que funcionan en el cantón, es precisamente El Buen Pastor, pero no en la medida que debería hacerlo, es por eso que no visibiliza la realidad de las comunidades ni logra sacar del anonimato a personas que son clave en el desarrollo local de sus comunidades. López (1997) insiste en la importancia de pensar cómo democratizar la comunicación si esta es un derecho de todos. El autor arguye que el desafío de todas las emisoras es similar, mejorar el mundo en que vivimos, por ello defiende la necesidad de democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad excluyente a lo que nos quiere acostumbrar el neoliberalismo. Esto se refiere a que la comunidad, el pueblo sea escuchado, que tenga un espacio donde pueda levantar su voz de inconformidad a algo que le incomoda.

Entrevistas a los directivos de la Radio El Buen Pastor

Aunque los dos entrevistados tienen claro el rol que debe jugar la Radio Comunitaria en la comunidad, les cuesta aplicar las herramientas necesarias para convertir a este medio de comunicación en un actor clave a través del cual se puede generar propuestas de educación formal e informal dirigidas a los grupos sociales, ya que la educación es un proceso permanente de aprendizaje a través de la familia, la escuela, la comunidad y los medios de comunicación, sean estos públicos, privados o comunitarios. Una de las causas por las que la Radio El Buen Pastor no cuenta con una gran audiencia es por la falta de conexión que existe entre su parrilla de programación con el público, sus directivos sostienen que los informativos se convierten en los espacios de contenidos más importantes, sin tomar en cuenta que en el marco de la democratización de la comunicación se incluye el empoderamiento ciudadano, que las personas se conviertan en productores de comunicación, darles voz a los grupos que suelen ser silenciados por los grandes medios que concentran intereses económicos y políticos.

La capacitación es otro de los problemas mayores de las radios comunitarias, que se deriva principalmente del poco presupuesto que manejan. Aunque la CORAPE se encarga de desarrollar permanentes talleres y seminarios con ese fin, no han logrado cumplir con los objetivos. Según Guerrero (2016), la capacitación de la CORAPE no ha sido metódica ni sistemática. Argumenta que gran parte del problema se debe también a que en su oferta académica las escuelas de Comunicación de las universidades ecuatorianas no se enfocan en los medios comunitarios. Ante ello, lograr un sistema de radio que desde su raíz genere cambios, integre a su audiencia con las nuevas transformaciones, produzca contenidos donde su público se sienta representado y, al tiempo, cambie la típica función de consumidor pasivo a consumidor activo, contribuiría a que los radioescuchas desempeñen un rol protagónico en la producción de contenidos.

Tabla 2 Entrevistas a los directivos de la radio “El Buen Pastor”

DIRECTIVOS RADIO EL BUEN PASTOR DEL CANTÓN SARAGURO	Luis Vacacela, Director de la Radio El Buen Pastor del cantón Saraguro. Ruth Angamarca, productora de la radio El Buen Pastor
Para Usted ¿Qué es para usted una Radio Comunitaria?	L.V: La radio comunitaria está al servicio de toda la colectividad, sin obtener fines económicos, principalmente para las comunidades, las organizaciones, las distintas sub organizaciones que existen en las comunidades. En sí, es una radio considerada como la voz para los que no tienen voz. “Nosotros estamos listos para incentivar a lo que es el desarrollo agropecuario, la salud, el deporte, desarrollo socio económico integral para la colectividad, entonces la radio comunitaria tiene ese fin, introducir a personas de diferentes especialidades y tendencias para que den a conocer lo que necesita el cantón Saraguro”. R.A: Las radios comunitarias permiten la participación de la comunidad y eso es lo que hacemos en radio El Buen Pastor. El ciudadano común es tomado en cuenta en nuestra programación, eso es lo que nos diferencia de las radios tradicionales.

<p>¿Conoce usted el reglamento que tiene la radio comunitaria?</p>	<p>L.V: El reglamento que tienen estas radios es algo que deben conocer todos los que son parte de ellas, muchas radios con esta categorización cuentan con un reglamento interno que está basado en los principios que maneja la institución, teniendo un código deontológico acerca de cómo tratar con la información, también tienen que ver sobre los valores, los derechos y las responsabilidades que como trabajadores del medio tienen, ahí analizan cómo trabajar conjuntamente con las personas y el trato que les deben dar.</p> <p>R.A: Tenemos un reglamento interno que consiste en servir a la sociedad, específicamente a su comunidad, brindándoles espacios necesarios para que puedan dar a conocer sus necesidades y así puedan despertar su espíritu ciudadano crítico.</p>
<p>¿Qué contenidos difunde una radio comunitaria?</p>	<p>L.V: En una radio comunitaria normalmente lo más difundido son los informativos, porque recogen la principal información de hechos locales, pero también algunos de relevancia de otras estaciones. Al ser comunitarios se encuentran afiliados a la coordinadora de medios comunitarios y educativos que es la CORAPE, que se encuentra ubicada en Quito, en estas radios existen varios informativos que son retransmitidos conjuntamente de la organización; además de esto también cuentan con más espacios que son bien aceptados como por ejemplo deportes, producción cristiana, enfoque a la familia, una voz a la conciencia con el hermano Pablo, consejos de salud, consejos de educación, en sí hay muchos temas que el Gobierno, a través de sus distintos ministerios, los pautan en este medio, por tal motivo no publicitan mucha música.</p> <p>R.A: En este medio se entregan algunos espacios para las organizaciones públicas, como el Ministerio de Agricultura; también para el Ministerio de Salud, el Ministerio de Educación Intercultural Bilingüe, realizan servicios como la radio maratón en el cantón Saraguro que es realizado cuando alguno de sus habitantes sufre alguna calamidad doméstica; así mismo se enlazan entre tres estaciones y hacen servicio a la colectividad sin cobrar ni un solo centavo y de tal manera se aporta a la comunidad sin fines de lucro.</p>
<p>¿Considera usted que la implementación de artículos referidos a estos medios, en la Ley Orgánica de Comunicación han beneficiado de alguna manera a estas radios?</p>	<p>L.V: En esta pregunta se enfatizan las cosas positivas y negativas que les ha traído la implementación de dichos artículos. Uno de los ellos tiene relación con el apoyo para conseguir equipos extranjeros sin pagar impuestos, que hasta ahora no poseen un reglamento para cumplirlo, entonces es como que se quedan en el aire y sería bueno implementarlo para mejor beneficio.</p> <p>R.A: Rescata algo muy importante que es la implementación de la categorización de medios comunitarios, manifiesta que la mayoría de radios antes de aplicarse estas leyes trabajaban con una licencia de medios públicos. En cuanto a imagen y concepto existe un gran avance por así decirlo, pero también expresa que constan algunos artículos que al leerlos son muy prometedores para dichas radios, pero que se han quedado ahí solo escritos porque en algunos de los casos no constan con reglamentos y que si se aplicaran serían muy beneficiosos.</p>
<p>¿Cuáles son los cambios que se generaron después de la implementación de la Ley de Comunicación para estas radios?</p>	<p>L.V: Para el director de la radio El Buen Pastor de Saraguro que lleva ya más de 20 años al aire, menciona que son cambios ligeros que si se pueden percibir pero no en mucho, lo que impide que alguien que colabore sin cobrar, es por esto que estas radios no pueden contratar locutores de planta. Eso nos perjudica porque estos medios comunitarios de lo que más carecen son de recursos y eso constituye una seria limitante para poder cumplir con el objetivo de proporcionar contenidos de calidad.</p> <p>R.A: Otro punto en contra es también que la radio pública y privada deben manejarse con profesionales, con personas capacitadas para desenvolverse en este ámbito, es decir una radio por más pequeña que sea debe estar constituida por un gerente, por la secretaria, un agente vendedor, un comunicador, un productor, con un mínimo de 5 personas, un cambio negativo se podría decir que ahora toda persona que preste sus servicios, así sea por un mínimo de cinco minutos, debe recibir una remuneración por su trabajo, por ello perjudica en gran manera a las radios comunitarias que no perciben grandes ingresos.</p>

DISCUSIÓN

Las entrevistas realizadas, en su conjunto, corroboraron que es necesario dinamizar el rol de la radio comunitaria en Ecuador, fundamentada en la concepción de un medio que proponga cambios en todos los ámbitos de la sociedad, a partir de sus mismos hacedores, es decir, de los miembros de la comunidad sin exclusiones de ningún tipo.

De este modo se democratizan las acciones de comunicación que giran en torno a su programación, pues todos los sectores de la sociedad se ven representados en ella y por ella; se realza el sentido de pertenencia para con la comunidad, al reconocer y ponderar el valor de la memoria histórica de los pueblos, los procesos identitarios, el reconocimiento de y el respeto por la diversidad; se socializan saberes, experiencias y propuestas de mejoramiento social y se participa activamente en los procesos de transformación para el bien de todos los integrantes del espacio local donde la emisora se inserta como núcleo central de la comunicación comunitaria.

Las acciones sociales de la radio comunitaria en Ecuador, están llamadas a conservar vigente un escenario comunicativo que contribuya al desarrollo local y ciudadano. Para ello, demanda de prácticas comunicativas enmarcadas “en esa otra comunicación que es participativa, que se construye desde el diálogo y el compromiso con el reconocimiento de las diferencias” (Chaves-Gil, 2019, p. 61). Esos pilares participativos y dialógicos sobre los que debieran fundamentarse las emisoras comunitarias en el país, imponen la identificación de los comunicadores con la comunidad. El director de la emisora de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Efraín Luna, concuerda con que “si se logra una identidad con las personas que están ahí, por supuesto que es un ente de desarrollo y de ayuda para la comunidad. Y ese es el objetivo más reconocido de la radio comunitaria” (comunicación personal, 2021).

Autores como Darretxe et al. (2021) consideran que en la base de la radio comunitaria puede encontrarse la convergencia de los pensamientos de Gramsci (1999) y Freire (1970). El primero otorga un papel importante a los medios de comunicación, con el propósito de democratizar la palabra y propiciar el diálogo entre personas pertenecientes a distintos sectores sociales. El segundo considera que los ciudadanos tienen la capacidad de transformar y generar contenidos propios de comunicación, debido a que generan lenguaje, conocimiento y acción, a la vez que enfatiza la relación entre comunicación y participación comunitaria, procesos dialógicos que contribuyen a que los sujetos descubran las condicionantes de su opresión que les permitan construir alternativas comunitarias de cambio.

La parrilla de programación de Radio El Buen Pastor va en contra sentido de lo que caracteriza a una emisora de esta categoría. Los contenidos no guardan correspondencia con el espíritu de una radio comunitaria, lo cual es determinante para que la audiencia de su zona geográfica prefiera otro tipo de programaciones que satisficen la necesidad de escuchar, entretener e informarse.

CONCLUSIONES

Aunque el espíritu de la Radio Comunitaria está orientado a difundir programas de interés social que propician el desarrollo socio económico y cultural de los diferentes sectores de la comunidad, en la parrilla de programación de la Radio El Buen Pastor no prevalece este tipo de contenidos, lo cual influye para que la ciudadanía emigre hacia otros medios de comunicación en busca de una mejor programación.

Los postulados de la radio comunitaria, como parte de su responsabilidad social con la comunidad urbana y rural, son garantizar el derecho a la comunicación; sin embargo, Radio El Buen Pastor no brinda la suficiente apertura de los diferentes sectores de la ciudadanía, la cual se siente marginada y aislada de los contenidos que se generan a diario, lo que no sucede con quienes financian y mantienen a la emisora a través de los contratos de publicidad.

La radio comunitaria fortalece la capacidad comunicativa de la sociedad a través de espacios democráticos y participativos que inciden con mayor fuerza en el área rural; no obstante, los programas de Radio El Buen Pastor no influyen en su audiencia que cada vez es menos (37%), debido a que no promueve la participación y la ciudadanía no es tomada en cuenta, en la mayoría de los casos, para la elaboración de los programas que emiten a diario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alfaro, R. (1993). Una comunicación para otro desarrollo. Lima.
2. Andrade, M. (2015). Comunicación alternativa. Edición Andina, 2, 44.
3. Arévalo, D. (2020). La radio comunitaria en los últimos 30 años: Consolidación, desarrollo e incidencia de CORAPE. Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
4. Astudillo, F., y Buitrón, R. (2005). Periodismo por dentro. Quito: Ediciones CIESPAL.
5. Barbero, M (1996) Pretextos. Conversaciones sobre comunicación y sus contextos. Universidad del Valle.
6. Castillo, Y. (2017). De comunitario a local: el caso Radio Titán. Santiago, 142, 127-142.
7. Cerbino, M. (2018). Por una comunicación del común. Medios comunitarios, comunidad y acción. Quito: CIESPAL.
8. Chaparro, M. (2015). Del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán a las epistemologías de la liberación y la alteridad. Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo, 3, 143-153.

9. Chaparro, M. (2015b). Comunicación, posdesarrollo y decrecimiento. La urgencia por construir una nueva narrativa. A. Amado y O. Rincón. (coord.). La comunicación en mutación. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert.
10. Cháves Gil, I. (2019). Las radios comunitarias, otra comunicación socialmente rentable. El caso de cuatro emisoras de Bogotá. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 24 (2), 57-73.
11. Dávila, G. y Molina, C. (2019). La comunicación comunitaria: el sustrato político-cultural de los movimientos sociales. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 9-15.
12. Darretxe, L., Beloki, N., y Emaldi, A. (2021). Claves para la puesta en marcha de una radio comunitaria: análisis de una experiencia. *REXE*, 20(42), 417-439.
13. De la Noval, A. (2018). La radio comunitaria en función del desarrollo. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 6(2). Recuperado de <https://goo.gl/2q3rhg>
14. Galarza, T. y Culqui, A. (2017). La radio comunitaria y su legislación en la Comunidad Andina. En F.J. Herrero y C. Mateos (Coords.). *Del verbo al BIT* (pp. 1383-1407). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
15. Gumucio-Dagron A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento* 58. EjeTemático. P26-39. Volumen XXX, enero-junio 2011
16. Kaplún, M. (2002). *El comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos.
17. López, I. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, CIESPAL.
18. López, I. (2017). ¿Para qué sirve hoy la radio? En: V. Barragán e I. Terceros (Coords.). *Radios, redes e internet para la transformación social*. CIESPAL, Quito, 9-48
19. Melo Zamudio, J. C., Hoyos Chavarro, Y. A., & Sánchez Castillo, V. (2022). Sistematización de la experiencia de circuito corto de comercialización estudio de caso Tibasosa, Boyacá. *Región Científica*, 1(1), 20228. <https://doi.org/10.58763/rc20228>
20. Santana González, Y., Torres Rodríguez, O., Rodríguez Martínez, Y., Silva Albear, Y., & Oris Martínez, L. (2022). Acciones de atención psicológica durante la covid-19 a través del chat "Santiago se Levanta". *Revista Conhecimento Online*, 1, 189–212. <https://doi.org/10.25112/rco.v1.2737>
21. Pasquali, A. (1995). *Comunicación ¿Para cuál desarrollo?* Quito, CIESPAL. P23 Documento presentado en el Festival de Radioapasionados y Televisivos de América Latina y el Caribe presentado por CIESPAL, Quito, Ecuador, 1995

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.