



**UNIVERSIDAD UTE**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN ARTES Y HUMANIDADES**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: PERIODISTA**

**ANÁLISIS DE LA INCLUSIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES  
INTERCULTURALES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIAL DEL  
CANTÓN GUARANDA, DURANTE EL PERIODO ENERO 2018 – JUNIO 2019**

**AUTORA:**

**NAYARITH RIVERA SISALEMA**

**DIRECTORA:**

**QUITO – ECUADOR**

**2020**

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**  
**PROYECTO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0202024642
APELLIDOS Y NOMBRES:	Rivera Sisalema Nayarith Raquel
DIRECCIÓN:	Conjunto Balcón Metropolitano Díaz de la Madrid y Juan Acevedo Departamento N° 205 D
EMAIL:	<a href="mailto:raquelrivera610@gmail.com">raquelrivera610@gmail.com</a>
TELÉFONO FIJO:	3200940/032981502
TELÉFONO MOVIL:	0939779976

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Análisis de la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda, durante el periodo enero 2018 – junio 2019
AUTOR O AUTORES:	Nayarith Raquel Rivera Sisalema
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Abril 2020
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	M.S.c. Mayra Martínez
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Periodista
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	<p>La investigación tuvo como objetivo determinar la inclusión de comunicadores interculturales en medios de comunicación radial del cantón Guaranda durante el período enero 2018 – junio 2019; enfoque de investigación cualitativo-cuantitativo, tipo de investigación exploratorio que, permitió el diseño transversal, modalidad de investigación de campo, técnica aplicada la encuesta cuyo instrumento el cuestionario, aplicado a gerentes de nueve radios, datos obtenidos procesados en resultados numéricos, frecuencias y porcentajes de los medios radiales y comunicadores sociales interculturales; sistematizados en una matriz de datos, identificándose los medios de comunicación radial y los comunicadores sociales interculturales vinculados a estos medios. Los resultados obtenidos determinan que operan 9 radios; 3 de alcance nacional y 6 local, 8 en frecuencia FM y 1 AM, tipo de medio radial 1 pública, 2 comunitarias y 6 de tipo comercial; las parrillas distribuyen tiempo entre 2, 3 y 4 horas en promedio; tiempo al aire a programas: noticiero 13%, deporte 6%, música, 51%, entretenimiento 12%, educativos 10%, interculturalidad 11%. En referencia al género de los comunicadores vinculados a las radios 1 mujer, 14%, y el restante de comunicadores 25 hombres 86%. En relación a vinculación de comunicadores interculturales 2 radio vincula cada una a 3 comunicadores sociales interculturales hombres 21%. Conclusiones: los medios radiales no cumplen lo dispuesto</p>

	en la Ley Orgánica de Comunicación, propiciar igualdad de oportunidades respecto al género e interculturalidad, promedio de inclusión de comunicadores interculturales es 0,67%; existe 100% marginación a profesionales mujeres interculturales.
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Comunicación, medios, inclusión, radial, interculturales,
<b>ABSTRACT</b>	The objective of the investigation was to determine the inclusion of intercultural communicators in the radio media of the Guaranda canton during the period January 2018 - June 2019; qualitative-quantitative research approach, exploratory type of research that allowed cross-sectional design, field research modality, applied technique to the survey, whose instrument was the questionnaire, applied to managers of nine radios, data obtained processed in numerical results, frequencies and percentages of the radio media and intercultural social communicators; systematized in a data matrix, identifying the radio media and the intercultural social communicators linked to these media. The results obtained determine that 9 radios operate; 3 national and 6 local, 8 in FM and 1 AM, radio type 1 public, 2 community and 6 commercial; the grills distribute time between 2, 3 and 4 hours on average; airtime to programs: news 13%, sport 6%, music 51%, entertainment 12%, educational 10%, interculturality 11%. In reference to the gender of the communicators linked to the radio stations, 1 woman, 14%, and the remaining 25 men, 86%. In relation to intercultural communicators linking, 2 radio links each to 3 male intercultural communicators 21%. Conclusions: the radio media do not comply with the provisions of the Organic Law of Communication, promoting equal opportunities regarding gender and interculturality, average inclusion of intercultural communicators is 0.67%; There is 100% marginalization to intercultural female professionals.
<b>KEYWORDS:</b>	Communication, media, inclusion, radio, intercultural.

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



f: \_\_\_\_\_

**RIVERA SISALEMA NAYARITH RAQUEL**


**020202464-2**

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **RIVERA SISALEMA NAYARITH RAQUEL**, CI 0202024642-2 autor/a del proyecto titulado: **ANÁLISIS DE LA INCLUSIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALES INTERCULTURALES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIAL DEL CANTÓN GUARANDA, DURANTE EL PERIODO ENERO 2018 – JUNIO 2019** previo a la obtención del título de **PERIODISTA** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENECYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 06 de Mayo del 2020

f: 

**RIVERA SISALEMA NAYARITH RAQUEL**

**020202464-2**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título: **ANÁLISIS DE LA INCLUSIÓN DE LOS COMUNICADORES SOCIALAES INTERCUTURALES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIAL DEL CANTÓN GUARANDA, DURANTE EL PERIODO ENERO 2018 - JUNIO 2019**, para aspirar al título de PERIODISTA fue desarrollado por RIVERA SISALEMA NAYARITH RAQUEL, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.



**Msc. Mayra Alejandra Martínez Segovia**  
**DIRCTORA DEL TRABAJO**

## **DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR**

Yo, **RIVERA SISALEMA NAYARITH RAQUEL**, portadora de la cédula de identidad N° **020202464-2**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f. 

**RIVERA SISALEMA NAYARITH RAQUEL**

**020202464-2**

## DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A Dios por haberme dado la vida, y por haber sido mi guía y fortaleza para llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi abuelita Raquel quién con su amor, esfuerzo y tolerancia me ha permitido alcanzar hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí valores fundamentales para ser una mujer de bien, por ser ejemplo de valentía, por enseñarme a no temer las adversidades porque Dios está siempre conmigo te amo tanto viejita y esto es por tí.

A mi Padre Wilmer por ser un pilar fundamental e importante, gracias papito por el esfuerzo tan grande que hiciste para educarme en tan noble institución y por siempre desear lo mejor para mí, prometo no defraudarte y ser una excelente profesional.

A mi madre Sayonara y mi hermano Steveen por su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento. Gracias a toda mi familia, ya que con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

A mi novio Fernando por haber sido un ejemplo de superación, por su paciencia, por darme fuerzas y aliento cuando más lo necesité, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mis hijitos de cuatro patas mis perritos Drake, Scrapy y Bruno por ser parte importante de mi vida gracias porque siempre me demostraron fidelidad a pesar de la distancia que nos separaba. Gracias a todos.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quién con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a todos los propietarios de las radios del Cantón Guaranda, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de sus medios de comunicación.

De igual manera mi agradecimiento a la Universidad UTE, a toda la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación y su apoyo incondicional.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a quién no solo considero una docente sino una amiga a la Magister Mayra Martínez, principal colaboradora durante todo este proceso, quién con su dirección, conocimiento, instrucción y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.



## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la inclusión de comunicadores interculturales en medios de comunicación radial del cantón Guaranda durante el período enero 2018 – junio 2019; enfoque de investigación cualitativo-cuantitativo, tipo de investigación exploratorio que, permitió el diseño transversal, modalidad de investigación de campo, técnica aplicada la encuesta cuyo instrumento el cuestionario, aplicado a gerentes de nueve radios, datos obtenidos procesados en resultados numéricos, frecuencias y porcentajes de los medios radiales y comunicadores sociales interculturales; sistematizados en una matriz de datos, identificándose los medios de comunicación radial y los comunicadores sociales interculturales vinculados a estos medios. Los resultados obtenidos determinan que operan 9 radios; 3 de alcance nacional y 6 local, 8 en frecuencia FM y 1 AM, tipo de medio radial 1 pública, 2 comunitarias y 6 de tipo comercial; las parrillas distribuyen tiempo entre 2, 3 y 4 horas en promedio; tiempo al aire a programas: noticiero 13%, deporte 6%, música, 51%, entretenimiento 12%, educativos 10%, interculturalidad 11%. En referencia al género de los comunicadores vinculados a las radios 1 mujer, 14%, y el restante de comunicadores 25 hombres 86%. En relación a vinculación de comunicadores interculturales 2 radio vincula cada una a 3 comunicadores sociales interculturales hombres 21%. Conclusiones: los medios radiales no cumplen lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación, propiciar igualdad de oportunidades respecto al género e interculturalidad, promedio de inclusión de comunicadores interculturales es 0,67%; existe 100% marginación a profesionales mujeres interculturales.

**Palabras Claves:** Comunicación, medios, inclusión, radial, interculturales.

## ABSTRACT

The objective of the investigation was to determine the inclusion of intercultural communicators in the radio media of the Guaranda canton during the period January 2018 - June 2019; qualitative-quantitative research approach, exploratory type of research that allowed cross-sectional design, field research modality, applied technique to the survey, whose instrument was the questionnaire, applied to managers of nine radios, data obtained processed in numerical results, frequencies and percentages of the radio media and intercultural social communicators; systematized in a data matrix, identifying the radio media and the intercultural social communicators linked to these media. The results obtained determine that 9 radios operate; 3 national and 6 local, 8 in FM and 1 AM, radio type 1 public, 2 community and 6 commercial; the grills distribute time between 2, 3 and 4 hours on average; airtime to programs: news 13%, sport 6%, music 51%, entertainment 12%, educational 10%, interculturality 11%. In reference to the gender of the communicators linked to the radio stations, 1 woman, 14%, and the remaining 25 men, 86%. In relation to intercultural communicators linking, 2 radio links each to 3 male intercultural communicators 21%. Conclusions: the radio media do not comply with the provisions of the Organic Law of Communication, promoting equal opportunities regarding gender and interculturality, average inclusion of intercultural communicators is 0.67%; There is 100% marginalization to intercultural female professionals.

**Key Words:** Communication, media, inclusion, radio, intercultural.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Contenido</b>	
<b>FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO</b> .....	ii
<b>DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN</b> .....	iv
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR</b> .....	vi
<b>DEDICATORIA</b> .....	vii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	viii
<b>RESUMEN</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>TABLA DE CONTENIDO</b> .....	xi
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	xiv
<b>LISTA DE CUADROS</b> .....	xv
<b>LISTA DE ILUSTRACIONES</b> .....	xvi
<b>LISTA DE ANEXOS</b> .....	xvii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>PROBLEMATIZACIÓN</b> .....	4
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	7
<b>OBJETIVOS</b> .....	10
<b>Objetivo general</b> .....	<b>10</b>
<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	11
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	11
<b>1.1 Comunicación</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2 Comunicación Intercultural</b> .....	<b>12</b>
1.2.1 La comunicación intercultural:.....	14
1.2.2 La comunicación transcultural (Cross-cultural) : .....	14
1.2.3 La comunicación internacional:.....	15
1.2.4 La comunicación de masas comparada: .....	15
<b>1.3 Medios de comunicación</b> .....	<b>17</b>
<b>1.4 Clasificación de los medios de comunicación</b> .....	<b>19</b>
1.4.1 Audiovisuales: .....	19

1.4.2	Radiofónicos:.....	19
1.4.3	Impresos:.....	19
1.4.4	Digitales:.....	20
<b>1.5</b>	<b>Medios de comunicación de masas .....</b>	<b>20</b>
1.5.1	Medios de información masiva: .....	23
1.5.2	Medios de comunicación interpersonal:.....	23
1.5.3	Medios de entretenimiento: .....	23
<b>1.6</b>	<b>Tipos de medios de comunicación.....</b>	<b>23</b>
1.6.1	La televisión:.....	24
1.6.2	La radio:.....	24
1.6.3	La prensa:.....	24
1.6.4	El cine:.....	24
1.6.5	La web:.....	25
<b>1.7</b>	<b>Teorías de la Comunicación de masas.....</b>	<b>25</b>
1.7.1	Modelo hipodérmico:.....	25
1.7.2	El modelo de los efectos limitados de los medios de comunicación de masas: .....	26
1.7.3	La comunicación persuasiva o el modelo de las 5 W:.....	27
1.7.4	El modelo de los usos y gratificaciones:.....	27
1.7.5	De la perspectiva a los enfoques críticos y culturales:.....	28
1.7.6	La teoría de la espiral del silencio:.....	29
<b>1.8</b>	<b>La teoría de la agenda setting.....</b>	<b>31</b>
<b>1.9</b>	<b>La teoría del priming .....</b>	<b>32</b>
<b>1.10</b>	<b>La teoría del framing .....</b>	<b>33</b>
<b>1.11</b>	<b>La industria cultural .....</b>	<b>34</b>
<b>1.12</b>	<b>Comunicador social.....</b>	<b>36</b>
<b>1.13</b>	<b>Periodismo.....</b>	<b>36</b>
<b>1.14</b>	<b>Periodismo comunitario.....</b>	<b>38</b>
<b>1.15</b>	<b>Ley Orgánica de Comunicación.....</b>	<b>39</b>
<b>1.16</b>	<b>Inclusión .....</b>	<b>41</b>
<b>1.17</b>	<b>Equidad pueblos y nacionalidades indígenas .....</b>	<b>42</b>
<b>1.18</b>	<b>Discriminación cultural .....</b>	<b>44</b>
<b>1.19</b>	<b>Discriminación por género .....</b>	<b>45</b>
<b>1.20</b>	<b>Plan Nacional de Desarrollo .....</b>	<b>47</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>.....</b>	<b>49</b>

<b>MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>49</b>
<b>2.1 Ubicación geográfica .....</b>	<b>49</b>
2.1.1 Límites: .....	49
2.1.3 Población urbana: .....	49
2.1.4 División política: .....	50
<b>2.2 Conformación étnica de la población .....</b>	<b>51</b>
<b>2.3 Medios de comunicación en la ciudad de Guaranda.....</b>	<b>52</b>
2.3.1 Radio Impacto: .....	52
2.3.2 Radio Matiavi .....	55
2.3.3 Radio La Propia .....	57
2.3.4 Radio Turbo.....	60
2.3.5 Radio Guaranda .....	63
2.3.6 Radio la Paz.....	65
2.3.7 Radio Raíces .....	67
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>69</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>69</b>
<b>3.1 Metodología cuantitativa .....</b>	<b>70</b>
<b>3.2 Metodología cualitativa.....</b>	<b>71</b>
<b>3.3 Técnica de investigación .....</b>	<b>72</b>
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>74</b>
<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>74</b>
<b>4.1 Matriz de gestión de los medios radiales de Guaranda .....</b>	<b>75</b>
<b>4.2 Análisis de las entrevistas .....</b>	<b>79</b>
<b>4.3 Conclusión del análisis de resultados de las entrevistas .....</b>	<b>79</b>
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>81</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>81</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>81</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>82</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>84</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>88</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Alcance de cobertura según el tipo de radio .....	75
Figura 2: Tiempo asignado a los elementos de la parrilla de las radios de Guaranda....	76
Figura 3: Género de los comunicadores sociales según el tipo de medio radial .....	77
Figura 4: Género de los comunicadores sociales interculturales, vinculados en radios de Guaranda.....	78

## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz de datos generales, estructura de la parrilla de las radios de Guaranda .....	75
Cuadro 2: Estructura de la parrilla.....	76
Cuadro 3: Número y género de comunicadores vinculado, período enero/2018 a junio/2019.....	77

## **LISTA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1: Mapa político de la ciudad de Guaranda .....	51
Ilustración 2: Conformación étnica de la ciudad de Guaranda.....	52



## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevista .....	88
---------------------------	----

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación “Análisis de la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda, durante el periodo enero 2018 – junio 2019”; el problema que se analizó en esta es la limitada inclusión de comunicadores sociales interculturales en los medios radiales de la ciudad de Guaranda. En términos generales la interculturalidad es un proceso de interrelación que parte de la reflexión del reconocimiento de la diversidad y del respeto a las diferencias Parra (s.f.) sostiene que son relaciones complejas, negociaciones e intercambios culturales, que buscan desarrollar una interacción social equitativa entre personas, conocimientos y prácticas diferentes y una interacción que reconoce y que parte de las desigualdades sociales, económicas, políticas y de poder.

El conflicto desde lo intercultural Estrella (2013) manifiesta que, son un fenómeno inevitable en toda comunidad, en particular, los conflictos interculturales son el resultado de la convivencia entre personas con códigos culturales diferentes que comparten el mismo espacio geográfico y que no han aprendido a lidiar con la diversidad; de manera que, entre grupos de diversas culturas, los conflictos existen en función de la diversidad de valores, costumbres, creencias religiosas, diferencias económicas y de desigualdad social

Los objetivos investigados fueron: fundamentar teóricamente las bases de la comunicación intercultural, mediante la revisión de fuentes bibliográficas que aporten a desarrollar una investigación clara, identificar los medios de comunicación radial interculturales y los comunicadores sociales del cantón Guaranda durante el período enero 2018 – junio de 2019, determinar la inclusión de los comunicadores interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda.

En la presente investigación se utilizó una metodología mixta (cualitativo-cuantitativo), el tipo de investigación exploratorio ya que esta permitió el diseño transversal, la modalidad de la investigación fue de campo; la metodología aplicada busca evidenciar a través de la estructura de las parrillas (programación) de las radios la inclusión de comunicadores sociales interculturales, entendiendo que la interculturalidad como el dialogo entre diferentes, y que lo periodistas y comunicadores interculturales ayudan a crear una atmósfera que promueva la cooperación para un entendimiento eficaz entre diferentes culturas y pueblos, razón por la que la inclusión de comunicadores interculturales en los medios radiales está regulada por normativas, cuya transversalidad es relacionada con la diversidad cultural, la articulación y conexión de lo endógeno.

La técnica empleada en la toma de datos fue una entrevista semi estructurada, a través de un guión de entrevista el mismo que fue aplicado al gerente o propietario, de las nueve radios localizados en Guaranda, la entrevista una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, esta técnica es caracteriza a la investigación cualitativa y esta permite captar la información experimentada y absorbida por el entrevistado, al tiempo que capturar discursos particulares que remiten a otros significados sociales y generales; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.

De los resultados obtenidos en la presente investigación se determina que, la ciudadanía de Guaranda desde hace cincuenta años, se beneficia de los medios radiales públicos, comerciales y comunitarios en dial de FM y AM, que los medios radiales tienen establecido la parrilla diaria de salida al aire, considerando las características según regula la Ley Orgánica de Comunicación y de más organismos de regulación,

existe una brecha altamente significativa entre la vinculación de comunicadoras sociales mujeres al

existir un predominio de los hombres, en la nómina de las radios que operan en la localidad; en los cuales no se aplica la igualdad de oportunidades y no discriminación por etnia, genero, relación en razón que dos medios radiales demuestra que tiene en su nómina comunicadores sociales interculturales, sin que se haya considerado a profesionales mujeres.

En conclusión, los medios radiales en su programación establecen espacios interculturales el porcentaje que contempla la mencionada Ley, y en lo referente a la igualdad de oportunidades de vinculación a comunicadores sociales interculturales se presenta una brecha significativa de cumplimiento de la norma, identificando que existe una marginación a las comunicadores mujeres, y además que únicamente 2 radios vinculan comunicadores interculturales en su planilla de colaboradores en las radios, determinando que siete de ellos no vinculan a comunicadores interculturales y de ellos el 100% marginación a profesionales mujeres interculturales.

## **PROBLEMATIZACIÓN**

El problema que se analiza en esta investigación es la limitada inclusión de comunicadores sociales interculturales en los medios radiales de la ciudad de Guaranda. En términos generales la interculturalidad es un proceso de interrelación que parte de la reflexión del reconocimiento de la diversidad y del respeto a las diferencias Parra (s.f.) sostiene que son relaciones complejas, negociaciones e intercambios culturales, que buscan desarrollar una interacción social equitativa entre personas, conocimientos y prácticas diferentes y una interacción que reconoce y que parte de las desigualdades sociales, económicas, políticas y de poder.

La comunicación en la sociedad ecuatoriana, se ha convertido en una actividad indispensable para su convivencia armónica, esta nació con la humanidad, debido a su importancia en los procesos de desarrollo socioeconómicos de las localidades, ha sido regulada y adaptada periódicamente a través de la promulgación de normativas.

La Ley Orgánica de Comunicación según la Constitución del Ecuador, reformada en Asamblea (2013) en el Art. 43. Composición laboral de los medios de carácter nacional. -Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional, normativa que tiene relación con lo que contempla la Constitución del Ecuador, Constituyente (2008), con el Art. 16 en el que establece el derecho a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por

cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; y el Art. 83. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.

Parra (s.f.) sostiene que, el manejo del tema intercultural es complejo y se encuentra sujeto a variables como: diversidad, definición del concepto de cultura, obstáculos comunicativos como la lengua, políticas poco integristas de los Estados, jerarquizaciones sociales marcadas, sistemas económicos exclusionistas. Otra variable a las que se expone es: inserción, esta asume la presencia física de las personas a un determinado espacio donde prevalece la cultura dominante o mayoritaria, lo que se transforma en conflicto.

El conflicto desde lo intercultural Estrella (2013) manifiesta que, los conflictos son un fenómeno inevitable en toda comunidad. En particular, los conflictos interculturales son el resultado de la convivencia entre personas con códigos culturales diferentes que comparten el mismo espacio geográfico, y que no han aprendido a lidiar con la diversidad. De manera que, entre grupos de diversas culturas, los conflictos existen en función de la diversidad de valores, costumbres, creencias religiosas, diferencias económicas y de desigualdad social. El conflicto intercultural es una situación compleja que se constituye sobre una estructura de relaciones sociales, esto es, conflictos que enfrentan personas (conflicto interpersonal), los grupos (conflicto intergrupacional), las organizaciones (conflicto social) y las naciones (conflicto internacional). El conflicto intercultural es definido como la confrontación entre personas o grupos culturales con objetivos incompatibles.

El conflicto puede producir en las personas que estén participando del proceso diversas emociones, sentimientos, actitudes y acciones conductuales. De la misma manera, el conflicto puede ser interpretado o valorado en diversas formas por las personas que lo experimentan. Asimismo, se define la experiencia como una frustración

emocional en conjunción con la incompatibilidad percibida de valores, normas, orientaciones personales, metas, recursos, entre un mínimo de dos partes pertenecientes a dos comunidades culturales diferentes en una situación interactiva. La mayoría de las situaciones de conflicto intercultural se basan en malos entendidos o ignorancia cultural entre diferentes grupos culturales. Aunque también, la historia ha demostrado que surgen conflictos interculturales por razones políticas o religiosas.

Referido a los conflictos interculturales, Arenas et al. Salas (2013) sostienen que cuando se habla de un conflicto intercultural normalmente se es asociado con diferencias que se producen entre grupos nacionales o étnicos distintos y dejamos de lado la idea que los conflictos interculturales son también dados entre culturas sexuales como lo resultan la cultura masculina y la femenina o agrupamientos generacionales. Estos agrupamientos generalmente construyen rasgos sociales y esquemas de pensamientos diversos y normalmente opuestos a las generaciones anteriores, a esto se le ha atribuido el nombre de conflictos “juveniles”.

Los comunicadores y la comunicación intercultural ayudan a crear una atmósfera que promueva la cooperación y el entendimiento entre las diferentes culturas y posee características especiales que le pueden permitir realizar tal función. Estas características son: sensibilidad a las diferencias culturales y una apreciación de la singularidad cultural: tolerancia para las conductas de comunicación ambiguas; deseo de aceptar lo inesperado; flexibilidad para cambiar o adoptar alternativas y expectativas reducidas respecto a una comunicación efectiva.

La información descrita en el artículo Asunción-Lande comunicación intercultural Castillo (s.f.) define la comunicación intercultural como el proceso de interacción simbólica que incluye a individuos y grupos que poseen diferencias

culturales reconocidas en las percepciones y formas de conducta, de tal forma que esas variaciones afectarán significativamente la forma y el resultado del encuentro.

## **JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación de los comunicadores sociales interculturales, considerándoles un grupo vulnerables se realizó en la ciudad de Guaranda; la problemática un enfoque social de la “Análisis de la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda”. La importancia del estudio de la inclusión de los comunicadores sociales en los medios radiales de Guaranda, radica conocer el reconocimiento y consideración de las normativas que reglamentan la vinculación de comunicadores interculturales en la nómina de los medios de comunicación; transmitir a la población la idea que la interculturalidad es parte del contexto, haciendo notar que pese a existir normativas aún es limitado la consideración de interculturalidad del personal técnico en la masa laboral en los medios de comunicación radial de Guaranda característica que se extiende a nivel de país.

Los comunicadores sociales interculturales en un grupo de diversidad étnico entre ellos los indígenas, afrodescendientes, montubios entre otros son profesionales con igualdad de condiciones humana, pero siendo diferentes en la diversidad, las sociedad deben apropiarse de estas diferencias acción que permita eliminar aquellas arbitrariedades, en el otorgamiento de privilegios reduciendo la inclusión de grupos minoritarios vulnerables en los medios radiales va en desmedro de la calidad humana.

Las notaciones sobre el enfoque periodístico al tema de la interculturalidad, San Martín et al. Álvarez (2019), manifiestan que; la interculturalidad es un concepto dinámico porque las culturas son dinámicas, entonces no se puede ver como la



cosificación de las relaciones culturales, hay que observarla de un modo dialéctico, desde sus múltiples fuerzas y en los contextos de la realidad; de lo contrario viene a ser un dogma, una creencia más. Hay que entender que el tema intercultural no apunta a una visión de juntar culturas o incorporación de etnias. Esta concepción implica peligros y entre ellos la supuesta unidad de culturas donde prima el dominio de lo mestizo-blanca que absorbe y dirige la interculturalidad. Este punto es clave entender para dejar claro que lo intercultural no aborda el tema étnico o su mirada desde lo indígena, afro, montubio. Su acción de estudio es más amplia, abarca al pueblo en un enfoque igualitario, desechando estructuras de dominación que aún prevalecen, encaminando el fin de las jerarquías establecidas entre distintos pueblos con varios niveles de discriminación y racismo, después de todo el mestizaje no es una cuestión de etnia, de una dominante sobre otra dominada, es una cuestión cultural.

Moyulema (2019), sostiene: “La interculturalidad tiene que trabajar estos niveles de exclusión, cuestionando estas jerarquías, para construir relaciones individuales y colectivas más saludables, basadas en la simpatía mutua y en formas de reciprocidad”. Lo intercultural plantea la búsqueda de concordancia entre todos los actores que se involucran con ella.

En los medios radiales de la ciudad de Guaranda, se observa la poca inclusión de los comunicadores interculturales en la gestión de los medios radiales. Basado en lo citado anteriormente se puede afirmar que es por esto que existe discriminación de los comunicadores sociales. Los comunicadores sociales son parte del grupo minoritario vulnerable que enfrentan en diferentes culturas; múltiples cambios tales como es el problema de la exclusión, ya que ellos se encuentran relegados por taras sociales. Sin embargo, las minorías étnicas, desean promover su identidad en los medios de comunicación de la ciudad de Guaranda. Por otra parte, la interculturalidad, es una

condición con múltiples facetas que enfrenta factores socio-culturales que son la fuente de la discriminación y afecta a los/as profesionales que se identifican con otras etnias.

Así mismo, los grupos minoritarios no son necesariamente inferiores desde el punto de vista del prejuicio y muchas veces inferiores, por los grupos dominantes por lo tienen más acceso a las oportunidades laborales vinculadas al entorno político en la vida pública. Esta es la actitud de la sociedad guarandina con relación a la discriminación, considero necesario anotar el concepto de esta palabra. Según normas internacionales nos acogemos al Diccionario de la lengua española. Edición del Tricentenario. Madrid. Editorial Lex (2019), el término “minorías” hace referencia a los derechos humanos ya sea para cualquiera de las minorías (personas indígenas, afrodescendientes, montubios) de una perspectiva de inferioridad; ejemplos de discriminación abundan, la visión, irreprochable de las grandes mayorías y, de los estereotipos, la utilización de términos como indio, como insulto, la poca conciencia de entender lo que significa la interculturalidad, ha provocado el rechazo de las minorías en los medios de comunicación.

En este escenario se hace necesario que recordar, que la igualdad es el eje rector de los Derechos Humanos, todos somos iguales y pertenecemos a una misma especie humana. Sí hablamos de discriminación tenemos que tener en cuenta la discriminación indirecta, no obstante, es más difícil de reconocer y de excluir en los empleos.

Esta investigación pretende respetar a los grupos minoritarios con la inclusión en los medios de comunicación de la ciudad de Guaranda, a los comunicadores interculturales, quienes luchan a diario por conseguir su inclusión que les proporcione igualdad de oportunidades. El presente proyecto de titulación es de vital importancia para los grupos minoritarios y para toda la sociedad; la inclusión es sinónimo de

diversidad sin exclusión alguna, se debe resaltar que está sustentada en una realidad local fundamentada en la información bibliográfica, trabajo de campo, conceptos y demás, para lograr la inclusión de los comunicadores en la gestión de los medios radiales de la ciudad de Guaranda.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Analizar el nivel de inclusión de los comunicadores interculturales en los medios de comunicación radial de la ciudad de Guaranda

### **Objetivos específicos**

1. Fundamentar teóricamente las bases de la comunicación intercultural, mediante la revisión de fuentes bibliográficas que aporten a desarrollar una investigación clara.
2. Identificar los medios de comunicación radial interculturales y los comunicadores sociales del cantón Guaranda durante el período enero 2018 – junio de 2019.
3. Determinar la inclusión de los comunicadores interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda.
4. Analizar los resultados obtenidos de la investigación a los medios de comunicación radial del cantón Guaranda.

# **CAPÍTULO I**

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.1 Comunicación**

Ante todo, según Ongallo (2007) la comunicación es un proceso de intercambio, que se completa o perfecciona cuando se han superado todas las fases que intervienen en el mismo. Como muchos procesos, el de la comunicación puede ser interrumpido o suspendido, en función de una serie de factores desencadenantes de unas u otras reacciones. En tales casos puede establecerse que la comunicación no habrá sido completa hasta que se haya reactivado el proceso previamente en suspenso o se haya reiniciado un nuevo proceso que sustituya al anterior.

Por su parte Jackson y Slocum, (2009): “La comunicación es la comprensión, trasmisión y cambio de información de una persona a otra por medio de símbolos que tienen un significado. Se trata de un proceso para enviar, recibir y compartir, actitudes, valores, opiniones y hechos”.

De la misma manera Ramos (2011) define a la comunicación como: La facultad de coordinar nuestros esfuerzos con los demás elementos de un grupo humano radica en dos factores fundamentales: el primero es la aptitud para emplear símbolos al detallar, especificar, reseñar o explicar experiencias con el medio ambiente circundante; el segundo radica en la posibilidad de desplegar o distender un procedimiento, plan, métodos, regla o técnica uniforme o común lenguaje, el cual nos permite compartir las vivencias con nuestros semejantes.

De acuerdo a las definiciones anteriores la comunicación se desarrolla de la mano de la evolución del ser humano, como consecuencia de esto podemos comunicarnos de

muchas formas, es imposible no comunicar, inclusive con los gestos, movimientos, etc., el ser humano y todo lo que lo rodea comunica. Watzlawick et al. Jackson (1985) “Pero, puesto que incluso el sinsentido, el silencio, el retraimiento, la inmovilidad o cualquier otra forma de negación constituyen en sí mismo una comunicación”.

De todo lo anterior se desprende que a medida que pasa el tiempo la comunicación está haciendo que el proceso de la misma se base en una comunicación de retroalimentación, de modo que, no simplemente el emisor sea quien envíe el mensaje y el receptor lo reciba, sino más bien que el receptor capte el mensaje, obtenga un criterio propio y pueda retransmitir esa información. Herrera (2012) manifiesta que la comunicación no es solo informar, sino gestionar la información, para que esta pueda ser “altamente proactiva, multimedial y conjunta en sus soportes”. De manera semejante, los autores sin importar las corrientes a las que pertenezcan, parecen coincidir en que se trata de un proceso dinámico, en el que necesariamente participan una fuente o emisor que envía un mensaje a través de un canal o medio a un potencial receptor que, a su vez, puede convertirse también en emisor. García (2012) sostiene ser la posibilidad de respuesta por parte de quien recibe el mensaje y que ésta se traduzca en otro mensaje por parte de quien inició el intercambio hace que el proceso se extienda casi ilimitadamente.

En consecuencia, podemos anotar que la comunicación es el arte de interactuar e intercambiar mensajes entre emisor y receptor a través de un canal.

## **1.2 Comunicación Intercultural**

El estudio de la comunicación intercultural se ha extendido durante las dos últimas décadas. Los primeros cursos de comunicación intercultural se llevaron a cabo a mediados de los años 60 en unas cuantas universidades y escuelas de Estados Unidos. Actualmente, hay más de 500 instituciones de estudios superiores que ofrecen uno o

más cursos de la materia. En el extranjero, también se dan en diferentes universidades y colegios algunos cursos de comunicación intercultural.

Actualmente, los gobiernos y las organizaciones privadas y semiprivadas están

empezando a reconocer la necesidad de llevar la capacitación intercultural a nivel de programas para su personal directivo, y en respuesta a esta necesidad se han establecido varias organizaciones que proporcionan resúmenes interculturales, programas de capacitación y talleres y seminarios.

Alsina y Morla (2001) sostienen la información etnocéntrica o los denominados malentendidos interculturales, que afectan la mirada sobre otras culturas, están presentes en la construcción periodística. Este artículo plantea una reflexión sobre cómo los medios de comunicación o, más concretamente, el trabajo del periodista construye las otras culturas. Se verá que por lo general lo hace de manera incompleta, apelando a estereotipos simplificadores, reduccionistas e incluso estigmatizadores: el otro, por el hecho de serlo, es deficiente.

Aquí se proponen diferentes maneras de propiciar un “periodismo intercultural” En los años 80, a partir de una aproximación pluridisciplinar, se empieza a ver la necesidad de coordinar las distintas investigaciones para perfilar mejor el campo de estudio de la comunicación intercultural. Gudykunst (1985) establece cuatro diferentes áreas de estudio:

**1.2.1 La comunicación intercultural:** es la comunicación interpersonal entre pueblos con diferentes sistemas socioculturales y/o la comunicación entre miembros de diferentes subsistemas (por ejemplo, grupos étnicos) dentro del mismo sistema sociocultural.

**1.2.2 La comunicación transcultural (Cross-cultural):** es la comparación entre formas de comunicación interpersonal de distintas culturas. En este caso no se trata de analizar las interrelaciones, sino simplemente comparar las diferencias entre las propias formas de comunicación de cada cultura.

**1.2.3 La comunicación internacional:** hace referencia a los estudios de las relaciones internacionales en el ámbito de la comunicación de las masas medias desde la perspectiva

de la política económica de los medios se trataría el orden internacional de la información y la comunicación.

**1.2.4 La comunicación de masas comparada:** se centra tanto en el tratamiento diferenciado de la información de un mismo acontecimiento en medios de distintos países, como en los efectos que tiene un mismo tipo de programa en cada país.

Esta clasificación puede ser útil para dibujar el escenario de los estudios norteamericanos sobre la materia. Podría decirse que el mayor volumen de la producción estadounidense corresponde a la denominada anteriormente "comunicación intercultural" y decrece progresivamente en las siguientes.

Garzón (2001) Comunicar la diferencia es un proceso complejo, sobre todo porque requiere voluntad de interacción y superación de prejuicios y estereotipos. Además de las variables explícitas o visibles como el color de la piel o el lenguaje es posible desvelar un abanico de indicadores que incluyen desde la comunicación no verbal hasta las nociones de espacio y tiempo entre personas pertenecientes a distintos orígenes o situaciones culturales.

Garzón (2001) sostiene que la propuesta de periodismo intercultural reside tanto en la actividad ejercida por los periodistas en aquellos lugares a los que acuden como corresponsales, especialmente en zonas de conflicto, como en los encuentros que se establecen en el propio medio. En el primer apartado destacan los trabajos de Kenneth Stark, cuya actividad se centra en formar a los periodistas a conocer otras culturas para desarrollar adecuadamente su trabajo.



Desde hace al menos una década los que trabajamos en el terreno de la formación de periodistas consideramos la necesidad de incorporar la clave intercultural en el periodismo. En este sentido Sitaram y Codgell dan algunas pautas éticas para aproximar posiciones, por ejemplo, el comunicador intercultural no debe juzgar los valores, creencias y costumbres de otras culturas, de acuerdo con sus propios valores. Garzón (2001) también afirma, es necesaria la apertura para comprender las bases culturales de otros pueblos y no crear atmósferas que contribuyan al refuerzo o transmisión de estereotipos. Especialmente, los medios de comunicación deben evitar la elaboración de imágenes falsas, inapropiadas o insultantes de otros pueblos para conseguir intereses o necesidades propias.

Según Zavala et al. Córdoba (2005) señalan que no existe en realidad un marco de referencia suficientemente desarrollado y compartido acerca de la interculturalidad. Creemos que esto se debe, entre otras razones, al hecho de que la interculturalidad es a la vez un concepto y una realidad que comprobamos día a día. Al ser un concepto de las ciencias sociales, es de esperar que sea concebido de una manera diferente de acuerdo a la ideología del enunciador.

Según expone Lucas (2003) como sabemos, en ciencias y disciplinas no naturales no se opera con modelos únicos, aceptados por toda la comunidad científica. Al ser una realidad que comprobamos día a día, se nos evidencia el hecho de que la cuestión real no es el esclarecimiento de los conceptos sino la dificultad de gestionar democráticamente, en términos de igualdad e inclusión política, las manifestaciones del pluralismo.

Para Etxebarria (2003) la interculturalidad en países donde hay relaciones asimétricas entre las culturas en está ligada a la discriminación. Está ligada a la discriminación, por discriminación cabe entender todo comportamiento que supone un

trato desigual, inferiorizador que se otorga a las personas concretas a causa de su pertenencia a un grupo determinado, a veces definido por circunstancias de condición (color de la piel, lugar de nacimiento), otras por circunstancias de elección (opción política, opción sexual). En este caso, es el discriminador el que señala la diferencia del otro, la viva este como la viva, interpretándola como inferioridad o maldad que le da derecho a dominio o exclusión.

En el programa Nacional de Lenguas y Culturas elaborado por la DINEBI el 2002 se señala que la interculturalidad como concepto permite abordar críticamente la diversidad de los procesos culturales y la modalidad de sus intercambios, adoptando el paradigma de la relación intersubjetiva, es decir, del diálogo; y como práctica, constituye una experiencia aún incipiente en la que las relaciones, la comunicación y el aprendizaje entre personas y entre grupos, con diversos conocimientos, valores y tradiciones están orientados a generar actitudes de recíproco respeto e interacciones mutuamente enriquecedoras.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, podemos decir que la interculturalidad es una realidad que comprobamos diariamente porque interculturalidad en su sentido más lato hace referencia a la relación entre las culturas. Estas relaciones, en teoría, podrían ser simétricas o asimétricas. En espacios en los que se han dado situaciones de colonialismo y dominación, la situación es asimétrica y hay una cultura dominante y otra(s) dominada(s).

### **1.3 Medios de comunicación**

La palabra mediación tiene su origen en la expresión latina mediator, que, a su vez, posee dos significados que se complementan: Medio, mitad entre dos partes y medio comprendido, como canal por donde fluye algo. Aludiendo a estos dos significados, la Guía de Mediación Intercultural proporcionada por Asociación Comisión Católica

Española de Migraciones (ACCEM), define la mediación como la acción de intervenir entre dos partes cuando éstas no consiguen ponerse de acuerdo porque entre ellas existen, además de un conflicto concreto, recelos, desconfianzas, diferencias que no permiten que se dé un acercamiento para comunicarse y llegar a un encuentro. Por lo tanto, siempre necesita de una tercera persona que intervenga, y ésta tiene que crear confianza entre las partes para llegar a una solución. Según López (2014). Trabajo de grado Periodismo e interculturalidad. Universidad de Sevilla, Sevilla – España; establece que es un proceso en el cual las partes en conflicto se comunican con ayuda y guía de un mediador neutral con objeto de finalizar su conflicto, es decir, medios de comunicación son canales e instrumentos para informar y comunicar a la sociedad actual acerca de hechos o acontecimientos que suceden.

En los actuales momentos, la población en general accede a estos medios para mantenerse informados de todo tipo de acontecimientos que pueden ser: políticos, sociales, económicos, nacionales o internacionales, incluso locales. Los medios de comunicación que se dirigen a una gran audiencia se conocen como medios de comunicación masiva.

Los medios de comunicación surgen antiguamente con la existencia de pregoneros y otros tipos de comunicación grupales, pero la imprenta, inventada por Gutenberg, es considerada como el inicio de los medios de comunicación. El hecho histórico que dio origen a que miles de panfletos y periódicos comenzasen a circular y estar disponibles en el mercado. También se destaca la figura del pregonero, aquel individuo que anunciaba las noticias principales sin ningún soporte, solo a través de su voz en determinados lugares de la ciudad. El boca a boca, se considera la transmisión de fábulas, mitos, bulos en ocasiones, y se considera como otra de las formas de comunicación iniciales y de compartir ideas entre un conjunto de personas.

En la sociedad estos tipos de canales se utilizan para que las personas interactúen y acaben compartiendo criterios comunes. A través de los medios de comunicación y de las informaciones que se desprenden de ellos, los usuarios se forman una opinión general en un momento dado acerca de los conocimientos, y los juicios sobre la realidad que nos rodea Peiró, R. (2020I. Medios de comunicación).

#### **1.4 Clasificación de los medios de comunicación**

Dependiendo de los soportes utilizados los medios de comunicación se clasifican en las siguientes categorías:

**1.4.1 Audiovisuales:** Masterman (2010) define que los medios audiovisuales pueden ser escuchados y vistos al mismo tiempo. Los soportes que utilizan emiten imágenes y sonido cuyo objetivo final es transmitir información. Dentro de estos se encuentran la televisión y el cine. La televisión surgió en los años 30, consiguiendo el mayor índice de público a nivel mundial. Casi cualquier acontecimiento mundial puede ser transmitido a cualquier parte del planeta. Con respecto al cine, se relaciona más con el ocio y el entretenimiento que con la información de acontecimientos como tal.

**1.4.2 Radiofónicos:** para Masterman (2010) son aquellos que se emiten exclusivamente bajo formato sonoro. Su proceso de producción es menos costoso y más sencillo que el de la televisión. Su desventaja es que está limitado geográficamente por las señales y el sonido puede verse afectado. En la actualidad se pueden escuchar emisoras también a través de canales digitales lo que ha generado que haya un aumento de usuarios siguiendo este tipo de medios. Las plataformas en el entorno radiofónico también se han adaptado al mundo digital.

**1.4.3 Impresos:** Según Masterman (2010) dentro de esta categoría se encuentran las revistas, periódicos, folletos y todos aquellos que están realizados en papel. Es un tipo de medio que está en declive por su elevado coste de producción y por la competencia

de los medios digitales. Muchos periódicos han adaptado su información al soporte digital, dejando incluso de crear el periódico en soporte de papel. Requieren mucha mano de obra para su ejecución: editores, máquinas de impresión, correctores, redactores, fotógrafos. Todo ello aumenta los costes de producción y el público en la actualidad se decanta por informarse a través de otro tipo de canales.

**1.4.4 Digitales:** Masterman (2010) expresa que estos medios surgen en la década de los 80 con el nombre de nuevas tecnologías. En la actualidad se han convertido en líderes de información y se han expandido masivamente. Para acceder a ellos se utilizan ordenadores, móviles y todo tipo de soportes tecnológicos. Internet se ha convertido en un acceso ilimitado en el que millones de personas encuentran con mayor rapidez y accesibilidad la información que buscan.

## **1.5 Medios de comunicación de masas**

Para Ayala (2011) los instrumentos o herramientas que utilizamos para comunicar sobre cualquier tema o hecho son considerados medios de comunicación, en una explicación más desarrollada; un medio es el canal por donde viaja un mensaje desde la fuente al receptor. En un sentido más estricto, la definición no solo se refiere a los instrumentos mecánicos que transmiten y a veces almacenan el mensaje (las cámaras de televisión, los micrófonos de radio, el equipo de impresión), sino también a las instituciones que usan estos vehículos para transmitir mensajes, es decir, cuando se habla de la televisión, la radio, los diarios, las revistas, etc., se hace referencia a la gente, a las políticas, a las organizaciones y a la tecnología que se requieren en la producción de comunicación masiva.

Por otra parte, Palomares (2003) menciona: “Masa es un concepto habitualmente entendido peyorativamente en contraposición al de “individuo”, que representaría uno

de los valores centrales de la modernidad. Significaría conglomerado, rebaño, indiferenciación, carencia de criterios y de responsabilidad individual”. En ese mismo sentido los autores Janowitz (1986) definen a la comunicación de masas como: “Por comunicación de masas, o mass-media, entendemos aquellos procedimientos mediante los cuales grupos de especialistas se sirven de inventos técnicos (prensa, radio, films) para difundir un contenido simbólico a un público vasto, heterogéneo y geográficamente disperso”. Forman parte de los mass-media: la prensa, el cine, la radio, la televisión, así como los libros, los discos, las cintas magnetofónicas, los vídeos, entre otros.

De las definiciones anteriores expuestas por los diferentes autores sobre la definición de la comunicación de masas se evidencia el impacto y alcance de la misma, más aún en la comunicación intercultural, que es la interacción entre diferentes conglomerados o estratos sociales. Dentro de los medios de comunicación de masas, los mismos son productores culturales que informan, entretienen, educan e incluso, manipulan la orientación de la opinión de la población.

De igual manera Dammert (2005) afirma que: Los medios de masas no solo median entre la realidad social y la experiencia individual o colectiva, sino que al mismo tiempo son protagonistas de esta mediación a través de las distintas selecciones que llevan a cabo para enmarcar un hecho noticioso. En este propósito es indudable mencionar que los medios de comunicación de masas son una industria, misma que tiene un poder significativo en el espacio individual, colectivo y familiar.

Por su parte, Freidenberg (2004) sostiene que los mismos son mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública (elemento decisivo en el proceso de elaboración de las políticas públicas); instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales; mecanismos a través de los cuales los individuos perciben el mundo que los rodea. Es así que actualmente los medios de comunicación de masas son indispensables

en la vida de los ciudadanos, ya que a través de ellos la sociedad accede a lo que ocurre en su entorno, coteja cierta información ante diversas fuentes, y si es necesario se moviliza por una buena causa.

La sociedad piensa que los medios de comunicación de masas tienen un papel fundamental en la vida de cada individuo, y en ese sentido tienen razón, pero cabe mencionar que a pesar de que los medios de comunicación de masas deberían ser portavoces y representantes de dichas masas, varios de estos medios se inclinan y sobreviven en función de la capacidad de venta, es decir cubren los intereses y políticas de las empresas a quienes representan.

Igualmente, según Freidenberg (2004) en el escenario mediático, los ciudadanos se comportan como describiera Platón en el Mito de las Cavernas respecto a los habitantes de “La República”: son meros espectadores de las imágenes que se proyectaban en la pared, con muy pocas posibilidades de ser actores de esas imágenes. El espectador no ve las cosas ni las situaciones reales sino hechos y situaciones ficticias, ve imágenes que se proyectan y que han sido seleccionadas para él.

Las personas observan los dibujos en la pared y creen en esas representaciones, pero a diferencia de los cautivos de la caverna pueden decidir ir más allá o, sencillamente, no mirar hacia la pared. Por otra parte, conocer el rol de los medios de comunicación de masas es importante, ya que mediante este análisis podemos comprender como afecta en el pensamiento de cada uno de los individuos.

Los medios desarrollan tres papeles sustantivos en cualquier sistema político moderno ya que son: eco, comparsa y protagonistas (Vallés, 2000, pp. 362). En la mayoría de las situaciones, los medios son responsables de transmitir el eco de lo que otros actores comunican: los dirigentes, los partidos, el gobierno, los ciudadanos. En

otros casos, los medios acompañan como comparsas a otros actores: se convierten en sustento de otros que apoyan o critican a los que representan a las instituciones, a sus políticas o a otros actores del sistema. En algunas situaciones, los medios se convierten en protagonistas cuando desarrollan una actuación o una estrategia propia promoviendo una determinada política, candidato o lucha contra una injusticia (por mencionar algunos). Sobre la base de las consideraciones anteriores los medios de comunicación también tienen un papel importante como agentes de movilización. Ellos dan visibilidad a los actos participativos, especialmente si estos son de protesta. A manera de colofón indicamos que los medios son los principales agentes del cambio en la percepción social y en el tratamiento de la comunicación intercultural en nuestro país.

Actualmente podemos distinguir tres grandes grupos de medios de comunicación masiva, de acuerdo al rol que cumplen en nuestras vidas:

**1.5.1 Medios de información masiva:** según Suca (2020) son cuando cuyo emisor puede alcanzar numerosos receptores en un acto informativo normalmente cotidiano, regular y unidireccional (sin intercambio de roles).

**1.5.2 Medios de comunicación interpersonal:** Suca (2000) expresa que conectan a dos o más personas de manera privada y a menudo íntima, permitiendo el intercambio de roles (bidireccionalidad).

**1.5.3 Medios de entretenimiento:** Según Suca (2000) cuyo alcance suele ser masivo y estar orientado al ocio y el disfrute, a menudo de la mano de las artes, la cultura de masas o las formas contemporáneas de comunidad.

## **1.6 Tipos de medios de comunicación**

Es de gran importancia formar una visión crítica y una actitud de indagación frente a la información presentada, tener conocimiento de los medios masivos de comunicación y cuál es el proceso informativo, lo que facilitará la comprensión de la realidad y la



estructura de argumentos para la toma de decisiones. Dentro de los medios de comunicación masiva de acuerdo a Suca (2000) tenemos:

**1.6.1 La televisión:** Forma parte de los medios de comunicación convencionales, que son aquellos que se difunden de manera masiva. Éste es uno de los medios de comunicación de mayor importancia en lo visual por su fácil acceso, permite que millones de personas de todo el mundo puedan recurrir a él inmediata y fácilmente.

**1.6.2 La radio:** Ha sido considerado como el medio de comunicación más masivo e importante de todos e incluso, en la era de las nuevas tecnologías sigue ocupando su lugar de importancia. Es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales de manera gratuita y con mayor capacidad de cobertura.

**1.6.3 La prensa:** Tras la aparición en 1444 con la imprenta, la prensa comenzó a convertirse en el medio más importante para el periodismo y la comunicación de opinión para las masas. La prensa impresa basa su mantenimiento en la publicidad, debido a los altos costos de los materiales, ahora la prensa digital ha permitido informar a más bajos costos y con mayor inmediatez.

**1.6.4 El cine:** Este medio de comunicación tuvo gran trascendencia durante la Segunda Guerra Mundial debido a que fue utilizado como medio de comunicación e información a través del cual, las tropas en territorio se enteraban de los pormenores de la guerra. El cine es la comunicación a través de imágenes o fotografía, es un lenguaje que al mismo tiempo es comunicativo (por que comunica y expresa algo) y estético (por que no es comparable a las lenguas habladas porque no es un sistema de signos homogéneo), las múltiples dimensiones que alberga este medio de comunicación posibilitan una riqueza narrativa, lo que lo ubica como el séptimo arte y el medio de expresión característico del siglo XX.

**1.6.5 La web:** cabe indicar que hoy en día se considerada la web o La Internet como un medio de comunicación masivo debido a su gran expansión e impacto en la sociedad, fue concebida inicialmente como un sistema militar de telecomunicaciones, pero este se desbordó de tal manera que se hizo popular y llegó a todos los públicos. Creando un territorio virtual sin barreras culturales o políticas, aunque sí tecnológicas. A diferencia de los otros medios aun es difícil definirla en su totalidad por todo lo que abarca. Sus características son: Estructura descentralizada, horizontal, abierta, sin fronteras, inmediata, anónima, bidireccional y comercial.

## **1.7 Teorías de la Comunicación de masas**

El análisis de la influencia de los medios de comunicación sobre las audiencias resulta una tarea sumamente compleja. Durante el pasado siglo XX hemos asistido a una multitud de intentos de explicar los efectos que la comunicación de masas produce sobre las audiencias. Desde las clásicas teorías que, en los años previos a la II Guerra Mundial, proclamaban la omnipotencia del poder de los medios, pasando por las teorías de los efectos limitados, hasta la etapa posterior a los años setenta de donde se formulan teorías de mayor actualidad como las de la agenda setting, la espiral del silencio o la teoría del framing que, adoptando una posición intermedia, reconocen la importancia de los efectos de los media bajo determinadas circunstancias contextuales podemos identificar diferentes patrones de influencia.

En consecuencia, podemos encontrar distintas propuestas técnicas y metodológicas para el análisis de los efectos de los medios de comunicación de masas, así como para la captación sus efectos sobre las audiencias. Las principales teorías podemos enlistar a continuación:

**1.7.1 Modelo hipodérmico:** conocido como el poder de los medios de comunicación, en una primera fase, situada entre comienzos del siglo XX y los años treinta, el estudio

de los efectos de los medios de comunicación de masas sobre las audiencias se encontraría dominado por el denominado modelo hipodérmico. En esta época existía una creencia ampliamente generalizada sobre las capacidades y el poder de los medios a la hora de dar forma a las opiniones y actitudes de los actores sociales en función de la voluntad de sus controladores (Bauer and Bauer, 1960). Como indica McQuail (2000), este punto de vista se basaba más en la observación de la popularidad de la prensa y de los nuevos medios (tanto fílmicos como radiofónicos) en estos años, más que en la investigación científica (Álvarez Gálvez, J. 2012 pp. 93-119).

En estos años, la introducción de las técnicas de las técnicas de propaganda política en la Primera Guerra Mundial, así como en la emergencia del nuevo régimen soviético, parecían respaldar la omnipotencia del poder de los nuevos medios de comunicación de masas. De acuerdo con las teorías presentes en las ciencias sociales del momento, se pensaba en las audiencias como en un elemento pasivo. Como ya indicara (Alsina, 1996 pp.55), se suponía que la audiencia “pasiva, homogénea y masificada”, carecía de respuesta ante los mensajes.

**1.7.2 El modelo de los efectos limitados de los medios de comunicación de masas:** a partir de los años treinta, concretamente, con el paulatino aumento de la investigación empírica sobre la influencia de la media en las audiencias, las bases del modelo hipodérmico comienzan a ser puestas en duda. Los modelos conductistas que ponían todo su énfasis en las características biológicas de los individuos de cara a desvelar los comportamientos serán duramente atacados por nuevas ideas. Así, se empiezan a reconocer la influencia del entorno ante la emergencia de diferencias individuales.

De hecho, es en esta misma época cuando se crea la teoría del aprendizaje y los postulados cognitivistas. En esta segunda etapa se comienzan a hacer estudios de sobre

la influencia diferentes medios y contenidos o, por ejemplo, estudios sobre los efectos de las películas en niños y jóvenes (Álvarez Gálvez, J. 2012 pág. 93-119). Se llevan a cabo trabajos sobre el grado de efectividad de las campañas políticas (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944). Esta etapa de estudio continuaría hasta los años sesenta.

**1.7.3 La comunicación persuasiva o el modelo de las 5 W:** Otra etapa, inserta en el marco de la sociología funcionalista de los medios, daría lugar al denominado modelo de las 5 W: ¿Quién dice Qué, a Quién, mediante Qué canal y con Qué efectos? (¿Who says What to Whom through Which channel with What effect?). Smith, Lasswell y Casey (1946). fueron los autores que darían vida a este enfoque. En este caso, como indican D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg (2007), esta fórmula resultaría de gran utilidad ya que permitió identificar los diferentes elementos que intervenían en el proceso comunicativo (comunicador, mensaje, audiencia, canal, efectos). Esta nueva mirada permitía el estudio “separado” de todos aquellos componentes que hacían posible la comunicación. Ahora la persuasión sería el objeto de estudio por antonomasia.

**1.7.4 El modelo de los usos y gratificaciones:** En los años cuarenta, paralelamente al desarrollo de las nuevas teorías de los efectos “limitados” y las más recientes de la comunicación persuasiva, comenzarían a aparecer nuevos modelos, que el lugar de poner el énfasis en cómo los medios de comunicación de masas influían en las personas, se centraban en el uso que éstas hacían de los medios. Ahora las miradas no se centrarían en qué los medios de comunicación “hacen a la gente”, sino en qué es lo que la gente hace con los medios” (Katz, E. Blumler, J. Gurevitch 1974, pág. 19-32).

En este contexto sería donde emergería el modelo de los usos y gratificaciones. Este modelo asume la existencia de una relación entre los medios y el público, sin embargo, en este caso, se habla de una relación indirecta entre mensajes y efectos que se

encuentra mediada por el tipo de uso público hace de dichos mensajes (Katz, E. Blumler, J. Gurevitch 1974, pág. 19-32).

La información, desde esta perspectiva, será considerada como una necesidad personal que precisa de satisfacción. Esto trae como consecuencia, a diferencia de los modelos anteriores, el considerar al público como un elemento “activo” en el proceso de recepción de mensajes. Un individuo que, en función de sus necesidades, dirigirá su atención hacia ciertos contenidos y mensajes, lo que implicará la realización de ciertos usos para obtener ciertas gratificaciones que puedan satisfacer las carencias iniciales. Como indica McQuail (2000), la cuestión central que da sentido a esta perspectiva de investigación es “¿por qué la gente usa los medios de comunicación y para qué los usan?”.

**1.7.5** De la perspectiva a los enfoques críticos y culturales: si en los Estados Unidos el funcionalismo era el paradigma dominante de las ciencias sociales, teniendo en sociología la figura de Talcott Parsons como referente. En Europa, frente a la Gran Teoría de Parsons que ponía su énfasis en la cohesión y en la funcionalidad de la sociedad como sistema, germinó una corriente teórica de ideas radicalmente contrapuestas al enfoque parsoniano (a pesar de que también tuvo una amplia aceptación). Así, aparece la denominada teoría crítica que tendría sus orígenes en la Escuela de Frankfurt y que estaría representada por autores como Adorno, Horkheimer, Marcuse, Habermas, entre otros.

Esta perspectiva, tomando ideas del marxismo y los estudios sobre el inconsciente de Freud, comprenderá la comunicación de masas como un fenómeno que emerge en una estructura social de clases de carácter asimétrico. En este sentido, desde este punto de vista, los medios de comunicación de masas son entendidos como instrumentos que están al servicio de la clase dominante (propietaria de los medios), contribuyendo a la

reproducción de las relaciones de producción y, por lo tanto, la estructura social de clases (Wolf, 1996). Así, se percibe negativamente a los medios de comunicación debido a que representan la ideología de la clase dominante.

**1.7.6** La teoría de la espiral del silencio: el establecimiento de la espiral de la agenda priming y framing, en las últimas décadas del siglo XX encontramos un conjunto de teorías de carácter más actual: teoría de la espiral del silencio Noelle - Neuman (1974); teoría de la agenda setting McCombs y Shaw (1972), teoría del priming Iyengar y Kinder (1987); y, finalmente, la teoría del framing Entman (1993); Scheufele (1999); Tankard (2001).

En cierto modo, mientras que las teorías de la agenda setting, priming y framing guardan una estrecha relación entre sí a consecuencia de que se hallan basadas en presupuestos teóricos y tipos de efectos claramente relacionados, la teoría de la espiral del silencio no encaja muy bien dentro de este grupo de teorías. No obstante, frente a las teorías de los efectos limitados, presenta la similitud de que se produce una vuelta a poner el énfasis en el poder de los medios de comunicación (Álvarez Gálvez, J. 2012 pp. 93-119).

La teoría de la espiral del silencio fue creada por la politóloga Elisabeth Noelle-Neumann (1974; 1991). Esta teoría sostiene que los individuos, calibrando el “clima de opinión” de un determinado momento, tenderán a exteriorizar sus opiniones (sólo) si consideran que éstas son compatibles con la opinión socialmente mayoritaria. Mientras que, al contrario, no expresarán su parecer si suponen que sus argumentos son incompatibles con los del grupo mayoritario.

Esta hipótesis se fundamenta en los siguientes supuestos teóricos Noelle-Neumann, (1991):

- a) La sociedad amenaza a los individuos desviados con el aislamiento.
- b) Los individuos experimentan un miedo continuo al aislamiento.
- c) Este miedo al aislamiento conduce a que los individuos intenten evaluar continuamente el clima de opinión.
- d) Los resultados de esa estimación influye en su comportamiento en público, especialmente en la voluntad o no a expresar las opiniones de modo abierto.

Este enfoque teórico propone que las personas, con intención de evitar al aislamiento social, actuarán evaluando el estado de opinión de su entorno. Ahora bien, según esta

autora el clima de opinión dependerá de los medios de comunicación, ya que son la fuente principal en el proceso de generación de opiniones. Así, según Noelle – Neuman, los medios de comunicación limitarán la percepción de los fenómenos sociales mediante la exposición de las principales alternativas posibles y, paralelamente, las capacidades de los individuos de cara a la generación de juicios independientes. En definitiva, un proceso en espiral que dificulta (o, mejor dicho, silencia) el surgimiento de opiniones y puntos de vista alternativos de acuerdo a Álvarez Gálvez (2016). Las teorías de la agenda setting, priming y framing, a diferencia de la espiral del silencio, presentan grandes semejanzas que tienen como punto de convergencia la estructura y contenido de las informaciones, concretamente de las noticias en los diferentes medios (Álvarez Gálvez, J. 2012 pp. 93-119).

### **1.8 La teoría de la agenda setting**



Propuesta por McCombs y Shaw (1972), se basa en la idea de Cohen (1963) acerca de la importancia de los medios de comunicación, no para decirnos qué pensar, sino para indicarnos sobre qué pensar. En efecto, como indica McCombs (2004), la mayor parte de los conocimientos que las personas poseen sobre los fenómenos sociales que acaecen a su alrededor no provienen de la experiencia personal directa sino de los medios de comunicación, que constituyen la principal fuente de información. En este sentido, los medios de comunicación actuarían estableciendo una lista de temas relevantes (en la medida de sus propios criterios de selección temática) que acabaría por condicionar la aproximación de los actores a la realidad social de su entorno. Así, los medios de comunicación determinarían la saliencia (o grado en el que un tema de la agenda es percibido como relativamente importante por el público) en función de lo que consideran temáticamente más importante, a decir de McCombs y Reynolds (2002).

Por consiguiente, el poder de los medios de comunicación se derivaría de su propia capacidad para dirigir la mirada del público hacía unos temas u otros.

## **1.9 La teoría del priming**

De acuerdo a lo expuesto por Fiske y Taylor (1984); Iyengar y Kinder (1987) tendrá su origen en la teoría del aprendizaje social y centrará su atención en ciertos aspectos del establecimiento de la agenda. En este caso, el efecto priming hace referencia al modo de interpretar y recuperar la información a nivel cognitivo. Desde esta teoría, se piensa que

los medios de comunicación no sólo establecen la agenda de temas de interés para el público, sino que también influyen en la capacidad de evaluar las informaciones mediante la activación de cogniciones y sentimientos semánticamente relacionados a los estímulos presentados en los medios.

Así, para Collins y Loftus (1975) desde un enfoque cognitivista, se parte de la hipótesis de que el establecimiento de la agenda que realizan de los medios de comunicación influye en el modo de procesar la información que tienen las personas. Iyengar y Kinder (1987), llegan a la conclusión de que los medios influyen los modos de juzgar la información del público. Esto es, los medios de comunicación no sólo especifican aquellos temas sobre qué pensar, sino también dirigen la atención en mayor o menor medida hacia determinados temas, lo que, en última instancia, implica cambios en los modos que las personas tienen para evaluar dichos temas. Aquellos temas más salientes (o de mayor actualidad) en la agenda serán los que, probablemente, las personas tenderán a emplear debido a su mayor accesibilidad (disponibilidad o proximidad) cognitiva en el momento de tomar ciertas decisiones o evaluaciones sobre un tema determinado Berkowitz y Rogers (1986); Álvarez-Gálvez (2012, 2013).

### **1.10 La teoría del framing**

Hará referencia al modo mediante el cual los medios de comunicación construyen explicaciones de los acontecimientos. Como indican D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg (200) pp. 135), además de indicarnos “acerca de que pensar” y de aumentar la saliencia o activación de unos temas sobre otros, “los medios de comunicación también nos brindan explicaciones sobre las causas y consecuencias relacionadas con las cuestiones destacadas en sus agendas”. Esta perspectiva se basará en la premisa de que el modo de encuadrar la información que realizan los medios de comunicación afecta a cómo los mensajes son recibidos por el público (Álvarez-Gálvez, 2009, 2010; 2014 pp.

919-932). Así, el efecto framing se podría considerar, hasta cierto punto, como un efecto de segundo orden en relación al efecto de establecimiento de la agenda, de primer orden (McCombs, 2004 pp. 7-37).

Por supuesto, para Entman (1993) citado por Álvarez (2012) también podemos encontrar otras opiniones que afirman la independencia de esta perspectiva con respecto al modelo de la agenda setting. Autores que proponen la teoría framing como un paradigma con entidad propia, ya que entienden que ambas teorías están basadas en diferentes premisas. No obstante, sea el framing un efecto de primer o segundo orden, lo que nos interesa, en este caso, es la importancia de los medios de comunicación a la hora de definir y, por lo tanto, establecer el marco de referencia desde el cual los acontecimientos serán evaluados.

### **1.11 La industria cultural**

La industria cultural habla de una industria que pertenece al sistema en general, cuyo objetivo principal es vender productos a través de los medios de comunicación, tiene una función claramente ideológica: inculcar en las masas al mismo sistema y asegurar su obediencia a los intereses del mercado (Ruétalo, 2009 pp. 54). En este aspecto, Brito et al. Saudia (2015) dice que esta categoría articula a la cultura del sistema capitalista, es decir, es un producto más a la que hay que impulsar desde un modo industrial, establecen una hegemonía en la producción y distribución de la cultura en una lógica mercantil. En este mismo sentido y desde una mira marxista hay un pensamiento fatalista donde la revolución del proletariado es anulada; ya que al producirse la cultura con un fin de lucro esta carece de todo valor estético e imponiéndose una cultura masiva en reemplazo de una letrada.

La industrialización de los medios de comunicación con la lectura de masas ha creado un agotamiento de los valores y tradiciones burguesas y la imposición de nuevos estilos

de vida y gustos. “a través de las *stars* y el erotismo, de los deportes y las revistas femeninas, de los juegos y las variedades, la cultura de masas ha exaltado la vida de ocio, la felicidad y el bienestar individuales, han promovido una ética lúdica y consumista de la vida”.

En gran medida, la cultura de masas, estuvo consolidada tanto por la televisión y el cine, para Eric Macé (1993, pp. 188) estos constituyeron las figuras históricas que posibilitaron una monopolización de un gusto y una estética provenientes de las clases elitistas hacia las populares, y que dieron paso a una nueva narrativa mediática que Humberto Eco ha denominado como “Neo televisión”, donde la televisión y el cine ya no constituye una “ventana al mundo”, sino que hoy han creado su propio mundo de narrativas, imágenes, cercanas al pueblo, y donde los sujetos constituyen los principales protagonistas.

Para Brito et al. Saudia (2012) en gran medida, la vida cotidiana ha sido transformada, por la consolidación de los medios de comunicación como narradores de las historias sociales, lo que se engloba como culturas mediáticas. Cabe mencionar que la sociedad está en un proceso de reinversión de la escritura se está pasando a lo visual y oral, es aquí en donde los medios de comunicación juegan un papel importante ya que se convierten en un canal de distribución accesible para la mayoría de la población.

Lo dicho anteriormente se puede interpretar como una sociedad de masas expresivas

y que lo importante es expresarse; en este mismo sentido las culturas mediáticas expresan

una sociedad del gusto, una sensación individual de placer, un procedimiento colectivo, que expresa una sensación de pertenecer a algo y de compartirlo con otros.

### **1.12 Comunicador social**

Se considera comunicador social a una persona como organización que se dedica a transmitir eficientemente un mensaje a un público objetivo a través de un medio de comunicación; también es quien realiza un trabajo social para informar, expresar y convencer en cualquier medio masivo de comunicación.

Se entiende por comunicación como el ejercicio del entendimiento, expuesto en Social (2020) teniendo como objeto de estudio la relación entre el ser humano y la información. El comunicador social es el constructor e ideólogo de cada uno de los mensajes que se emiten, bien puede ser desde un medio de comunicación o una organización.

### **1.13 Periodismo**

Se entiende como periodismo al oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. Aunque el objetivo del periodismo, como anteriormente se mencionó, es el de relatar lo que ocurre en la sociedad, hay varias formas de hacerlo; es decir, existen diversas clases de periodismo dependiendo del tema que se toque y de la manera como se exprese. Las dos grandes clases de periodismo existentes son la del periodismo informativo y la del periodismo investigativo Catholic (2020).

Es muy importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar comunicación social, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está realizando, pues si bien es cierto que

conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla cuando y en dónde Catholic (2020).

En el orden de las ideas anteriores podemos decir que el periodismo tiene como objetivo, el relatar lo que ocurre en la sociedad, hay varias formas de hacerlo; es decir, existen diversas clases de periodismo dependiendo del tema que se toque y de la manera como se exprese. Las dos grandes clases de periodismo existentes son la del periodismo informativo y la del periodismo Catholic (2020).

La primera, como su nombre lo indica, consiste básicamente en informar hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para el público en general. Su interés primordial es localizar sucesos presentes sobre un personaje o sobre un acontecimiento. La tarea más importante que ha de cumplir esta clase de periodismo es lograr que lo que se narre sea actual, a la vez que genera cierto impacto en el público, pues de lo contrario el carácter noticioso del periodismo informativo se perdería. Por su parte, el periodismo investigativo, aunque también busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica que no sólo tiene en cuenta al presente sino que también se remite al pasado, a las causas que generaron un hecho en particular. Su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, de pistas, de personajes, de testimonios (Garzón, Estrella Israel, 2001 pp. 9).

Se debe indicar que esta clase de periodismo no necesita como materia prima una noticia, pues aunque a partir de ésta pueda igualmente desarrollarse, el periodismo investigativo puede, por sí solo, generar una noticia. Para ser más claros, puede crearse noticia a partir de una investigación sobre un tema que en determinado momento no tiene importancia en la sociedad, ya sea porque dicho tema resulta ser relevante para

una situación que se vive en la actualidad a pesar de que ello no se sabía, o porque se había olvidado y el periodista, mediante su investigación, le da la importancia que se merece y logra que la comunidad en la que acontece dicho tema tome conciencia acerca de él (Garzón, Estrella Israel, 2001 pp. 9).

#### **1.14 Periodismo comunitario**

Carballo (2011) define al periodismo Comunitario como, la oportunidad que tienen muchos pueblos de mostrar y contar a otras personas lo que sucede en su comunidad, en efecto consiste en darle un espacio a cualquier miembro de determinada comunidad que tenga algo que decir, rompiendo el esquema de los medios masivos. Es evidente entonces que se trata de un nuevo tipo de comunicación basada en el contenido procedente del ciudadano, que ya no se limita a ser un consumidor pasivo, sino que participa en la generación de información; en este propósito consiste en que son los ciudadanos (y no las empresas de comunicación) quienes recogen, analizan y difunden la información de forma independiente. Entonces se puede decir que el Periodismo Comunitario es una nueva versión del periodismo tradicional por medio de la cual los ciudadanos, miembros de una comunidad, pueden dar a conocer información relacionada con su entorno inmediato, dejando así de ejercer el rol típico de “Lector” para pasar a tener un papel más activo en la generación del reportaje para su posterior difusión.

En el mismo sentido Carballo (2011) dice, los grandes avances tecnológicos en la actualidad también sugieren mayores beneficios e incentivos a la práctica del Periodismo Comunitario. Cuando se habla de los instrumentos del Periodismo, lo primero que viene a la cabeza es un suceso noticioso, lápiz, papel, grabadora, micrófono, videocámara, etc. Todos estos típicos del periodismo tradicional. Pero si se habla de periodismo comunitario, ¿Cuáles serían los instrumentos de trabajo? Y la

respuesta puede ser tan sencilla como un teléfono celular. Esto se debe a las nuevas bondades que ofrecen estos dispositivos gracias a los avances tecnológicos, podemos tener una cámara de alta resolución, capacidad de almacenamiento de notas de voz, block de notas, agenda y conexión a internet, todo integrado en un solo dispositivo.

Carballo (2011) hace hincapié que, actualmente ya no es necesario esperar “revelar un rollo fotográfico” para tener acceso a las fotografías deseadas, actualmente las cámaras digitales permiten enviar las fotos vía internet a una computadora a kilómetros de distancia o simplemente transferirlas por medio de algún puerto al ordenador; significa entonces que, los dispositivos móviles ofrecen grandes ventajas al momento de captar información, recibirla o enviarla. Y el conjunto “dispositivo móvil-Internet” se convierte en las herramientas de trabajo de un ciudadano que se interese por hacer periodismo para su comunidad, o el estudiante que se ve motivado a desarrollar un tema de interés universitario, o aquel aficionado a la política quien expresa sus opiniones en un blog.

### **1.15 Ley Orgánica de Comunicación**

En lo referente al tema objeto de la presente investigación, la Ley Orgánica de Comunicación refiere en los artículos siguientes:

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social. - Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas (Nacional, Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y



difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su contenido comunicacional, bajo los parámetros que establezca el Reglamento, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación (Nacional, Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

La investigación y producción de contenidos para la difusión que se refiere el inciso anterior será prioritariamente realizada por los titulares de derechos colectivos.

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que se le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de derechos en conformidad con sus competencias (Nacional, Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

La Ley Orgánica de Comunicación (Asamblea, 2013) LOC, Principio de interculturalidad y plurinacionalidad. - El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Así también la LOC contempla que todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio del 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio.

La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos.

Además, la LOC, en lo referente a la composición laboral de los medios de carácter nacional. - Los medios de comunicación social de carácter nacional conformarán su nómina de trabajadores con criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres, interculturalidad, igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad y participación intergeneracional. Así también la LOC fija como uno de los objetivos de los medios de comunicación es el de fomentar la igualdad de género y la interculturalidad.

### **1.16 Inclusión**

En efecto utilizamos el concepto de inclusión como una mera “suma” o “adición” de alguien o algo, cuando en realidad es una idea que abarca aspectos sociales bastante más

profundos. El principal pilar de la inclusión es el reconocimiento de que todas las personas tienen habilidades y potencialidades propias, distintas a las de los demás, por lo que las distintas necesidades exigen respuestas diversas o diferentes. La inclusión busca que se fomente y garantice que toda persona sea “parte de” y que no permanezca “separado de”.

Inclusión, por lo tanto, significa que los sistemas establecidos proveerán acceso y participación recíproca; y que tanto el individuo con discapacidad y su familia tengan la posibilidad de participar en igualdad de condiciones.

En este mismo sentido, la UNESCO, define a la inclusión como un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades.

En consecuencia, de esto, la inclusión nos permite:

- Disfrutar de un mundo más equitativo y respetuoso frente a las diferencias.
- Beneficiar a todas las personas sin perjuicio de sus características, es decir, sin etiquetar ni excluir.
- Proporcionar un acceso equitativo, revisando procesos constantemente y valorando el aporte de cada persona a la sociedad.

### **1.17 Equidad pueblos y nacionalidades indígenas**

Las Nacionalidades y pueblos indígenas del Ecuador han resistido formas de dominación, explotación y discriminación desde la colonia, durante más de cinco siglos ha presentado el genocidio y etnocidio contra la humanidad, en particular el mundo indígena; hemos sido aniquilado parcialmente, en ABYA-YALA. Las huellas,

construcciones de edificios sagrados, los caminos, los hallazgos expresan vivamente sobre el origen de los conocimientos y de la tecnología indígena en el pasado y en el presente.

Según Villavicencio (2020) en sus estudios realizados sobre pluriculturalidad e interculturalidad en el Ecuador: el reconocimiento constitucional de la justicia indígena, manifiesta que, los grupos sociales andinos nunca constituyeron una gran nación, tanto en lo que hoy es el Ecuador como en general en América Latina. Es en la constitución misma, desarrollo y consolidación del Estado Nacional que los Movimientos Indígenas, histórica y contemporáneamente, adquieren un proyecto nuevo y diferente. En este contexto, por un lado, lo étnico sólo puede ser comprendido de modo coherente en referencia al Estado. El fenómeno étnico no es solamente un problema cultural, sino que es también un problema de la sociedad en su conjunto y de la diferenciación social alcanzada por y al interior de la formación social.

Por lo tanto, es en la misma construcción de la nación y de su rica diversidad social, étnica y cultural, inclusive como proceso inacabado, la que confiere un carácter nacional y contextualidad a la cuestión indígena, con sus demandas y reconocimientos.

En una sociedad fragmentada, como la ecuatoriana, van generándose elementos de identificación en un largo trajinar histórico. En donde se pasa de una “visión del otro” a un “proyecto histórico para sí”, como lo señala Hernán Ibarra. Como sostienen varios autores, la “Política de la Identidad” designa acciones individuales y colectivas que se expresan, tanto en lo privado como en lo público, en la constitución de identidades. Se trata de acciones sociales y políticas que se definen en algún ámbito del poder.

En esta perspectiva, los movimientos étnicos, en general, van más allá del enfoque identitario, ya que se manifiestan también en: Formas más complejas de organización;

niveles locales y regionales de participación; y, un cuestionamiento a la vertebración, organización y funcionamiento del Estado Nacional existente.

Por su parte Villavicencio (2020) con relación al Derecho, sostiene que, se debe reseñar que es ante todo un fenómeno social, además; está conformado por un conjunto de reglas obligatorias, determinantes de relaciones sociales impuestas permanentemente por el grupo al que se pertenece. Toda sociedad tiene su derecho, como es el caso de los pueblos indígenas, en las Sociedades Indígenas hay un derecho consuetudinario ancestral, de transmisión oral, que responde más a un código moral de justicia, está basado en las costumbres y la tradición.

La aceptación y respeto de las reglas de este derecho consuetudinario, y de su institucionalidad, se basan en sustentos objetivos de poder y autoridad, pero también en mecanismos subjetivos de solidaridad, cooperación, reciprocidad y el respeto de las reglas establecidas emana de la colectividad.

### **1.18 Discriminación cultural**

La discriminación cultural, es un aspecto relacionado con la ausencia de equidad, consiste en el conjunto de prácticas que niegan o impiden el goce de derechos en razón de diferencias étnicas o culturales, y que están fundadas en actitudes que comprenden tales diferencias como prejuicios y estereotipos socialmente generalizados.

De acuerdo con Iturralde (2000), la discriminación puede estar enraizada todavía en una actitud racista, pero hoy es más explícita la intolerancia respecto de las diferencias étnicas y culturales, aunque estas no sean más percibidas como diferencias raciales. Se trata de una actitud dominante en los actores políticos y en la opinión pública, que consiste en la negación del derecho de los diferentes a participar del proyecto nacional (su construcción y sus beneficios) desde sus particularidades, ejerciendo un grado razonable de autonomía y reteniendo el control de los recursos y de los procesos

sociales y culturales enraizados en sus territorios. Desde este punto de vista la discriminación consistiría en el hecho explícito e intencionado de no marcar la diferencia.

En consecuencia, Villavicencio (2020) establece que, el reconocimiento constitucional de derechos colectivos para los pueblos indígenas es un avance en la comprensión del pluralismo de la sociedad ecuatoriana. La unidad de lo diverso, principio sobre el cual descansa este reconocimiento, supone una modificación de las relaciones entre los distintos: la interculturalidad, entendida no solo como el respeto y la tolerancia de lo diverso, sino además como un proceso de modificación de las partes en relación. Se trata de un diálogo sobre lo que cada cual puede aportar en una relación intercultural, relación en la que también existen factores en los cuales cada parte puede perder o ceder.

Clavero (1997) expresa, los pueblos y nacionalidades indígenas históricamente se han constituido en reservorio y fuente constante de valores, normas, conductas y tecnologías para el desarrollo nacional. Pero no siempre han sido tratados con equidad ni se les han brindado las oportunidades para su desarrollo sostenible tanto por parte del Estado como de la sociedad civil. Por ello, ahora más que nunca, frente a los desafíos que impone la globalización y dada la crisis por la que atraviesa nuestro país; es imprescindible tener una comprensión nacional de nuestra historia fundada en valores propios y ancestrales que bien nos puede ayudar para plantearnos de mejor manera la consecución de metas de desarrollo equitativo, plural e intercultural.

### **1.19 Discriminación por género**

Discriminar a alguien quiere decir someterle a un trato desigual, en la mayoría de constituciones de países democráticos se prohíbe explícitamente la discriminación por razones de sexo, raza, religión o creencias. Se trata de una propuesta que, en caso de

incumplimiento, puede ser sancionada por la ley. Debiendo recalcar que, el problema de la discriminación de género no es la ley, sino lo que sucede en algunos contextos reales, para que algo no suceda, no basta con que lo castigue la ley, es necesario que la propia dinámica social impida la discriminación.

La discriminación de género se refiere, lógicamente, a cualquier acción en la que un hombre o una mujer se encuentren en situación de desigualdad por pertenecer a un sexo u otro. Esta es la idea general, pero en la práctica se refiere esencialmente a la discriminación de la mujer en la sociedad. Es indudable que la legislación y los comportamientos colectivos han permitido que la mujer vea reconocido sus derechos en todos los ámbitos: en el trabajo, en el contenido de las leyes y en todas las circunstancias de la vida. Sin embargo, todavía hay aspectos que deben mejorar.

Cuando una mujer está embarazada, la legislación laboral la protege para que no pueda estar perjudicada por esta circunstancia, aunque en la práctica hay empresarios que prefieren no contar con el trabajo de una mujer embarazada.

Hay actividades laborales que tradicionalmente han sido realizadas por hombres y la incorporación de una mujer supone la ruptura de esta tradición. Este es otro ejemplo de discriminación. Algo muy parecido ocurre en relación con algunas costumbres o festividades, que están pensadas para la participación masculina en exclusiva; ante este tipo de realidades, algunas asociaciones de mujeres intentan corregir esta tendencia y reivindican una mayor presencia femenina.

En los últimos años, la discriminación de género la padecen otros colectivos, por ejemplo, los transexuales, este grupo también está luchando por un mayor reconocimiento y, sobre todo, para no ser víctimas de ningún tipo de discriminación debido a su sexualidad. Una de las medidas que se han incorporado para reducir o evitar la discriminación de género, es la puesta en marcha de la discriminación positiva, es

decir, dar más valor a la condición femenina para compensar su situación de desigualdad inicial.

### **1.20 Plan Nacional de Desarrollo**

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

La Constitución de Montecristi de 2008 es el fundamento de la sociedad que queremos alcanzar, una sociedad orientada hacia un nuevo régimen de desarrollo que sea inclusivo, equitativo y solidario. Un nuevo modelo que permita el desarrollo sostenible del país a largo plazo, en una relación armónica entre el ser humano y la naturaleza. Queremos una sociedad en la que las personas puedan satisfacer sus necesidades y alcanzar una vida plena y una muerte digna. Una sociedad en la que verdaderamente se garanticen los derechos de todas y todos, libre de todo tipo de violencia y discriminación. Queremos un país en el que se garanticen plenamente los derechos de las personas durante toda su vida.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, Objetivo2: Afirmar la interculturalidad

y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas: Ecuador dio un salto cualitativo al pasar a ser un Estado plurinacional, puesto que se contrarrestaron las formas homogeneizantes de concebir a la sociedad y sus instituciones. La sociedad es plural y se sostiene sobre sus diferencias, lo que necesariamente repercute sobre la estructura estatal y las formas de relacionamiento bidireccional de la sociedad con su



Estado. Para la política pública, el reconocimiento de la diversidad supone pertinencia y adaptabilidad cultural en la acción y organización estatal, junto con la inclusión, integración e integralidad para responder con la especificidad y especialidad que requiere cada colectivo y grupo poblacional que compone el país. Así, se opta por el diálogo constructivo, de autoría y representatividad propia.

De esta forma, se vuelve fundamental fortalecer y construir una sociedad inclusiva, sin discriminación étnica, cultural, por situación de movilidad humana, sexo-genérica y otras formas conexas de intolerancia; una sociedad que consolide relaciones equitativas e interculturales entre personas, colectivos, comunidades, pueblos y nacionalidades. La manifestación de estas relaciones repercute en el fortalecimiento del sentido de identidad y pertenencia con su comunidad, con su localidad y con el conjunto de la sociedad. En línea con ello, es imprescindible la formulación e implementación de los Planes de Vida, articulados con la planificación nacional y local.

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 Ubicación geográfica

El cantón Guaranda está localizado en el Noreste de la provincia de Bolívar, dentro de la zona de planificación cinco SENPLADES (2010); los aspectos generales del territorio cantonal se describen a continuación:

##### 2.1.1 Límites:

Norte: provincia de Cotopaxi Sur: cantón San José de Chimbo (Provincia de Bolívar)

Este: provincias de Chimborazo y Tungurahua

Oeste: cantones: Las Naves, Echeandía y Caluma (Provincia de Bolívar)

Fecha de creación del cantón: 23 de junio de 1.824

Superficie: 1.897 km<sup>2</sup>

**2.1.2 Población:** 91.877 hab, representan 50% del total provincial INEC (2010) 26% del total de habitantes en el área urbana y el 74% en el área rural; 52% son mujeres y 48% hombres.

Densidad: 0,49 hab/Ha

**2.1.3 Población urbana:** 23.874 hab, representa el 26% del total cantonal INEC (2010) 54% son mujeres y 46% son hombres.

**Altitud:** 2.668 msnm. Densidad: 25,1 hab/Ha

**Superficie total:** El cantón Guaranda tiene una superficie de 1.897,8 Km<sup>2</sup>.

**Superficie urbana:** 9,5 km<sup>2</sup>

**Parroquias urbanas:** Ángel Polibio Chávez, Gabriel Ignacio de Veintimilla, Guanujo

**Clima:** Varía desde los páramos fríos, entre 4° C a 7° C, hasta subtropical cálido, de 18° C a 24° C. Es un cantón que tiene varios pisos climáticos.

**Temperatura:** 13°C en la ciudad de Guaranda.

**Idioma:** español y Kichwa.

**Moneda:** Dólar Americano.

**Hidrografía:** Guaranda está bañada por los ríos Salinas e Illangama (río Guaranda), cuyas vertientes iniciales están en los páramos del Chimborazo.

**2.1.4 División política:** Parroquias rurales: Salinas, Simiatug, Facundo Vela, Julio Moreno, Santa Fe, San Lorenzo, San Simón, San Luis de Pambil.

**Denominación:** San Pedro de Guaranda

Fecha de fundación de la ciudad: 1.571

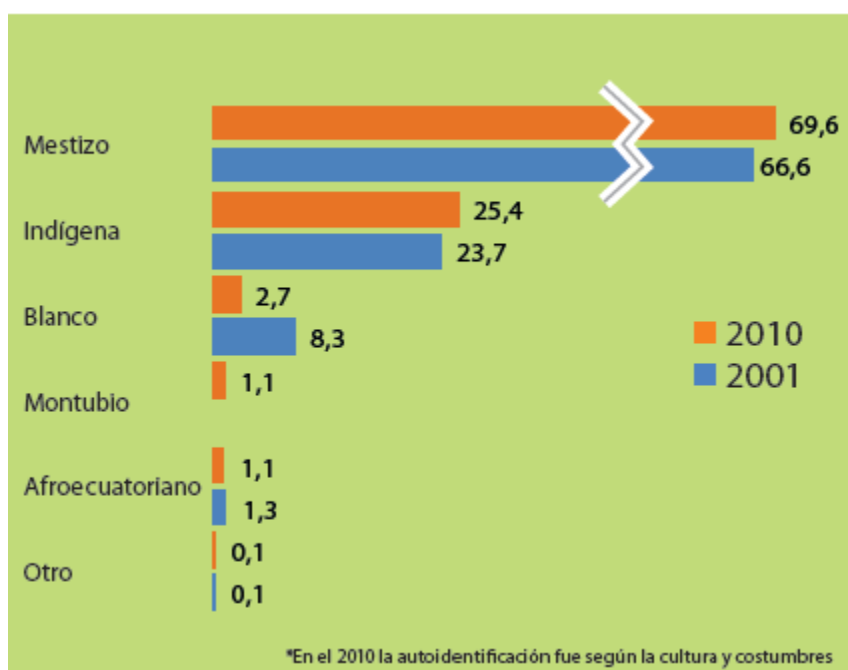
**Ilustración 1: Mapa político de la ciudad de Guaranda**



Fuente: INEC censo de población y vivienda 2010

**2.2 Conformación étnica de la población** de acuerdo al censo de población y vivienda INEC 2010 la conformación étnica de la población es la siguiente:

## Ilustración 2: Conformación étnica de la ciudad de Guaranda



Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010

en la ciudad de Guaranda 7 de cada 10 habitantes son mestizos y 5 de cada 20 habitantes son indígenas, son los grupos étnicos mayoritarios dentro de la población.

### 2.3 Medios de comunicación en la ciudad de Guaranda

De acuerdo a datos de campo en la ciudad de Guaranda existen 7 radios, 2 canales de televisión y 2 medios o prensa escrita, para la presente investigación se tomó en consideración los medios radiales, de los que a continuación se detallan:

#### 2.3.1 Radio Impacto:

Dirección: ciudadela 1° de mayo

Frecuencia: 99.9

Alcance de la radio: Regional

Alcance de la frecuencia de la Radio: Provincial

Nombre del Propietario: Holger Ricardo Ulloa Salazar

Cargo de funcionario: Propietario

Tiempo de funcionamiento de la radio: 20 años

Tipo del medio: Comercial

**Antecedentes:** En 1990 se crea el periódico Impacto con el objetivo de informar a la ciudadanía, sin embargo, ya se tenía en mente el proyecto de crear una radio y mediante el periódico se hacía promoción de esta. Radio impacto se inaugura el 21 de octubre del 2000 cubriendo toda la provincia Bolívar con señal satelital. En los 20 años siempre han sido líderes en sintonía.

**En cuanto a redes sociales Impacto cuenta con:** Facebook live, pagina web, instagram y twitter, todas estas cuentas bien manejadas a través de una publicista.

La asociación ecuatoriana de radio difusión dos años consecutivos le ha otorgado a Radio Impacto un reconocimiento por ser la radio más escuchada por internet, con un total de 150.000 radio escuchas.

**Visión:** Radio Impacto 99.9 es un medio de comunicación que se basa en el servicio a la comunidad, su trabajo diario contribuye para mejorar el nivel de vida de la gente, todo esto manteniendo un trabajo 100% ético y profesional. A medida que Radio impacto crece, esta busca seguir consolidando su ética profesional, alcanzar más cobertura y siempre conservar la credibilidad de su audiencia.

**Misión:** Radio Impacto cada día informa a la colectividad, siempre con la verdad, a través de la investigación de las propias fuentes y permitiendo que todo individuo pueda expresar lo que piensa; entretiene con programación variada de música; orienta y educa a la comunidad en general. Además, es un vínculo y un puente de acercamiento entre la ciudadanía y sus autoridades. Y, sobre todo, mantiene la honestidad, responsabilidad y ética profesional.

**Enfoque o estructura de la parrilla o programación:** Radio Impacto desde que nace se ha enfocado en noticia, investigación y deporte. Cuenta con 8 horas diarias de espacio

informativo y 3 horas de música.

Su programación es la siguiente:

De 7: 00 am a 11:00 am Notiimpacto

De 11:00 am a 13:00 pm Información deportiva

De 13:00 pm a 16:00 pm Anti Estrés (música)

De 16:00 pm a 18:00 pm Realidad Informativa

De 19:00pm a 21:00 pm Interculturalidad

Transmite todos los partidos de futbol de todas las ligas ya sea profesional, semiprofesional, de segunda categoría. Cuentan con cabida propia en todos los estadios del país y en cuatro ocasiones se han encontrado fuera del país transmitiendo Copa Libertadores y también con la Tricolor.

Por la noche radio Impacto da espacio a la Interculturalidad con noticias, música dirigida para el campo

**Alcance de la frecuencia de la radio:** El permiso legal de radio impacto es la provincia de Bolívar, sin embargo, por efectos de fuerzas de choque en ondas electromagnéticas tiene cobertura en algunos cantones de la provincia de Los Ríos; Impacto desde hace 15 años viene tramitando la frecuencia para toda la costa ecuatoriana, sin embargo, por diferencias políticas no se ha podido lograr, pero siguen la lucha.

**Comunicadores sociales en la radio:** Radio Impacto cuenta con varios comunicadores sociales como:

- Periodista Mercedes Castillo se encarga de comandar realidad informativa
- Periodista Jaime Camacho director de la programación deportiva

- Periodista Ángel Chela conductor de la programación deportiva
- Periodista Diego Vargas se encarga de la parte editorial
- Periodista Jaime Avilés narración deportiva
- Periodista Ángel García responsable de los reportajes
- Periodista Gabriel Armijos comentarista y analista de algunos temas
- Periodista Roberto Suarez comentarista y analista de algunos temas
- Periodista Carlos Ninabanda conductor del programa Interculturalidad.
- Periodista Alerto Rea conductor del programa Interculturalidad

**Comunicadores interculturales en la radio:** Impacto cuenta con tres comunicadores interculturales:

- Periodista Ángel Chela conductor de la programación deportiva y narrador de algunos partidos en quichua lo que nadie ha hecho en el país.
- Periodista Carlos Ninabanda conductor del programa Interculturalidad.
- Periodista Alerto Rea conductor del programa Interculturalidad

**Criterio personal sobre la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial:** Una radio no puede llegar solo a un segmento, una radio tiene que llegar a todos los segmentos de la sociedad existente, por lo tanto, es importante e indispensable contar con profesionales interculturales para que ellos puedan llegar a los sectores indígenas con su dialecto, con su lenguaje y así poder mantener a toda sociedad informada con responsabilidad y veracidad.

### **2.3.2 Radio Matiavi**

Frecuencia: 96.3

Dirección: Manuela Cañizares entre Sucre y Pichincha

Alcance de la radio: Regional

Alcance de la frecuencia de la Radio: Interprovincial



Nombre del Propietario: Gustavo Vásconez Valle

Cargo de funcionario: Propietario

Tiempo de funcionamiento de la radio: 15 años

Tiempo en la función: 15 años

Tipo del medio: Comercial

**Filosofía de la radio:** La filosofía de este medio empieza con una radio para el desarrollo, es decir una radio ciudadana cuyo objetivo era que todos los sectores se involucren a través de las voces, esta fue la iniciativa ya que la radio nace en un territorio muy pequeño que es Salinas y que de alguna manera la carencia de un medio de comunicación hicieron que este proyecto se realice con inmediatez para que de alguna manera a través de las ondas se logre exhortar, solicitar, pedir a las autoridades mayor atención a estas localidades que son de alguna manera aisladas y olvidadas por los gobernantes.

La Radio Matiavi nace en el 2002 pero frente a la falta de recursos empieza a funcionar en el 2004 con una cobertura local es decir solamente en el casco parroquial, posterior a ello se expandió a las localidades de la costa ecuatoriana y luego surge en otra etapa la expansión de cobertura que actualmente tiene.

**Visión:** La visión de la Radio Matiavi es siempre mantenerse latente con la audiencia con una buena programación con contenido de aceptación popular

**Misión:** La Radio Matiavi ha tenido como Misión hacer escuchar los principios de una población que de alguna forma quería pronunciarse antes las necesidades que existe.

**Enfoque o estructura de la parrilla o programación:** El medio llega a una población sobre todo rural de una clase media baja y es por eso que se ha tomado en consideración a este grupo social. El 50% de la programación va destinada específicamente a música nacional por lo que mediante encuestas se ha demostrado que el pueblo le gusta este

tipo de melodías; y el otro 50 % son espacios informativos que por su cobertura involucra temas de carácter nacional provincial local y Espacios deportivos y contratados.

**Alcance de la frecuencia de la radio:** la radio Matiavi cubre dos zonas geográficas: la FR1 esta zona cubre todos los cantones de Guaranda, Chimo, San Miguel y la parte norte de la provincia de Bolívar que el Salinas y la zona FR que cubre también algunos cantones de Bolívar como Las Naves, Echeandía, Caluma, y la costa ecuatoriana como la Provincia de Los Ríos, Cotopaxi y Guayas

Su matriz se encuentra en la ciudad de Guaranda

**Comunicadores sociales en la radio:** Radio Matiavi cuenta con dos comunicadores sociales

- Periodista: Gustavo Vásconez Valle presentador del segmento deportivo.
- Periodista: Giovanni Arellano presentador de noticias de opinión.

La mayoría de sus colaboradores no cuentan con título profesional, pero si con la experiencia necesaria para estar frente a un programa radial.

**Comunicadores interculturales participan:** Matiavi no cuenta con comunicadores Interculturales, sin embargo, dentro de sus colaboradores existen locutores indígenas, pero no tienen título profesional.

**Criterio personal sobre la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial:** Si es importante pero no he tenido la oportunidad de que un profesional intercultural trabaje en Radio Matiavi

### **2.3.3 Radio La Propia**

Frecuencia: 92.7

Dirección: Avenida Cándido Rada (junto a las canchas de la ciudadela Bellavista)

Alcance de la radio: Local

Alcance de la frecuencia de la Radio: Provincial

Nombre del Propietario: Luis Eduardo Proaño

Cargo de funcionario: Propietario

Tiempo de funcionamiento de la radio: 2 años

Tipo del medio: Comunitarios

**Antecedentes:** La radio La Propia Revolucionaria a la democracia y respeta la pluralidad de opiniones. Trabaja para solucionar los problemas sociales de las comunidades y desarrollar la educación, la ciencia, la cultura y el deporte. Se ocupa de promover tanto los conocimientos como las actividades del colectivo.

Radio Revolucionaria La Propia fue inaugurada el 14 de enero del 2018. En cuanto a redes sociales cuenta con página de Facebook La\_PropiaFmStereo, página web [www.lapropiafm.com](http://www.lapropiafm.com) y la aplicación en Play Store LaPropiaFm.

**Visión:** En los próximos cinco años la radio La Propia Revolucionaria 92.7FM será una radio emisora conformada por un equipo humano: capacitado en el área de comunicación popular que informa, educa y entretiene a la colectividad, capaz de generar participación en la población y acompañar procesos comunitarios de transformación social, implementando tecnología moderna, donde se apliquen los principios fundamentales y cosmovisión de los pueblos andinos, con incidencia ideológica, social y cultural de la población en general. Nuestra emisora será un centro de desarrollo comunitario que funciona en “Guaranda” y que involucra a todos los sectores activos de la población guarandesa y bolivarenses en general.

**Misión:** Es una radio emisora comercial, popular y comunitaria, bilingüe español y Kichwa. Democrática, participativa, intercultural ecuménica y pluralista, conformado por buenos hombres y mujeres voluntarios que buscan el bienestar común a través del servicio de la información, entretenimiento y educación que se brinda en nuestra

programación radial, facilitando a los grupos sociales mejorar sus capacidades y competencias para que sean actores de su propio desarrollo, protagonista de la construcción de una nueva sociedad junta, solidaria, democrática y participativa.

**Enfoque o estructura de la parrilla o programación:** la radio La Propia Revolucionaria

está encendida 24 horas al día de lunes a Domingo.

Su programación de lunes a viernes es la siguiente:

De 6: 00 am a 9:00 am Noticiero De Frente con La Propia

De 9:00 am a 12:00 pm programa de entretenimiento La Gozadera

De 12:00 pm a 14:00 pm Solo Deportes

De 14:00 pm a 17:00 pm el Show de La Propia

De 17:00pm a 20:00 pm Vacilando con La Propia

De 20:00pm a 22:00 pm Programación musical Romances y Recuerdos.

Su programación de sábados a domingos

De 6:00am a 7:00am Amanecer Educativo

De 11:00am a 14:00pm programa Oxígeno

**Alcance de la frecuencia de la radio:** El permiso legal de la Radio La Propia Revolucionaria es netamente para la provincia de Bolívar, es decir Guaranda Chimbo San Miguel, Caluma, Echeandía, Las Naves, San Luis de Pambil.

**Comunicadores sociales en la radio:** Radio La Propia Revolucionaria para cada programa cuenta con un locutor y un DJ y entre ellos los comunicadores sociales son:

- Periodista Marlon Quintana
- Periodista Vicente Ninabanda
- Periodista Iván Chasi
- Periodista Mariana Sánchez

**Comunicadores interculturales:** La Propia Revolucionaria cuenta con dos comunicadores interculturales:

- Periodista Vicente Ninabanda conductor de la programación del noticiero De Frente con La Propia quien con su lenguaje en quichua llega informando a las comunidades indígenas
- Periodista Iván Chasi conductor del programa Solo Deportes

**Criterio personal de la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial:** La Propia Revolucionaria al ser una radio emisora comercial, popular y comunitaria, bilingüe español y Kichwa es sumamente importante contar con comunicadores interculturales para facilitar la emisión a las comunidades indígenas para que así toda la población se mantenga informa con los temas de coyuntura que día a día se producen en el país.

#### **2.3.4 Radio Turbo**

Frecuencia: 93.9FM

Dirección: 9 de abril y Manuela Cañizares

Alcance de la radio: Local

Alcance de la frecuencia de la Radio: Guaranda Chimbo y San Miguel

Nombre del Propietario: Hugo Vilema

Cargo de funcionario: Propietario

Tiempo de funcionamiento de la radio: 20 años

Tipo del medio: Comercial

**Antecedentes:** Turbo Radio 93.9 FM, es una estación cuyo contenido musical se identifica con los éxitos del momento, paseándose también por los clásicos, románticas, vallenatos, cumbia, merengue, salsa, reggaetón y más, haciendo la amalgama perfecta de sonidos para darles una buena compañía a nuestros oyentes. Turbo Radio 93.9 FM,

cuenta un equipo de locutores en cabina, locutores comerciales, productores y operadores de primera línea, que le imprimen un alto nivel de profesionalismo, dinamismo y energía las 24 horas de transmisión. En Turbo Radio 93.9 FM, la programación está orientada a un público pujante, vigoroso e inteligente, jóvenes y adultos contemporáneos. Cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram y página web como TurboImparble.

Turbo Radio fue creada en el año 2000 y cuyos objetivos son:

- Brindar una programación de primera línea, entretenida y de actualidad.
- Inspirar confianza en nuestros oyentes y anunciantes basados en el respeto y la coherencia.
- Difundir mensajes precisos, con veracidad y compromiso social.

**Visión:** Posicionar en el mercado más que una radio, una marca, diferenciándonos con el fin principal de captar cada vez más el mayor número de audiencia; además de lograr que distintas firmas o empresas se interesen en difundir su publicidad, a través de la marca TURBO RADIO 93.9 FM, obteniendo como resultado un éxito contundente.

**Misión:** Transmitir una programación destinada a un público joven-adulto contemporáneo, a través de un concepto de radio innovador, fresco, motivador, con profesionalismo y responsabilidad social; ajustada a lo que dicta la ley referente a los derechos y al resguardo de los usuarios

**Enfoque o estructura de la parrilla o programación:** Turbo radio emite las 24 horas

Su programación de lunes a viernes es la siguiente:

Horario	Nombre del programa	Descripción del programa	del	Clasificación del contenido
21H00 05H00	A Noches de Fiesta	Variación Musical		Cultural Entretenimiento
05h00	A El Mañanero	Música Nacional		Cultural

Horario	Nombre del programa	Descripción del programa	del	Clasificación del contenido
07H00				Entretenimiento
07h00 09H00	A El Informador	Entrevistas, especiales	invitados	Cultural Político Educativo
09h00 12H00	A Pilas en la Radio	Concursos, informativo e interactivo	segmentos,	Entretenimiento Informativo Educativo
12H00 14H00	A Música Ranchera	Música Ranchera		Entretenimiento
14H00 18H00	A El Manicomio	Interactivo, farándula y mucha diversión	notas de	Cultural Educativo Entretenimiento
18H00 21H00	A A Corazón Abierto	Dedicado a los enamorados	corazones	Educativo Entretenimiento

Horario	Nombre programa	del	Descripción del programa	Clasificación del contenido
22H00 05H00	A Automático		Variación musical	Cultural Entretenimiento
05H00 07H00	A Buenos Ecuador	Días	Música Nacional	Cultural Entretenimiento
07H00 08H00	A Un Nuevo Amanecer		Programa Cristiano	Cultural Político Educativo
08H00 12H00	A Turbo Mix		Mixes en vivo	Cultural Entretenimiento
13H00 22H00	A Turbo Mix		Mixes en vivo	Cultural Entretenimiento

**Alcance de la frecuencia de la radio:** El permiso legal de Turbo Radio es para la provincia de Bolívar. Sin embargo, ya se presentó la solicitud para extender su frecuencia.

**Comunicadores sociales en la radio:** En Turbo Radio existen varios colaboradores, pero muy pocos son comunicadores sociales entre ellos están:

- Periodista Marco Antonio Jácome
- Periodista Javier Lumbi
- Periodista Marco Manosalbas

**Comunicadores interculturales que participan en la radio:** En Turbo Radio no existen comunicadores interculturales.

**Criterio personal de la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial:** Si es importante sin embargo no se ha dado la oportunidad de trabajar en conjunto con ellos, sin embargo, las puertas Turbo Radio están abiertas para ellos.

### **2.3.5 Radio Guaranda**

Frecuencia: 101.1FM

Dirección: Avenida Guayaquil

Alcance de la radio: Local

Alcance de la frecuencia de la Radio: Provincial

Nombre del Propietario: Jorge Washington Carvajal González

Cargo de funcionario: Propietario

Tiempo de funcionamiento de la radio: 35 años

Tipo del medio: Comercial

RADIO GUARANDA FM 101.1 es un medio de comunicación privado, cuya principal fuente de financiamiento son los ingresos provenientes de la venta de publicidad y de la comercialización de sus productos comunicacionales.



RADIO GUARANDA 101.1 FM ofrece una programación variada que comprende contenidos informativos, de opinión, formativos, educativos, culturales y de entretenimiento.

**Antecedentes:** Jorge Washington Carvajal González a una edad muy temprana, a partir de los 13 años, laboró en Radio Interandina; emisora que a la sazón operaba entre las calles García Moreno y Pichincha y que pertenecía al Dr. César Alarcón Costta. En la citada estación radial el trabajo de Jorge Washington se circunscribía a tareas de programación musical; sin embargo, esta novel experiencia fue suficiente para activar su profundo interés por los medios de comunicación. Es así como Jorge Washington decide estudiar de manera profesional la carrera de periodismo e incursiona, inicialmente, en los medios impresos y funda en 1981 el semanario El Bolivareense.

Luego de la eclosión de los medios radiales Jorge Washington concentra todos sus esfuerzos en la posibilidad de establecer una emisora en la ciudad de Guaranda; y, de este modo, el 14 DE FEBRERO DE 1985, nace RADIO GUARANDA, en primera instancia en amplitud modulada (AM) y a partir del año 2001 en frecuencia modulada (FM). Hasta el año 2005, RADIO GUARANDA operó de manera simultánea en AM y FM. En la actualidad, RADIO GUARANDA solamente funciona en FM, en el dial 101.1 y tiene cobertura en los principales cantones de la provincia de Bolívar. Su lema es "la radio con corazón" debido a que su fecha de creación coincide con el día de San Valentín o del amor y la amistad.

**Visión:** Ser la primera opción como medio de comunicación radiofónico humanista, emprendedora, gestora de investigación, ciencia, tecnología e innovación, impulsora de la interculturalidad, competente, vinculada a sectores sociales y reales de cooperación nacional e internacional, orientada hacia la transformación y desarrollo sostenible de la provincia Bolívar.

**Misión:** Producir programas radiales, interactuando a través de contenidos innovadores, humanistas, de liderazgo, emprendimiento y competentes, con valores para servir y aportar el desarrollo humano sostenible.

**Enfoque o estructura de la parrilla o programación:** La radio Guaranda tiene un enfoque investigativo de Noticias.

Su programación de lunes a viernes es la siguiente:

De 7: 00 am a 10:00 am Noticiero Guaranda

**Alcance de la frecuencia de la radio:** En la provincia de Bolívar, RADIO GUARANDA FM 101.1 tiene cobertura en Guaranda, Chimbo, San Miguel, Chillanes, parte de Caluma, y online desde cualquier parte del mundo a través de [www.radioguaranda.com](http://www.radioguaranda.com)

**Comunicadores sociales en la radio:** Radio Guaranda trabaja con un solo comunicador social

- Periodista Jorge Washington Carvajal González

**Comunicadores interculturales participan en la radio:** En radio Guaranda no existen comunicadores interculturales

**Criterio personal la importancia de la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial:** Si es muy importante contar con comunicadores interculturales, pero como radio Guaranda solo trabajamos con el noticiero de la mañana y con mi locución no contamos con estos comunicadores.

### **2.3.6 Radio la Paz**

Frecuencia: 1.300 AM

Dirección: Avenida Cándido Rada Junto a las canchas de ciudadela Bellavista

Alcance de la radio: Regional

Alcance de la frecuencia de la Radio: Interprovincial

Nombre del Propietario: Gladis Marlene Amangandi

Cargo de funcionario: Propietario

Tiempo de funcionamiento de la radio: 30 años

Tiempo en la función: 15 años

Tipo del medio: Publico: Comercial

**Filosofía de la radio:** La filosofía de este medio es dar espacio a las personas quienes no han tenido la oportunidad de expresar sus ideas es espacial al sector las vulnerable que es el sector indígena, es por ellos que la radio se ha enfocado en programación únicamente para el campo. En radio la paz la mayoría de locutores son Interculturales, pero no titulados.

La radio fue creada en 1990 sin embargo, nosotros somos los segundos dueños y adquirimos la radio

**Visión:** La visión de la Radio La Paz es ser una emisora que pueda brindar espacios a la población, valorando y fortaleciendo la cultura y lengua de nuestros pueblos.

**Misión:** La misión de la Radio La Paz Es crear espacios de entretenimiento y de información a base de nuestro segundo idioma el quichua.

**Enfoque o estructura de la parrilla o programación:** La radio empieza con la programación de 4:00 am a 6:00 am con un locutor quien es más conocido como el Indio del alto páramo, esta programa es de opinión, después se hace un enlace con radio La Propia cubriendo con lo que es el noticiero, a continuación se une a CORAPE esta es una organización que contiene alrededor de 50 emisoras a nivel nacional ellos preparan un informativo en quichua y empiezan a dar un aporte y para finalizar empieza la programación de entretenimiento con música nacional.

**Alcance de la frecuencia de la radio:** La radio La Paz cubre legalmente el territorio de cuatro provincias: Chimborazo, Tungurahua, Los Ríos y Bolívar.

**Comunicadores sociales en la radio:** Radio La Paz cuenta con locutores netamente interculturales, pero no son titulados sin embargo son avalados por el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) quien les otorga un certificado por competencias laborales.

**Comunicadores interculturales participan en la radio:** No tienen

**Criterio personal de inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial:** Esta radio está enfocada en brindar información a las personas interculturales es por ello que nuestros colaboradores manejan con perfección el idioma quichua y son de etnia indígena, además que están capacitados para elaborar y transmitir noticias. Pero estas son personas que trabajan por adquirir experiencia en cambio no se ha dado la oportunidad de contar con un comunicador intercultural, por motivos económicos ya que mínimo se le tendría que pagar un sueldo básico y como no nos encontramos en las condiciones de hacerlo es por ellos que ellos prefieren salir a buscar oportunidades en las ciudades grandes.

### **2.3.7 Radio Raíces**

Frecuencia: 98.7 FM

Dirección: Prensa baja, Loma San Jacinto

Alcance de la radio: Local

Alcance de la frecuencia de la Radio: Guaranda, Chimbo y San Miguel

Nombre del Propietario: Licenciado Iván Toapanta

Cargo de funcionario: Propietario

Tiempo de funcionamiento de la radio: 20 años

Tiempo en la función: 20 años

Tipo del medio: Comercial

**Filosofía de la radio:** La filosofía de este medio es que es una radio que está dedicada en rescatar la cultura y la tradición de la provincia Bolívar, es una radio abierta a las denuncias y opiniones ciudadanas con el fin de dar voz a los que no tienen voz.

La radio se inauguró el 3 de octubre del 2000.

**Enfoque o estructura de la parrilla o programación:** La radio de 7:00 am a 10:00 empieza su programación con un noticiero enfocado a los temas políticos de coyuntura nacional y la tarde hay la programación de música de todo género.

**Alcance de la frecuencia de la radio:** La radio Raíces llega a los cantones Guaranda, Chimbo y San Miguel.

**Comunicadores sociales en la radio:** Radio Raíces cuenta con dos comunicadores sociales.

- Periodista Iván Toapanta
- Periodista Melisa Montero

**Comunicadores interculturales participan en la radio:** Radio Raíces no cuenta con comunicadores interculturales

**Criterio personal la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial:** No trabajamos con comunicadores interculturales debido a que no existen locutores especializados en la rama de la interculturalidad, si bien es cierto hay algunos locutores o animadores aficionados que por pasión hablan la lengua quichua sin embargo se necesita un profesional titulado para hablar de estos temas que es sumamente importante, más aún si Raíces tiene como fuerte los temas políticos.

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

En este trabajo sobre la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en las radios de la ciudad de Guaranda, se utilizó una metodología mixta (cualitativo-cuantitativo), el tipo de investigación exploratorio ya que esta permitió el diseño transversal, la modalidad de la investigación fue de campo. Zarate (2017), define que la investigación exploratoria es aquella que su estudio establece el diagnóstico de la situación actual, este tipo de investigación da una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad; esta se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando aún, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de ciertas generalidades. Suelen surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno, que precisamente por su novedad, no admite todavía una descripción sistemática, como es en este caso el nivel de inclusión de los comunicadores sociales interculturales en los medios radiales.

La metodología aplicada busca evidenciar a través de la estructura de las parrillas (programación) de las radios la inclusión de comunicadores sociales interculturales, entendiendo que la interculturalidad como el dialogo entre diferentes, y que lo periodistas y comunicadores interculturales ayudan a crear una atmósfera que promueva la cooperación para un entendimiento eficaz entre diferentes culturas y pueblos, razón por la que la inclusión de comunicadores interculturales en los medios radiales está regulada por normativas, cuya transversalidad es relacionada con la diversidad cultural, la articulación y conexión de lo endógeno.

### **3.1 Metodología cuantitativa**

Para Angulo (s.f.) la metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

En el estudio se utilizó metodología cuantitativa, que se caracteriza para generar la información utiliza una medición numérica basada en el análisis de datos, con apoyo de la estadística y los recursos TIC, en el estudio el sistema Excel.

Adicionalmente, se procedió a la recolección de datos para sustentar la idea a defender, con base en la sistematización (tabulación) numérica, se procedió al análisis estadístico de los mismos, que permitieron cuantificar el número de radios son similitudes en su programación, el número de radios que implementa en su programación programas interculturales y determinar el nivel número de inclusión de comunicadores sociales interculturales, en su planta de colaboradores.

Es así que los resultados numéricos, frecuencias y porcentajes de los medios radiales y los comunicadores sociales interculturales, fueron sistematizados en una

matriz de datos, con la que se identificó los medios de comunicación radial y los comunicadores sociales interculturales vinculados a estos medios.

En la matriz terminaron parámetros tales como: el nombre del medio de comunicación, la frecuencia, alcance, años de funcionamiento, tipo de medio. En lo referente a la programación el conocer los tiempos que cada radio dedican a los diferentes aspectos de la gestión radial: noticiero, deporte, música, entretenimiento, programas educativos e interculturalidad. Así también se cuantificaron el número de comunicadores mujeres y hombres que laboran en los medios radiales, datos de los que se cuantificaron y determinaron la inclusión de los comunicadores interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda.

### **3.2 Metodología cualitativa**

Fernández et al Pertega (2002) define que, la investigación cualitativa hace registros narrativos de los fenómenos que se estudian mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

La aplicación de esta metodología es que, partiendo de un análisis descriptivo permitió determinar los fundamentos epistemológicos sobre la interculturalidad, información que nos facilitó varios razonamientos de diferentes enfoques o tendencias sociales y laborales. Esta contribuyó a la fundamentación teórica de la comunicación intercultural, mediante la revisión de fuentes bibliográficas que aporten a desarrollar una investigación clara.

González (2009) sostiene que la estrategia metodológica basa en el concepto de ciencia. La ciencia es un sistema de conocimientos objetivos acerca de la naturaleza, la sociedad y el pensamiento, que se derivan de la actividad del hombre como ser social y que tiene un carácter histórico y en permanente cambio.



Igualmente, Vera (2008) hace hincapié en que la metodología fundamenta en el concepto de investigación y la investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular.

Según Salgado (2007) da a conocer qué; la investigación cualitativa puede ser vista como el intento de obtener una comprensión profunda de los significados y definiciones de la situación tal como nos la presentan las personas, más que la producción de una medida cuantitativa de sus características o conducta.

A lo anteriormente Domínguez (2007) afirma: “En los métodos de investigación cualitativos los investigadores no sólo tratan de describir los hechos sino de comprender mediante un análisis exhaustivo y diverso de los datos y siempre mostrando un carácter creativo y dinámico”.

### **3.3 Técnica de investigación**

La técnica empleada en la toma de datos para la generación de la información para determinar el nivel de inclusión de los comunicadores sociales interculturales en los medios radiales de la ciudad de Guaranda fue una entrevista semi estructurada, a través de un guión de entrevista el mismo que fue aplicado al gerente o propietario, de las nueve radios localizados en Guaranda. La entrevista una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, esta técnica es caracteriza a la investigación cualitativa y esta permite captar la información experimentada y absorbida por el entrevistado, al tiempo que capturar discursos particulares que remiten a otros

significados sociales y generales; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.

La sistematización de los datos se realizó en una matriz de catorce variables, 5 determinan los datos del medio radial, nombre, frecuencia, alcance, tiempo de funcionamiento y tipo actividad; 5 abordan la cohorte de la programación, informativo, musical, programas de entretenimiento, educativos, e interculturales y 4 abordan sobre el número de comunicadores por género y por la condición de pertenecer al grupo de comunicadores sociales interculturales.

## CAPÍTULO IV

### 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el proceso de analizar el nivel de inclusión de los comunicadores interculturales en los medios de comunicación radial de la ciudad de Guaranda, se estableció el análisis en tres dimensiones:

**a). Datos generales del radio:** las variables que consideraron son la denominación del medio de comunicación radial, el dial de frecuencia en que la ciudadanía sintoniza, el alcance de las ondas, tiempo de funcionamiento, y la característica del medio, comercial, público o comunitarios.

**b). Estructura de la parrilla:** en esta dimensión se consideró los ámbitos y tiempos determinados en la estructura de la parrilla noticiero, deporte, música, entretenimiento, educativos e interculturalidad.

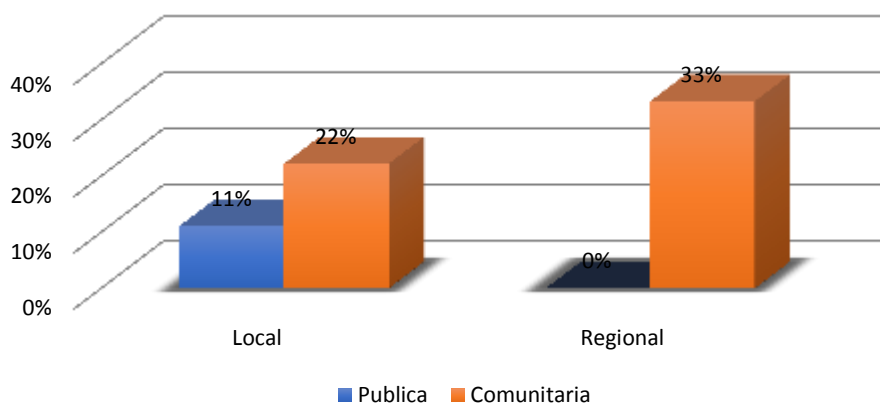
**c). Inclusión de comunicadores:** en esta dimensión se analizaron, la nómina de los comunicadores sociales agrupándole por género, así también otra variable se canalizo la nómina de inclusión d ellos comunicadores sociales interculturales según el género.

## 4.1 Matriz de gestión de los medios radiales de Guaranda

**Cuadro 1: Matriz de datos generales, estructura de la parrilla de las radios**

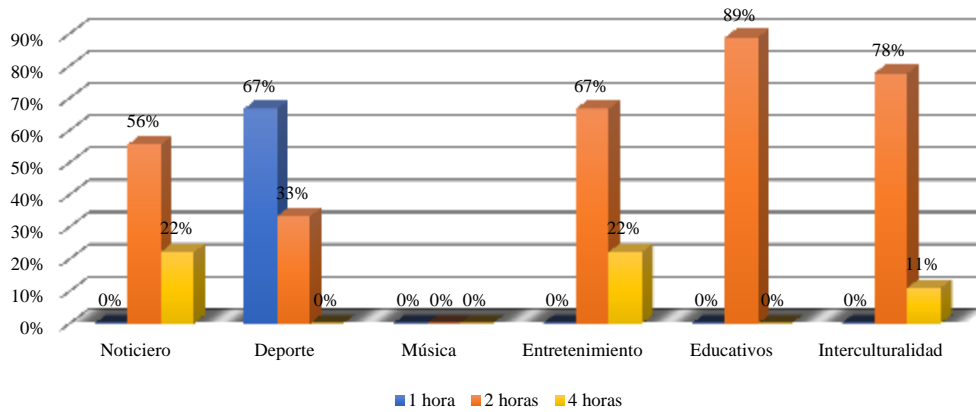
Orden	Datos generales de las radios					Estructura de la parrilla						
	Medio de comunicación radial de Guaranda	Frecuencia	Alcance	años de funcionamiento	Tipo de medio	Noticiero	Deporte	Música	Entretenimiento	Educativos	Interculturalidad	Horas al aire (día)
1	Universidad	102.3 FM	Local	25	Pública	4	1	12	2	3	2	24
2	La Propia	92.7 FM	Local	2	Comunitaria	2	2	12	3	2	3	24
3	Radio Surcos	97.7 FM	Local	50	Comunitaria	2		8	2	2	4	18
4	Matiavi	96.3 FM	Regional	15	Comercial	3	1	12	4	2	2	24
5	La Paz	1300 AM	Regional	30	Comercial	2		10	2	2	2	18
6	Impacto	99.9 FM	Regional	20	Comercial	4	2	12	2	2	2	24
7	Turbo	93.9 FM	Local	20	Comercial	2	1	13	4	2	2	24
8	Raíces	98.7 FM	Local	20	Comercial	2		10	2	2	2	18
9	Guaranda	101.1 FM	Local	35	Comercial	3	1	8	2	2	2	18
<b>Totales</b>						<b>9</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
<b>Promedio</b>						<b>2,7</b>	<b>1,3</b>	<b>10,8</b>	<b>2,56</b>	<b>2,1</b>	<b>2,33</b>	<b>21,3</b>
<b>Porcentaje</b>						<b>13%</b>	<b>6%</b>	<b>51%</b>	<b>12%</b>	<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora de la investigación: datos de la entrevista a ejecutivos de las radios



**Figura 1: Alcance de cobertura según el tipo de radio**

Como se observa en la figura 1, el alcance de cobertura de la radio según el tipo de radios que operan en la ciudad de Guaranda es: Cobertura local 1 radio pública, 2 radios comunitarias y 3 radios comerciales; cobertura regional 3 radios de tipo comercial. Esto permite hacer una inferencia que para programas noticiero y deportivos la población sintoniza radios de otras provincias.



**Figura 2: Tiempo asignado a los elementos de la parrilla de las radios de Guaranda**

Como se observa en la figura 2, las radios que operan en la ciudad de Guaranda distribuyen los tiempos a la parrilla de las 9 radios que funcionan asignan el tiempo en la siguiente forma:

**Cuadro 2: Estructura de la parrilla**

Orden	Datos generales del radio		Estructura de la parrilla (horas)						Horas al aire (día)
	Medio de comunicación	Frecuencia	Noticiero	Deporte	Música	Entretenimiento	Educativos	Interculturalidad	
1	Radio Universidad	102.3 FM	4	1	12	2	3	2	24
2	Radio La propia	92.7 FM	2	2	12	3	2	3	24
3	Radio Surcos	97.7 FM	2		8	2	2	4	18
4	Radio Matiavi	96.3 FM	3	1	12	4	2	2	24
5	Radio la Paz	1300 AM	2		10	2	2	2	18
6	Radio Impacto	99.9 FM	4	2	12	2	2	2	24
7	Radio Turbo	93.9 FM	2	1	13	4	2	2	24
8	Radio Raíces	98.7 FM	2		10	2	2	2	18
9	Radio Guaranda	101.1 FM	3	1	8	2	2	2	18
Totales			9	6	9	9	9	9	9
Promedio			2,67	1,33	10,78	2,56	2,11	2,33	21,33
Porcentaje			13%	6%	51%	12%	10%	11%	100%

Elaborado por: La autora de la investigación: datos recopilados de la entrevista a ejecutivos de las radios

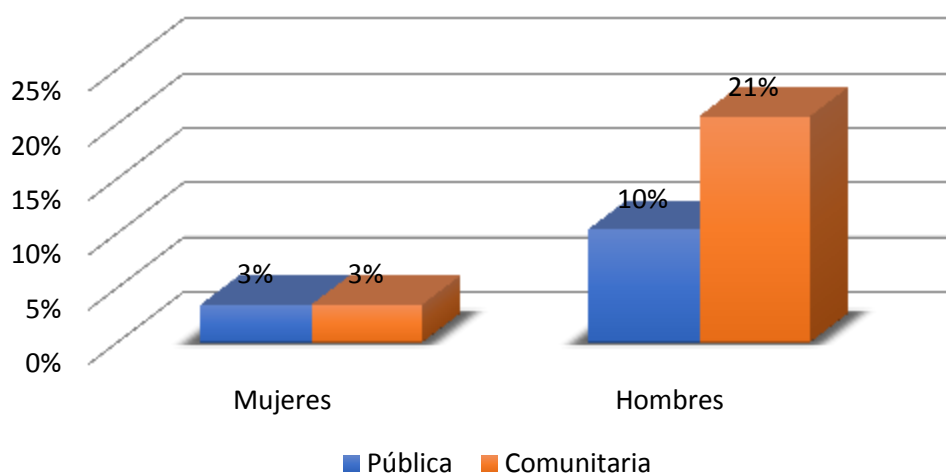
Estos datos permiten determinar que los medios de comunicación cumplen con la normativa de la Ley Orgánica de Comunicación de cumplen con el deber de difundir

contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias.

**Cuadro 3: Número y género de comunicadores vinculado, período enero/2018 a junio/2019**

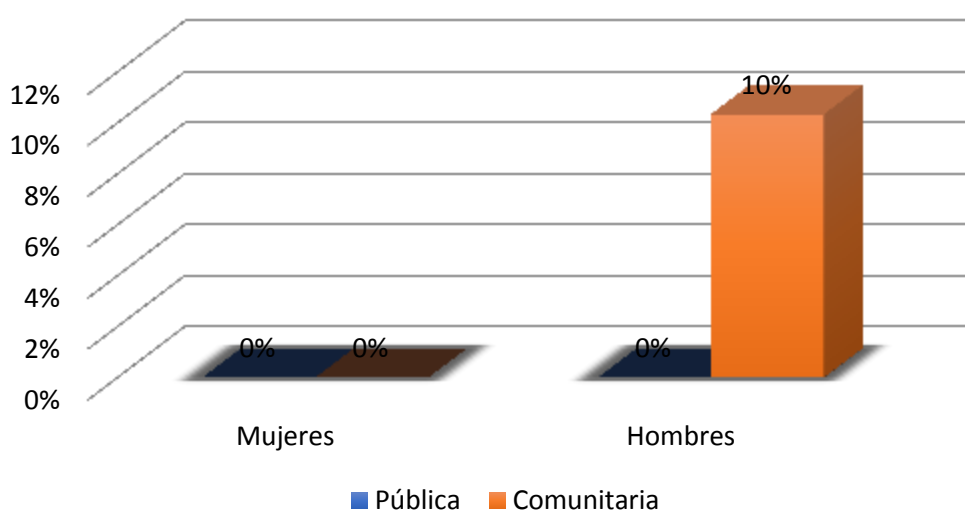
Orden	Datos generales del radio				Comunicadores			
	Comunicadores interculturales vinculados a los medios de comunicación de Guaranda	Frecuencia	Alcance	Tipo de medio	# Mujeres	# Hombres	# Interculturales Mujeres	# Interculturales Hombres
1	Universidad	102.3 FM	Local	Publica	1	3	0	0
2	La Propia	92.7 FM	Local	Comunitaria	1	3	0	3
3	Surcos	97.7 FM	Local	Comunitaria	0	3	0	0
4	Matiavi	96.3 FM	Regional	Comercial	0	2	0	0
5	La Paz	1300 AM	Regional	Comercial	0	0	0	0
6	Impacto	99.9 FM	Regional	Comercial	1	9	0	3
7	Turbo	93.9 FM	Local	Comercial	0	3	0	0
8	Raices	98.7 FM	Local	Comercial	1	1	0	0
9	Guaranda	101.1 FM	Local	Comercial	0	1	0	0
<b>Totales</b>					4	25	0	6
<b>Promedio</b>					0,44	2,78	0	0,67
<b>Porcentaje</b>					14%	86%	0%	21%

Elaborado por: La autora de la investigación, de los datos recopilado de la entrevista aplicada a un directivo en cada una de las radios que operan en la ciudad de Guaranda



**Figura 3: Género de los comunicadores sociales según el tipo de medio radial**

Como se observa en la figura, los comunicadores sociales que están vinculados en las radios que operan en Guaranda están vinculadas según el tipo de radio: comunicadores sociales mujeres 1 en radios públicas, 1 en radios comunitarias, dos en radios comerciales; comunicadores sociales hombres 3 en radio pública, 6 en radios comunitarias y 16 en radios comerciales. Estos datos no permiten determinar que en lo referente a vinculación de comunicadores sociales mujeres es 14% existe una brecha en la igualdad de oportunidades.



**Figura 4: Género de los comunicadores sociales interculturales, vinculados en radios de Guaranda**

Como se observa en la figura la vinculación de comunicadores sociales interculturales a los medios radiales que operan en Guaranda es: no existe vinculación de comunicadores mujeres: 10 % de comunicadores interculturales están vinculados a radios comunitarias y otro 10% a radios comerciales. Esto permite determinar que existe una alta brecha en la vinculación de comunicadores interculturales a las radios que operan en Guaranda.

Las actividades en las que intervienen los comunicadores interculturales la conducción de noticieros, programas de entretenimiento, los programas interculturales y los programas de música.

## **4.2 Análisis de las entrevistas**

En referencia las características de los medios radiales, se determina que en la ciudad de Guaranda operan 9 radios; 3 de ellas con alcance nacional y las restantes 6 con alcance local, de ellas 8 en frecuencia FM y 1 en AM, en lo relación a tipo del medio radia 1 es pública, 2 comunitarias y 2 de tipo comercial; el tiempo de funcionamiento, de ellas la cantidad de 1 funcionan 2 años, 15 años, 25 años, 30 años, 35 años, 50 años respectivamente y 4 iniciaron su albores al aire hace 20 años.

En relación a la estructura de la parrilla, estas distribuyen el tiempo entre 2, 3 y 4 horas en promedio asigna del tiempo de salida al aire a programas: noticiero 13%, deporte 6%, música, 51%, entretenimiento 12%, educativos 10%, interculturalidad 11%. En referencia al género de los comunicadores vinculados a las radios en radios vinculados a 1 mujer, 14%, y el restante de comunicadores 25 hombres 86% En relación a vinculación de comunicadores interculturales 2 radio vincula cada una a 3 comunicadores sociales interculturales hombres 21%.

## **4.3 Conclusión del análisis de resultados de las entrevistas**

Del análisis de los datos se concluye:

- Que, en la ciudadanía de Guaranda de hace cincuenta años, se beneficia de los beneficios de medios radiales públicos, comerciales y comunitarios en dial de FM y AM.
- Que los medios radiales tienen establecido la parrilla diaria de salida al aire, considerando las características según regula la Ley Orgánica de Comunicación y de más organismos de regulación.
- Que, existe una brecha altamente significativa entre la vinculación de comunicadoras sociales mujeres al existir un predominio de los hombres, en la nómica de las radios que operan en la ciudad de Guaranda.



- Que en los medios radiales de la ciudad de Guaranda no se aplica la igualdad de oportunidades y no discriminación por etnia, genero, relación en razón que dos medios radiales demuestra que tiene en su nómina comunicadores sociales interculturales, sin que se haya considerado a profesionales mujeres.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

- En el presente trabajo de investigación, el aspecto fundamental fue que se consideró lo que contempla la Ley Orgánica de Comunicación; consideró la estructura de la parrilla y el nivel de inclusión de los comunicadores interculturales en las radios, proceso con el que se determina que los medios radiales en su programación establecen espacios interculturales el porcentaje que contempla la mencionada Ley; en lo referente a la igualdad de oportunidades de vinculación a comunicadores interculturales presentan una brecha significativa de cumplimiento de la norma; identificando marginación a las comunicadores mujeres interculturales, y además que, únicamente 2 radios vinculan comunicadores interculturales en la nómina de sus colaboradores, de ellos que el 100% tiene título profesional unos en comunicación social y otros en periodismo.
- La revisión bibliográfica, aproximó a establecer el concepto de interculturalidad, como el proceso de comunicación e interacción entre personas y grupos con identidades culturales específicas y diversas, sin permitir que las ideas y acciones de una persona o grupo cultural esté por encima del otro, favoreciendo en todo momento el diálogo, la concertación y, con ello, la integración y convivencia enriquecida entre culturas; comunicación es una actividad social, algo que la gente hace para otros, entre unos, y entre otros, en la manifestación de su comportamiento verbal y no verbal; resulta de la interacción entre hablantes de lenguas y culturas diferentes; comunicadores sociales interculturales, interlocutores que asumen una postura activa con respecto a la

existencia y reconocimiento de la diversidad individual, grupal, cultural y del derecho a la diferencia para propiciar campos comunes para el diálogo y la solidaridad.

- La información generada permitió identificar, que los medios de comunicación radial de Guaranda; en su parrilla, establecen en promedio del 11% con programas interculturales, y que estos medios aún no cumplen lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación, de propiciar igualdad de oportunidades con respecto al género y a la interculturalidad, pudiendo ser considerarse estos este aspecto como un elemento de discriminación étnica.
- Los resultados permitieron determinar que la inclusión de los comunicadores interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda, presenta una brecha significativa ya que la inclusión representa un 21 % y que el promedio por radio es del 0,67% de inclusión de comunicadores interculturales.
- Del análisis de los resultados obtenidos de la investigación a los medios de comunicación radial del cantón Guaranda, se determina que siete de ellos no vinculan a comunicadores interculturales y el 100% marginan a profesionales mujeres interculturales, aspecto que determina el no cumplimiento de preceptos como la inclusión e igualdad de oportunidades.

### **Recomendaciones**

- Los hallazgos de la presente investigación deben considerarse como un elemento para la mejora de la gestión de las radios y más medios de comunicación quienes deberán observar la normativa en referencia a la vinculación de comunicadores sociales interculturales, quienes se deberán encargar de implementar programas educativos, musicales de cohorte intercultural razón de la existencia con mayor énfasis en las radios comunitarias.

- Los medios de comunicación deberán establecer acciones que propicien la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, para ello se deberá establecer un amplio debate y proponen acciones que converjan a establecer estrategias para el acceso a las mujeres a responsabilizarse de proceso de culturización ancestrales a través de los medios radiales.
- En base a lo contemplado en la Ley Orgánica de comunicación el organismo de regulación, deberá emprender procesos de socialización, de las normativas, dirigido a los ejecutivos de los medios de comunicación en lo referente a procesos de inclusión de actores interculturales, a la nómina de los medios radiales, y al establecimiento de programas que fomente la reflexión y la práctica del proceso intercultural a través d ellos medios radiales.

## **Bibliografía**

- Alsina, Miguel; Morla, Caya Catalina. (2001). *Medios de Comunicación e Interculturalidad*. Madrid: ALIANZA.
- Alvarez Galvez, J. (2012). *Metodología de la Investigación y Teoría de la Comunicación*. Madrid: Complutense.
- Angulo, López, E. (s.f.). Metodología Cunatitativa.
- Arenas, E. J., Cano, Ochóa, M. A., Sánchez, Arango, S. C., & Roldan, Salas, H. (2013). *Conflictos Interculturales. Teoría del Conflicto*. Medellín, Colombia: Universidad Autónoma Latinoamericana.
- Asamble, N. (215 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial.
- Ayala Ramírez, C. (2011). *Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación*. San Salvador: El Salvador.
- Brito, Xavier; Levoyer, Saudia. (2015). De la industria cultural a la cultura mediática, nuevas formas de pensar a los medios. *Razón y Palabra*, 496-509.
- Caraballo, A. (15 de 02 de 2011). *wikieducator*. Obtenido de Periodismo Comunitario.
- Castillo, E. E. (s.f.). *Comunicación Intercultural*. Mexico, México: McGraw Hill.
- Catholic. (19 de 02 de 2020). *Catholic.net*. Obtenido de <https://es.catholic.net/op/articulos/50185/cat/160/que-es-el-periodismo.html#modal>
- Constituyecte, A. (20 de octubre de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial.
- Dammert, L. (2005). *La violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana*. Quito: Rispergraf.

- Entman, R. (1993). Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 51-58.
- Estrella, R. N. (2013). El conflicto intercultural desde un contexto comunitario. *Revista puertorriqueña de psicología*.
- Etxebarria, X. (2003). *la Ciudadanía de la Interculturalidad*. Lima: ZARIQUIEL.
- Fernandez; Pita, S; Díaz, S., Pertega. (2002). Investigación cunatitativa y cualitativa. Coruña, España.
- Freidenberg, F. (2004). *Los medios de comunicación de masas: ¿También son actores?*  
Recuperado el 20 de Octubre de 2014, de  
[campus.usal.es/dpublico/areacp/materiales/mediosdecomunicacion.pdf](http://campus.usal.es/dpublico/areacp/materiales/mediosdecomunicacion.pdf)
- García, D. V. (2012). *Fundamentos de La Comunicación. Estado De México: Red Tercer Milenio S.C*. Recuperado el 29 de Enero de 2019, de  
[http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos\\_de\\_comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf)
- Garzón, E. I. (2001). *Comunicación y Periodismo en una Sociedad Global*. México: TRILLAS.
- Gudykunst, W. (1985). *Intercultural communication: Current Status and Proposed*. New Jersey: ABLEX.
- Herrera, J. S. (2012). *Nuevas tendencias en comunicación. Sevilla: Esic*. Obtenido de  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf)
- Jackson, S., & Slocum. (2009). *Administración*. México D. F.: CEGACE Learning.
- Janowitz, M. S. (1986). *Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Katz, E. L. (1974). *Influencia Personal*. Barcelona: Hispano Europea.

- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The People's Choice*. New York: DUELL.
- Lengua, R. A. (2019). *Diccionario de la lengua Española*. Madrid, España: Lex.
- López, I. A. (2014). *Periodismo e interculturalidad*.
- Lucas, M. (2003). *Multiculturalismo, un debate falsificado*. Lima.
- Masterman, L. (2010). *La Enseñanza de los Medios de Comunicación*. Madrid: De La Torre.
- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory (4th ed.* London: SAGE.
- Moyulema, A. (7 de noviembre de 2019). Breves anotaciones sobre el enfoque periodístico al tema de interculturalidad.
- Nacional, A. (215 de junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Pichincha, Ecuador : Registro Oficial.
- Nacional, A. (25 de junio de 2013). *Ley Organica de Comuniccaión*. Distrito metropolitano de Quito, Pichincha, Ecuador: Tegistro Oficial.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación (segunda ed.)*. Madrid, Madrid, España: Dykinson. Recuperado el 2020, de [www.ongallo.com](http://www.ongallo.com)
- Palomares, F. (2003). *Sociología de la Educación*. Madrid : Cone.
- Parra, Crespo, M. F. (s.f.). *Comuniccaión Intercultural*. Universidad de Cuenca.
- Peiró, R. (25 de 02 de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-comunicacion.html>
- Ramos, M. (14 de marzo de 2011). *Medios de comunicación como actores políticos*. Obtenido de [http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1319:medios-de-comunicacion-como-actores-politicos](http://www.revistazocalo.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=1319:medios-de-comunicacion-como-actores-politicos)

- Ruétalo, V. (2009). Industrias Culturales . En M. Szurmuk, *Diccionario de estudios culturales* (págs. 154 -158). México: Siglo XXI.
- San Martín, G. B., Cordero, C. E., & Alvarez, L. L. (7 de Noviembre de 2019).  
Cronicas Interculturales. Centro de Estudios Sociales de America Latina.
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida*. Quito:  
REGISTRO OFICIAL.
- Social, C. (25 de 02 de 2020). *www.google académico*. Obtenido de  
<https://www.google.com/search?q=que+son+los++comunicadores+sociales&cli ent=firefox-b->
- Suca, I. M. (19 de 02 de 2020). *El periodismo*.
- Vallés, J. (2000). En *Ciencia Política: una introducción* (pág. 362). Barcelona: ARIEL.
- Villavicencio, G. (23 de 03 de 2020). *Derechos Colectivos y Justicia Indígena*.  
Obtenido de Pluriculturalidad e interculturalidad en el Ecuador:  
<http://uasb.edu.ec/padh>
- Watzlawick, P.; Helmeik J.; Jackson. (1985). *Teoría de la comunicación humana interacciones, patologías y paradojas*. Barcelona: Herder.
- Zarate, D. (4 de septiembre de 2017). Investigación explortaoria. Prezi.
- Zavala, V.; Cuenca, R.; Córdova, G. (2005). *Soporte Conceptual y Comunicación*.  
Lima: PROEDUCA-GTZ.



## ANEXOS

### Anexo 1: Entrevista aplicada los gerentes de los medios de comunicación radial

**UNIVERSIDAD UTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN ARTES Y HUMANIDADES  
CARRERA DE PERIODISMO**

Estamos realizando una entrevista, para la recolección de datos de una investigación sobre: Análisis de la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en los medios de comunicación radial del cantón Guaranda, durante el periodo enero 2018 – junio 2019; para lo cual pedimos su colaboración.

#### **Datos Generales**

**Nombre del medio de Comunicación:**

**Frecuencia:**

**Alcance de la radio:** Nacional                      Regional:                      Local

**Alcance de la frecuencia de la Radio:** Provincial              Regional              Nacional

**Nombre del Propietario:**

**Cargo de funcionario:** Frente              presidente del Directorio              Propietario

**Tiempo de funcionamiento de la radio:**

**Tiempo en la función:**

**Tipo del medio:** Publico:              Comunitarios:              Comercial:

**Datos Específicos**

**¿Cuál es el nombre del dueño de radio impacto?**

**Antecedentes:**

**¿Cuál es la misión y visión de la radio?**

**Visión:**

**Misión**

**¿Qué enfoque tiene la estructura de la parrilla o programación?**

**¿Cuál es el alcance de la frecuencia de la radio?**

**¿Con cuántos comunicadores sociales cuenta en la radio?**

**¿En la nómina de quienes trabajan en la radio cuántos comunicadores interculturales participan?**

**¿Ah criterio personal es importante la inclusión de los comunicadores sociales interculturales en un medio radial?**

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

