



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**CREACIÓN DE UN PROGRAMA CULTURAL DE RADIO EN EL
IDIOMA KICHWA PARA SER TRANSMITIDO EN LA RADIO
MUNICIPAL DE SIGCHOS, DIRIGIDO A LAS COMUNIDADES
INDÍGENAS DE LA ZONA DURANTE EL PERIODO DE ENERO A
MAYO DE 2011**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.

Autores:

Ante Pilaguano María Celinda

Cuyo Vega María Isabel

Director:

Lic. Franklin Eduardo Falconí Suárez

Asesor:

Lic. Pablo Estivan Lomas Chacón

Latacunga - Ecuador

Junio, 2011

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “CREACIÓN DE UN PROGRAMA CULTURAL DE RADIO EN EL IDIOMA KICHWA PARA SER TRANSMITIDO EN LA RADIO MUNICIPAL DE SIGCHOS, DIRIGIDO A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA DURANTE EL PERIODO DE ENERO A MAYO DE 2011”, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....
María Celinda Ante Pilaguano

C.I. 050242365-0

.....
María Isabel Cuyo Vega

C.I. 050288509-8

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“CREACIÓN DE UN PROGRAMA CULTURAL DE RADIO EN EL IDIOMA KICHWA PARA SER TRANSMITIDO EN LA RADIO MUNICIPAL DE SIGCHOS, DIRIGIDO A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA DURANTE EL PERIODO DE ENERO A MAYO DE 2011”, de María Celinda Ante Pilaguano y María Isabel Cuyo Vega, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Abril de 2011

El Director

.....

Lic. Franklin Eduardo Falconí Suárez



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: María Isabel Cuyo Vega y María Celinda Ante Pilaguano, con el Título de la tesis: “CREACIÓN DE UN PROGRAMA CULTURAL DE RADIO EN EL IDIOMA KICHWA PARA SER TRANSMITIDO EN LA RADIO MUNICIPAL DE SIGCHOS, DIRIGIDO A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA DURANTE EL PERIODO DE ENERO A MAYO DE 2011”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

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

Latacunga, 6 de Junio del 2011

Para constancia firman:

MSc. Lorena Álvarez Garzón
PRESIDENTE

Lic. José Vallejo
MIEMBRO

.....
PROFESIONAL EXTERNA

Lic. Pablo Esteban Lomas Chacón
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Nos es grato presentar nuestros más sinceros agradecimientos a las Autoridades, personal docente, administrativo y de servicios de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en especial a quienes conforman la Unidad de Ciencias Administrativas y Humanísticas y la Carrera de Comunicación Social. Muy particularmente a nuestro Director el Lic. Franklin Falconí. Gracias su apertura y paciencia, nuestro esfuerzo se ve reflejado en este nuevo escalón que hemos ascendido en nuestro quehacer profesional.

María Celinda Ante Pilaguano

María Isabel Cuyo Vega

DEDICATORIA

A nuestras familias y a todas las comunidades indígenas de la Provincia de Cotopaxi. Para que algún día se erradique de una vez por todas la xenofobia, mediante la comunicación de la belleza de nuestra cultura.

María Celinda Ante Pilaguano

María Isabel Cuyo Vega



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

TEMA: “CREACIÓN DE UN PROGRAMA CULTURAL DE RADIO EN EL IDIOMA KICHWA PARA SER TRANSMITIDO EN LA RADIO MUNICIPAL DE SIGCHOS, DIRIGIDO A LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA DURANTE EL PERIODO DE ENERO A MAYO DE 2011”

Autores:

**María Celinda Ante Pilaguano
María Isabel Cuyo Vega**

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene por objeto responder a la necesidad de crear espacios de comunicación masiva en las comunidades kichwa hablantes del Cantón Sigchos; especialmente, los habitantes de las Parroquias de Chugchilán e Insiliví. En el Capítulo I, se desarrolla la fundamentación teórica del trabajo de investigación, que incluye temas como: comunicación, medios de comunicación social, radio, lenguaje radiofónico, cultura, idioma kichwa y organización municipal.

El Capítulo II incluye un estudio con los habitantes de dichas parroquias para medir cualitativamente: El nivel de afectación que ha provocado la ausencia de producción radiofónica kichwa, en el uso cotidiano de ese idioma por parte de los habitantes de la comunidad; Las causas por las que Radio Municipal Sigchos no ha podido mantener un espacio de producción en idioma kichwa y la demanda de contenidos que tienen los habitantes así como los dirigentes de las comunidades. Estos datos fueron obtenidos mediante encuestas y entrevistas.

En el capítulo III se diseña y ejecuta la propuesta, que consiste en la producción de un programa de radio en Kichwa, a ser transmitido en Radio Municipal Sigchos. En esta parte del trabajo investigativo se encuentran los libretos de los productos radiofónicos a difundirse; así como el material promocional, pautas y procesos de evaluación a realizarse con el objeto de darle permanencia y sostenibilidad.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

SUBJECT: CREATION OF A CULTURAL RADIO MAGAZINE AT KICHWA LANGUAGE TO BE TRANSMITTED ON “RADIO MUNICIPAL SIGCHOS”, AIMED AT THE INDIGENOUS COMMUNITIES OF THE AREA DURING THE PERIOD FROM JANUARY TO MAY 2011

Authors:

María Celinda Ante Pilaguano
María Isabel Cuyo Vega

SUMMARY

This research work aims to address the need to create opportunities for mass communication in the communities of Canton Sigchos kichwa speakers, especially the inhabitants of the Insiliví and Chugchilán Parishes. In Chapter I, develops the theoretical foundation of research, including topics such as communication, media, radio, radio language, culture, kichwa and municipal organization.

Chapter II includes a study of the inhabitants of these parishes to measure qualitatively: a) The level of involvement has resulted in the absence of radio production kichwa, the language in everyday use by people in the community, b) The causes of Municipal Radio Sigchos has failed to maintain production space in kichwa language, and c) The demand for content with residents and community leaders. These data were obtained through surveys and interviews.

Chapter III is designed and implemented the proposal, which is producing a radio program in Kichwa, to be broadcast on Radio Municipal Sigchos. In this part of the research work are the scripts of radio products to spread, as well as promotional material, guidelines and evaluation processes carried out in order to give permanence and sustainability.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo identifica el problema de la carencia de un medio de comunicación de masas en el Cantón Sigchos que dedique parte de su programación a la cultura indígena y al idioma kichwa, cuyos representantes se encuentran asentados en las zonas de Chugchilán e Insiliví. Se identifica el problema de la pérdida de tradiciones y la desvalorización del idioma, hasta el punto de tratar al kichwa como una lengua que no sirve. La radio municipal puede convertirse en el puntal de la permanencia del idioma en la sabiduría popular y como expresión de la cosmovisión indígena.

Es conocido que el esquema de participación en la radio reproduce esquemas de inequidad comunes en la sociedad, como el dar preferencia a autoridades sobre ciudadanos comunes, o mayores espacios para la participación de hombres en comparación con el de las mujeres. Es por eso que se propone un espacio de comunicación diferente, eminentemente popular, ciudadano y participativo.

El presente trabajo investigativo utiliza una metodología descriptiva, pues ha delimitado los distintos elementos del problema de investigación mediante estudios descriptivos, permitiendo comunicar las necesidades de las comunidades indígenas, su conducta y así, representar la integridad entre las variables de investigación. Además se aplicó el método empírico, que permite verificar hipótesis mediante técnicas como la observación, la entrevista y la encuesta.

El desarrollo de este trabajo ha permitido resolver interrogantes como: ¿Cuáles son los elementos conceptuales que están alrededor de la utilización del idioma Kichwa en programas culturales de radio para las comunidades indígenas del cantón Sigchos? ¿Qué consecuencias produce la falta de un programa radial en idioma kichwa en las comunidades indígenas del cantón Sigchos? ¿Cómo diseñar y poner en marcha la implementación de un programa cultural en idioma kichwa en la radio municipal del cantón Sigchos?; estas inquietudes han encontrado respuesta con la aplicación de la propuesta, que se detalla en el Capítulo III.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada

Preliminares

CAPÍTULO I

1.1.	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.	1
1.2.	CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.	3
1.3.	MARCO TEÓRICO.....	4
1.3.1.	COMUNICACIÓN SOCIAL	4
1.3.1.1.	LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN.....	6
1.3.1.2.	ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.....	9
1.3.2.	MEDIOS MASIVOS	10
1.3.2.1.	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	11
1.3.2.2.	IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	11
1.3.2.3.	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD.	14
1.3.3.	LA RADIO	16
1.3.3.1.	IDENTIDAD DE LA RADIO	17
1.3.3.2.	LA RADIO COMO LENGUAJE	18
1.3.3.3.	CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO.....	20
1.3.3.4.	ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO.	21
1.3.3.5.	LOS PLANOS.	34
1.3.3.6.	EL GUION.	35
1.3.3.7.	LOS GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS	39
1.3.3.8.	ESTRUCTURA DE UNA PROPUESTA DE PROGRAMA RADIAL.	49
1.3.4.	LA CULTURA.....	51
1.3.4.1.	LOS MEDIOS DE MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE CULTURA E IDENTIDAD.....	52
1.3.5.	COMUNIDADES INDÍGENAS	58
1.3.5.1.	LA INFORMACIÓN EN LAS COMUNIDADES INDÍGENAS.	61
1.3.6.	EL IDIOMA KICWA	64

1.3.6.1.	EL RUNA SHIMI O IDIOMA KICHWA A TRAVÉS DE LA HISTORIA.....	64
1.3.6.2.	EL KICHWA EN LA MODERNIDAD.	66
1.3.6.3.	ORIGEN DEL KICHWA	69
1.3.7.	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	73
1.3.7.1.	EL GOBIERNO MUNICIPAL DE SIGCHOS:	75
2.1.	CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.	76
2.2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	80
2.2.1.	ENCUESTAS	80
2.2.1.1.	PREGUNTA UNO.....	80
2.2.1.2.	PREGUNTA DOS	81
2.2.1.3.	PREGUNTA TRES.....	82
2.2.1.4.	PREGUNTA CUATRO.....	83
2.2.1.5.	PREGUNTA CINCO.....	84
2.2.1.6.	PREGUNTA SEIS	85
2.2.1.7.	PREGUNTA SIETE.	86
2.2.1.8.	PREGUNTA OCHO	87
2.2.1.9.	PREGUNTA NUEVE.....	88
2.2.1.10.	PREGUNTA DIEZ.	89
2.2.1.11.	PREGUNTA ONCE	91
2.2.2.	ENTREVISTAS	92
2.2.2.1.	ENTREVISTA UNO	92
2.2.2.2.	ENTREVISTA DOS.....	94
2.2.2.3.	ENTREVISTA TRES	95
2.2.2.4.	ENTREVISTA CUATRO.....	97
3.1.	DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA.	98
3.2.	DATOS INFORMATIVOS.....	99
3.2.1.1.	TÍTULO	99
3.2.1.2.	INSTITUCIÓN EJECUTORA	99
3.2.1.3.	BENEFICIARIOS.....	99
3.2.1.4.	UBICACIÓN	99
3.2.1.5.	TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN	100
3.2.1.6.	EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE.....	100

3.2.1.7.	OBJETIVOS	100
3.2.1.8.	GENERAL	100
3.2.1.9.	ESPECÍFICOS	100
3.2.1.10.	ANTECEDENTES	101
3.2.1.11.	JUSTIFICACIÓN	102
3.2.1.12.	FACTIBILIDAD	103
3.2.2.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	104
3.3.	MODELO OPERATIVO	105
3.3.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	106
3.3.1.	ETAPA DE SENSIBILIZACIÓN	106
3.3.2.	ETAPA DE PLANIFICACIÓN.	107
3.3.3.	LIBRETOS	111
3.3.4.	ESTRUCTURA DEL PROGRAMA PILOTO.....	111
3.3.5.	EVALUACIÓN	113
3.4.	CONCLUSIONES	114
3.5.	RECOMENDACIONES.....	115
	BIBLIOGRAFÍA.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: ¿ESCUCHA RADIO?	80
GRÁFICO 2: ¿HA ESCUCHADO RADIO MUNICIPAL SIGCHOS?	81
GRÁFICO 3: ¿A QUÉ HORA ESCUCHA RADIO SIGCHOS CON MAYOR FRECUENCIA?	82
GRÁFICO 4: ¿HA ESCUCHADO ALGUNA VEZ TRANSMISIONES EN KICHWA EN LA MENCIONADA EMISORA?	83
GRÁFICO 5: ¿CONSIDERA NECESARIO QUE LA RADIO TRANSMITA PROGRAMAS EN KICHWA?	84
GRÁFICO 6: ¿PORQUE CONSIDERA IMPORTANTE QUE LA RADIO TRANSMITA PROGRAMAS EN KICHWA?	85
GRÁFICO 7: ¿A QUÉ DEBERÍA DEDICARSE UN PROGRAMA DE RADIO EN KICHWA?	86
GRÁFICO 8: ¿CONSIDERA USTED QUE EN SU COMUNIDAD HAY TRADICIONES MUY VALIOSAS QUE SE ESTÁN PERDIENDO?	87
GRÁFICO 9: ¿ESCUCHARÍA UN PROGRAMA RADIAL PRODUCIDO ESPECIALMENTE EN IDIOMA KICHWA DEDICADO A RESCATAR Y FORTALECER LA IDENTIDAD CULTURAL DE SU COMUNIDAD?	88
GRÁFICO 10: ¿TOMANDO EN CUENTA SUS ACTIVIDADES, QUÉ HORARIO SERÍA EL ADECUADO PARA LA DIFUSIÓN DEL PROGRAMA?	89
GRÁFICO 11: ¿QUÉ CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DEBERÍA TENER EL PROGRAMA EN MENCIÓN?	91

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: RECURSOS EXPRESIVOS DE LA PALABRA RADIOFÓNICA

ANEXO 2: MODELO DE GUIÓN RADIOFÓNICO

ANEXO 3: ENCUESTA

ANEXO 3: GUÍA DE ENTREVISTA 1

ANEXO 4: GUÍA DE ENTREVISTA 2

ANEXO 5: GUÍA DE ENTREVISTA 3

ANEXO 6: MAPA DEL CANTÓN SIGCHOS.

ANEXO 7: FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFÍA 1: LAS INVESTIGADORAS ENTREVISTAN A MESÍAS MOLINA DE RADIO SIGCHOS

FOTOGRAFÍA 2: ENTREVISTAS EN EL GOBIERNO MUNICIPAL DE SIGCHOS

FOTOGRAFÍA 3: ENTREVISTAS A DIRIGENTES DE LAS COMUNIDADES

FOTOGRAFÍA 4: ENTREVISTAS A LOS DIRIGENTES DE LAS COMUNIDADES

FOTOGRAFÍA 5: REUNIONES DE SOCIALIZACIÓN

FOTOGRAFÍA 6: REUNIONES DE SOCIALIZACIÓN

CAPÍTULO I

1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En los archivos de tesis en la Carrera de Comunicación Social, no existe un tema similar al propuesto, sin embargo, existen investigaciones realizadas en otros lugares, de entre las cuales se destaca un trabajo titulado: “Relación medio-comunidad a través del estudio del programa Kawsaypura Yachanakushun en el cantón Saraguro”, elaborado por María José Martínez, Jenny Paladines y María José Yaguache en la Universidad de la Sabana, en Colombia. Este espacio radial es producido por la DIPEIB en Loja y difundido por radio “Buen Pastor” en español y kichwa.

Este trabajo habla, entre otras cosas, de cultura, comunicación e idioma kichwa. Los resultados de la investigación analizan el acceso y la participación del público, aportando otros aspectos sobre la comunicación local como la relación entre educación y el fortalecimiento de la cultura, el peso de las autoridades frente a los ciudadanos comunes en un espacio radial, la correspondencia entre los contenidos emitidos y la necesidades del público, y la forma en la que los maestros kichwas – Saraguros conciben la interculturalidad.

En base a estos temas, el trabajo investigativo realiza conclusiones muy interesantes: “El esquema de participación en la radio reproduce esquemas de inequidad comunes en la sociedad, como el dar preferencia a autoridades sobre ciudadanos comunes, o mayores espacios para la participación de hombres en comparación con el de las mujeres”. Además, según los autores, el

programa en mención se ha circunscrito a la Dipeib, excluyendo a otras personas y sectores que se han mostrado interesados. Sin embargo “existe un nivel de identificación del público con el programa, al punto de considerarlo como algo propio”. Dicha apropiación dice ser simbólica, más no práctica u operativa.

Desde el punto de vista de la cultura y el uso del idioma, este estudio afirma que hay dos temas que predominan desde el punto de vista de los emisores: “a) el rescate de la cultura y el idioma kichwa; y b) las relaciones entre las sociedades indígena y blanco – mestiza”. Además señala que los maestros bilingües, protagonistas del programa están abiertos al intercambio de culturas, lo que se manifiesta en el uso de los dos idiomas y el énfasis en promover la interculturalidad y el acercamiento entre indígenas y no indígenas.

Este ejemplo y sus metodologías sirven de mucha ayuda como punto de partida para la investigación que se está realizando en esta ocasión.

1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1. COMUNICACIÓN SOCIAL

ANTONIO, Pascuali afirma que: “La comunicación es la relación comunitaria que consiste en emisor, mensaje y receptor entre interlocutores en estado de total intercambio o diálogo, siendo por ello un factor primordial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la cordialidad del hombre”. Este concepto enfatiza el rol de intercambio de ideas que tiene el proceso de comunicación y le encarga la misión de establecer relaciones de cordialidad y respeto.

LILIANA, Cabrejos, en su trabajo dice que: “La comunicación es la parte central de los procesos sociales u psicológicos que interviene en la transmisión y recepción de mensajes humanos. Es, a la vez, la base de toda manifestación de conducta individual ya que cualquier comunicación implica un compromiso al mismo tiempo que impone una conducta. A partir de lo anterior se puede concluir que la comunicación está presente en todo acto, conducta o manifestación de la actividad humana y es componente de todos los procesos de interacción en los cuales el hombre participa”.

Según el autor JUAN, Luís Fuente manifiesta que, “la comunicación es un campo de estudio dentro de las ciencias sociales que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo éstos afectan a la sociedad. Investiga el conjunto de principios, conceptos y regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso natural. La comunicación constituye una de las formas en que las personas interactúan entre sí, estableciendo lazos; existen muchas formas de comunicación, gestual, a través de los signos, verbal, etc.”

ARISTÓTELES, afirma que: “Comunicar es el acto de ser de la comunicación. A su vez, ésta se dimensiona como la acción del lenguaje que permite la búsqueda del bien común. La comunicación se establece como

potencia natural del sujeto que posibilita al ser individual a la conformación natural del ser social”.

En esta misma línea, YÉPEZ, Storke establece que “la comunicación social es una forma de mediación humana, en la cual la persona y la sociedad tienen y ejercen el derecho a la comunicación, porque comunicar, en el sentido social aquí tratado, es algo más que informar; no es un puro decir, sino un decir algo a alguien, un tener en común lo dicho. Comunicar es dialogar, dar una información a alguien que la recibe y la acepta como suya, y que responde. Se trata de un acto de relación interpersonal dialogada en el que se comparte algo.”

No se trata de estudiar la comunicación como algo añadido a la persona, sino como potencia de su misma naturaleza racional e inteligente. Precisamente, la valoración en toda su dimensión del ser humano, que trasciende a través de su capacidad de comunicación, principio de relación en sociedad y de conocimiento propio. Es el fundamento de lo que Aristóteles llama la necesidad de estudiar algo que es absolutamente necesario para su existencia.

Además los autores sostienen que el avance en el estudio e investigación de la comunicación como ciencia práctica permite consolidar una base antropológica común, en la cual el qué y el para qué no pueden relegarse ni sustituirse por el simple cómo. En este planteamiento queda claro que lo más importante en el proceso comunicativo es la comunicación de la verdad y del bien.

Con frecuencia se piensa que estudiar la comunicación es sinónimo de estudiar los medios, como si esto bastara para comprender con suficiencia el fenómeno. Como dice Pascuali: “La aberrante reducción del fenómeno comunicación humana al fenómeno medios de comunicación constituye un caso de perversión intencional de la razón, de tosco artificio ideológico; detrás de cada mesa de redacción, cámara, micrófono o consola de mando siempre hay otro que dice u ordena, se produce como en el pasado pretecnológico, un mensaje que fluye para que algo o alguien lo reciba”.

1.3.1.1. LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

La teoría Administrativa de la Comunicación de masas expresa que: “Cada uno de los elementos o factores del proceso comunicativo, determinan una función diferente de la comunicación o código utilizado”.

Estas funciones fueron formuladas inicialmente para investigar el lenguaje verbal. Sin embargo, hoy son de gran utilidad en el estudio de otras formas de comunicación, como las de tipo audiovisual o audio-oral, incluso en aquellas basadas en los gestos, el contacto físico, la proximidad, la expresión facial, etc.

Las funciones de la comunicación, también llamadas funciones del lenguaje, son las siguientes:

a) Función Referencial o Cognoscitiva

Se orienta hacia la realidad a la cual aluden el mensaje o el discurso. Pretende brindar información verídica y objetivo, que corresponda fielmente a la realidad, ejemplo: Todo texto de carácter científico es referencial.

b) Función Emotiva o Expresiva

Está centrada en el emisor y expresa la actitud del hablante hacia aquello de lo que está hablando, expresa sentimientos y emociones sean reales o fingidas. Generalmente esta función es inconsciente. Ejemplo: Cuando alguien dice “¡Apenas son las cuatro de la tarde!”, nos da a entender que le ha parecido el día muy largo o que está aburrido.

c) Función Connotativa

Está orientada al receptor, se enuncia en forma imperativa; es un tipo de mensaje didáctico que utiliza recursos gráficos o audiovisuales, que tiene como función decir “vean, recuerde que, tenga en cuenta que”.

d) *Función Fáctica o de Implicación*

Está orientada hacia el contacto de emisor y receptor a través de la palabra para iniciar, mantener, prolongar o interrumpir un acto comunicativo. No necesariamente tiene contenido. Ejemplo: ¿Ajá?; Ok; ¡listo!

e) *Función Poética o Estética*

Esta comunicación le da mucha importancia al mensaje en si mismo. En esta función se aplican principios especiales de estilística semiótica, ya que una obra pictórica, una escultura, un poema o una obra literaria, son observados o leídos y el mensaje lo da el mismo objeto por lo que pueda transmitir

f) *Función Metalingüística*

Está centrada en el código que hace comprensible el mensaje. Por medio del lenguaje es posible hacer una explicación del lenguaje mismo (Metalenguaje).

g) *Función Retórica*

Desde el punto de vista retórico, la comunicación consiste en un acto unidireccional, como disparar una flecha a un blanco. Toda la actividad de la comunicación, se centra en la acción unidireccional de hacerle algo a alguien, haciéndose hincapié en el emisor y en su capacidad de comunicación. Esto significa que de la manera en que construye, organice y transmita su mensaje; depende la efectividad de su discurso. Ejemplo: Los conferencistas de cualquier índole.

La comunicación tiene cinco funciones principales dentro de un grupo u organización:

a) *Control*

Actúa para controlar el comportamiento de los miembros en varias formas. Las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que

requieren el comportamiento por parte de los empleados. Pero la comunicación informal también controla el comportamiento.

Cuando los grupos del trabajo gastan bromas se están comunicando informalmente con los otros individuos del grupo y así controlan su comportamiento.

b) Motivación

La comunicación fomenta la motivación al aclarar a los empleados lo que se debe hacer, lo bien que lo hacen etc.

La formación de metas específicas, la retroalimentación sobre el avance hacia las metas y el reforzamiento del comportamiento deseado; estimula a la motivación y es necesaria la comunicación.

c) Expresión emocional

La comunicación es fundamental dentro del grupo, así los miembros muestran sus frustraciones y sus sentimientos de satisfacción.

d) Información

La comunicación proporciona información que los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones así transmiten datos y evalúan opciones alternativas.

e) Cooperación

La comunicación se constituye como una ayuda importante en la solución de problemas, se le puede denominar facilitador en la toma de decisiones, en la medida que brinda la información requerida y evalúa las alternativas que se puedan presentar”.

1.3.1.2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

DAVID, K. Berlo informa que, al comunicarnos, “tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes”.

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor.

Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida. El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza y construye significados y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado.

Según el autor, la comunicación social, analizada desde un enfoque epistemológico, habla de los siguientes elementos:

a) **“Emisor.-** Es la persona que envía el mensaje o los documentos a través de diálogo por vía telefónica o por escritos de tipo oficio, carta, y entre otros.

Empecemos por decir que el emisor puede tratarse de cualquier individuo interno o externo de una organización o empresa, es la fuente de comunicación, quien desea transmitir un pensamiento o idea a otro u otros. En el caso de una empresa podría tratarse del gerente, secretaria, obrero, cliente, quien sea que tenga necesidad de transmitir una información relacionada con los servicios, sucesos, etc. Que ocurra en la empresa.

b) *El mensaje.*- Es el producto real de la fuente codificadora. Es toda la información que se transmite y si se logra una comunicación exitosa será también todo lo que reciba el receptor. Es la información que se envía al receptor o la persona que recibe el mensaje; por esta razón explican que por cada informe que llega tanto de vía telefónica o de escrito debe llegar a la secretaria luego para los jefes inmediatos o a la dirigencia.

c) *El receptor.*- Es el objeto a quien se dirige el mensaje. Pero antes de que esto ocurra el mensaje debe ser descodificado proceso mismo que requiere de las habilidades, actitudes y conocimientos previos sobre el tema del receptor.

Y ahora el elemento que indica en el proceso si hubo éxito o no, nos referimos a la retroalimentación. En una organización se medirá si una información llegó adecuadamente si se recupera respuesta ante el mismo”.

1.3.2. MEDIOS MASIVOS

Según DAVARA, Francisco en su libro “Introducción a los Medios de Comunicación” cita que los medios son: “puentes técnicos que unen a las personas con realidades remotas: reales, ficticias o manipuladas. Los medios se aproximan a la realidad y de ella obtienen noticias, argumentos, ideas, opiniones, temas, comentarios, en fin, todo el conjunto de hechos o situaciones que diariamente exponen ante los sentidos de los receptores. También existen medios de gran cobertura que no llegan a las masas en forma simultánea, tales como: afiches, vallas, rótulos, pantallas electrónicas, revistas, correo directo, hojas volantes, letreros en aviones, etc. La codificación y descodificación de los medios está cargada de emociones, sentimientos, prejuicios y rasgos ideológicos; pero también constituyen una búsqueda de verdades, de explicaciones, de significados, con el fin de comprender mejor el mundo en que se vive y en el que todos hacen sus vidas.”

1.3.2.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Un trabajo investigativo realizado por un grupo de estudiantes de la Universidad Tecnológica de el Salvador afirma que: “A lo largo de la historia, desde la invención de la imprenta hasta la actual fase de innovaciones de la tecnología audiovisual basada en las computadoras, se habla de los medios de comunicación social, pero no se cuenta con respuestas de aceptación de cuándo principian. En su forma más simple, los medios de comunicación social son un vehículo para transmitir masivamente un mensaje. Este agente socializador es de gran valor pues cada día se incorpora más a la vida de las personas y cada vez a más temprana edad, a todos los sectores sociales, como canal de información o de diversión. Los mensajes que transmiten no solo son un vehículo eficaz de formación de actitudes, sino que cambian al individuo, lo socializan, establecen una exuberante variedad de modelos que dicen a las personas cómo deben ser. Los medios de comunicación social alcanzan a muchas personas simultáneamente y en cortos intercambios de tiempo; además establecen un vínculo, producen un contacto donde se codifican y descodifican los múltiples mensajes que otro envía”.

1.3.2.2. IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El informe del mencionado trabajo sostiene que: “Los medios de comunicación social son el conjunto de estrategias y técnicas, que permiten formar, proponer, crear imagen, vender: productos, cultura, ideas, esquemas ideológicos y formas de vida a la sociedad, es por ello que juegan un papel fundamental y pieza estratégica para el sistema, pues, son utilizados para llevar a cabo sus objetivos, intereses, e implementar ideas sobre la realidad que le conviene al sistema impregnar en la mente de los miembros de la sociedad. Los medios de comunicación social, cada vez más, se vuelven

imprescindibles, a tal grado que los mismos seres humanos han declarado el derecho de informar y ser informado, como un derecho universal, para darle integridad en la actual concepción del desarrollo humano. Algunos pensadores actuales afirman que “a pesar de cualquier esfuerzo por parte de los monopolios y los grandes capitalistas, la radio, la prensa y la televisión se han vuelto componentes de una explosión y multiplicación generalizada de visiones y percepción político ideológicas”.

Los datos que existen sobre los medios de comunicación son escasos y poco actualizados; sin embargo, la experiencia demuestra una tendencia muy clara, el campo de acción de los medios de comunicación en América Latina ha crecido en los últimos quince años, más que cualquier otra rama del quehacer económico de las naciones.

Los medios masivos de comunicación son una herramienta, que permite mantener a todo el mundo informado de lo que pasa a nivel nacional o internacional. Se trata de canales que nos entregan información, noticias e imágenes sobre cómo es el mundo en que vivimos. En las sociedades modernas, que necesitan estar en constante contacto y enteradas de todo lo que sucede, los medios de comunicación son fundamentales. Se cree que no se podría vivir de la misma manera que lo hacemos sin los medios de comunicación.

Los medios son un poderoso instrumento de socialización, tanto o más poderoso que la familia, la escuela o el trabajo, porque forman los sentimientos y las creencias, entrenan los sentidos y ayudan a formar la imaginación social. Llegan a las personas a través de la vista (imágenes), el oído (sonidos, melodías) o de ambos (televisión, películas, videos), en combinaciones muy atractivas y envolventes.

Los medios de comunicación son muchos, pero los más masivos y con más llegada al público son la prensa, la radio, la televisión y en el último tiempo se ha integrado también a este grupo Internet. Entre estos medios se ha formado una jerarquía. Un ejemplo con una noticia cualquiera es: la radio cuenta la

noticia, la televisión la muestra, la prensa la comenta e Internet presenta las alternativas de interpretación no oficiales. Con lo que se demuestra que los medios masivos de comunicación se complementan entre ellos.

Los medios de comunicación tienen cada vez más influencia en la vida como formadores culturales y determinan parte de nuestras ideas, hábitos y costumbres, debido a que nos muestran a diario 'ejemplos' de lo que es el estilo de vida actual. A través de películas, telenovelas, documentales, noticias, se representa lo que se considera un modelo ejemplar, mostrándonos como hay que ser y actuar, y como no.

Se les critica a estos medios masivos de comunicación de hacer de la violencia algo cotidiana y normal en la sociedad, de culturizar con programación sin importancia, en la televisión y en la radio, y artículos en la prensa, y desintegrar la unidad familiar entre otros problemas.

Se les acusa también de manipular el pensamiento del público con ideas políticas, económicas, etc. de un interés particular. Por ejemplo, los medios masivos de comunicación pueden crear una imagen de un político para que sea votado, o pueden promocionar a un producto para que sea comprado, para poder ganar algo.

Los medios pueden crear pasividad en los usuarios, con lo que influyen más fácilmente en los pensamientos de las personas y pueden imponer actitudes superficiales y consumistas en ellas.

Podrían, por un lado, ayudar a culturizar a las personas, pero por otro lado pueden mostrar una cultura superficial, rutinaria y consumista. Así como se pueden usar los medios para entregar mensajes, por ejemplo de personas o productos, también se pueden dar mensajes que pueden ayudar a la gente que oye o ve, sobre temas sociales para tratar de solucionarlos, por ejemplo, mensajes sobre no consumir drogas o ahora último sobre la prevención del cigarro en los jóvenes. Estos avisos pueden generar actitudes positivas para hacer caso a los avisos que se dan”.

1.3.2.3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD

CARLOS, H. Gómez, Director General de Programación de la OEI y Director de la Oficina Regional de dicho Organismo en Colombia sostiene que: “Hablar de los medios de comunicación masiva, de las identidades culturales, de los territorios y de todo esto en un contexto globalizado, sin partir de alguna concepción de Hombre dejaría sin piso cualquier afirmación que se intentara realizar sobre los temas acerca de los cuales debemos hacer planteamientos”

“Las personas actúan saliendo fuera de sí para relacionarse con todo ‘lo otro’ —el prójimo y sus mundos— que, a su vez, constituye el Mundo de cada una de aquellas; y es en ese salir en donde se despliegan las posibilidades frente a las cuales deciden la acción. Es en ese proceso de tener posibilidades enfrente, de elegir, decidir y actuar, cuando se va determinando la forma de ser de cada una.

Esa relación entre Hombre y Mundo que es la existencia que genera esencia, se da original y originariamente en forma directa.

El bebé que palpa su hábitat inmediato y siente el cuerpo de su madre, no requiere de intermediarios para lograrlo. Pero la necesidad, el reto, el impulso de ampliar posibilidades de relación, de comenzar a llegar a lo no inmediato, de traer hacia sí lo lejano, de potenciar las posibilidades de relación para incrementar su capacidad de crear esencia propia, identidad, lo lleva a utilizar mediadores; con ellos introduce en su cotidianidad las estrategias comunicativas y, por ende, el concepto de comunicación.

Pero no avancemos a mayor velocidad y, por ahora, detengámonos un momento en el tema de los intermediarios, de los mediadores.

La interrelación Hombre-Mundo se produce, entre otras formas pero fundamentalmente, a través de procesos de interacción, traslados de información y, como decía al principio, en horizontes temporal y espacial.

Sin embargo, al quererse ampliar los horizontes —tanto el espacial como el temporal— y cuando aparecen las estrategias comunicativas, entran en escena los mediadores, ya que comunicación sin mediador, sin un alguien y un algo que hagan posible el mensaje y su movimiento por el canal, no existe por definición. Obviamente, al aparecer los mediadores se amplían las posibilidades de interrelación Hombre-Mundo, pero también estos mediadores, como tales, interfieren y afectan la pureza de la información que llega al Hombre; y en la medida en que los procesos de mediación se multiplican y se hacen más sofisticados y complejos, las posibilidades de interrelación son más amplias por la aparición y el incremento de la virtualidad que rompe los espacios tradicionales, pero también crecen las posibilidades de interferencia y decrece potencialmente la pureza de la información. Además, puede aparecer —aparece realmente— la posibilidad de la manipulación de la información: por tanto, de la relación y también de las posibilidades de crear esencia por parte de las personas.

Si bien es cierto que de esta manera pueden romper —digamos ampliar— su horizonte espacial y, de alguna manera también, el horizonte temporal dentro del cual se relacionan al existir para ser, igualmente lo es que están asumiendo el riesgo de que los indispensables mediadores los afecten hasta más allá de lo meramente indispensable, condicionando así la relación, las opciones desplegadas, las decisiones por tomar, la existencia y su ser, su esencia, su identidad, éstas y aquel en permanente construcción durante los sucesivos presentes que ponen en contacto la experiencia y el sueño, el pasado inmodificable y el futuro deseado.

Casi podría decir, con todo el peligro que representa una síntesis tan apretada y una simplificación que no refleja los infinitos matices y las múltiples complejidades, que el «proceso civilizador» se ha ido constituyendo en el rompimiento y la ampliación de los horizontes de la relación Hombre-Mundo,

gracias a la sofisticación y complejización de los mediadores, desarrollados también en interrelaciones.

Y el rompimiento de tales horizontes permitió, hace años, comenzar a hablar de ‘aldea global’ y hoy del mundo globalizado, entendido como aquel en el cual quien esté expuesto a los mediadores adecuados, en la forma adecuada, puede entrar en relación con un Mundo cuyo horizonte es circular y, por tanto, interminable: con principio y fin pero coincidente en cualesquiera de sus puntos”.

Los mediadores, entonces, se convierten en elementos indispensables para la multiplicación de la capacidad de interrelación del Hombre con su Mundo, pero también en elementos que la pueden determinar, parcial o totalmente, con todas las consecuencias.

1.3.3. LA RADIO

Cuando los padres de la Radiodifusión Moderna como HERTZ y MARCONI desarrollaron esta grandiosa técnica desde 1887, jamás imaginaron la gran versatilidad que tendría su descubrimiento: las ondas electromagnéticas proporcionaron ventajas en las comunicaciones, pues por primera vez se podía prescindir de cables para la transmisión telegráfica. Luego, desde 1905; con la aparición del oscilador, se pudo emitir voz humana y música a través del espectro radioeléctrico. Muchas personas vieron en estos avances tecnológicos una gran oportunidad para brindar información, opinión, entretenimiento; y generar simultáneamente ingresos económicos. Es ahí donde nace la radio comercial con la conocida KDKA de Pittsburg en 1920. Cinco años después existirían en el mundo alrededor de seiscientas emisoras con estos fines. El modelo capitalista y el neoliberalismo marcaron la tendencia en la propiedad de los medios de comunicación social, y particularmente de la radio.

Como consecuencia de esto en el Ecuador, desde hace muchos años atrás, se ha evidenciado la falta de medios y métodos de informar y comunicar

adecuadamente a los pueblos y comunidades socialmente excluidas. Pese a la gran inversión y desarrollo que históricamente ha tenido este sector, todavía no ha sido posible “democratizar la palabra” incluyendo a todos sectores sociales. Esta, precisamente es la finalidad de la radio pública y comunitaria, pero, como veremos posteriormente, su crecimiento en el país es aritméticamente limitado y conceptualmente indefinido.

En esta realidad de exclusión, las experiencias Radiofónicas alternativas han sobresalido, pues, históricamente han respondido a la necesidad de las comunidades en comunicarse, educarse y organizarse. Podemos citar la experiencia generada por la Diócesis de Latacunga que a través de la creación de “Radio Latacunga AM” en 1981, ha podido iniciar el proceso para que los campesinos e indígenas de Cotopaxi sean protagonistas de su propio desarrollo.

1.3.3.1. IDENTIDAD DE LA RADIO

Como es conocido, las Ondas de Radio transmiten únicamente señales audibles, éstas hacen que este medio de comunicación goce de ventajas al momento de compararlo con otros. Una de éstas es la libertad. Vin Scully sostiene: “La libertad en radio es increíble. En televisión, tratas de poner títulos a una serie de imágenes que se expresan por sí mismas. El director dirige, el camarógrafo enfoca y tú hablas. La radio es como un lienzo en blanco: te metes en la cabina y pintas lo que se te antoja” (Citado por Bob Schulberg 1994).

WALTER, Cronkite, afirma: “La radio posee sus propias virtudes y ha hecho aportaciones especiales. Si bien es cierto que la TV atrae a los grandes auditorios, es la radio la que todavía puede entrar prácticamente a cualquier lugar, todo el día y toda la noche. Es ella la que está presente cuando ocurre un

desastre. La radio es el medio para un solo sentido (el oído) y libera la imaginación” (Schulberg 1994).

La libertad y capacidad de penetración que identifican a la radio, vienen acompañadas por otra característica. A partir del desarrollo tecnológico de la humanidad a través de la historia, los medios de comunicación asumen nuevos roles en la cotidianidad de las familias y las sociedades: “la radio es un medio de comunicación íntimo, casi privado. Al principio no era así. Ahora la radio puede concretarse en su lenguaje más específico, el de los sentimientos, y en su carácter de compañía personal”. Nos referimos al hecho de que la radio ha perdido el protagonismo familiar de su época dorada, para convertirse en algo más individual.

1.3.3.2. LA RADIO COMO LENGUAJE

Entendemos por lenguaje al: “Sistema de señales de cualquier naturaleza física que cumple una función cognoscitiva y una función comunicativa (de relación) en el proceso de la actividad humana” (Rosental – Iudin). Según este concepto al lenguaje se lo puede catalogar como toda manifestación sensible que exprese o comunique algo. Muchos autores manejan conceptos muy similares, que varían simplemente por los términos empleados:

“Un lenguaje existe cuando hay un conjunto sistemático de signos que permite cierto tipo de comunicación. Es un sistema semiótico o de signos”.

“Es la capacidad de hacerse entender, utilizando signos de un mismo sistema, en nuestro caso, el castellano”.

Luego de citar estos conceptos, cabe hacerse la pregunta: ¿Puede adjudicársele a la radio la categoría de lenguaje? Algunos intelectuales dudan en afirmarlo, ya que la comunicación radial –al igual que el cine y la TV- no se establece hablando estrictamente una lengua. Sin embargo, otros afirman que es fácil

demostrar que la radio tiene una gramática y una sintaxis con estructura propia.

Se dice que la radio tiene un lenguaje propio, “porque es un conjunto organizado de “sistemas expresivos” (palabra, música, efectos de sonido, silencios) que se transforman en signos y cumplen la función de comunicar. Además, los elementos del lenguaje, como el código, el mensaje, etc., son particularmente diferentes a los de lenguajes convencionales, se convierten en formas sonoras”.

Además, “la teoría de GESTALT (la totalidad es superior a la suma de las partes), nos permite comprender la complejidad del mensaje sonoro de la radio, cuyos sistemas expresivos, las palabras, la música, los efectos y el silencio, constituyen un lenguaje superior a la suma de los componentes expresivos. La función expresiva de la radio nace de la codificación de un lenguaje nuevo, resultante pero distinto de cada uno de los elementos que la componen”.

Algunos autores mencionan que dichos elementos son tres: “La Radio es sólo sonido, sólo voz. Pero una voz triple: La voz humana. Expresada en las palabras; la voz de la naturaleza, del ambiente, los llamados efectos de sonido; la voz del corazón, de los sentimientos, que se expresa a través de la música” (López, 1997). En cambio otros le añaden a esta “triple voz” de la radio un elemento no sonoro: “SILENCIO: ausencia de sonido o pausa en la palabra. El silencio transmite información y tiene suficiente significado como para asignarle una categoría dentro del lenguaje de la radio” (www.ufasta.edu.ar 2003).

López no concede al silencio la calidad de “elemento del lenguaje radiofónico”, en vista a que: “una pausa aislada, sin contexto de otras voces, no significa absolutamente nada. Por esto, más que un código autónomo, los distintos tipos de silencios vienen siendo como el sistema de puntuación en el lenguaje escrito. Comas y puntos que sirven para recordar al lector la oportunidad de separar frases y párrafos. El silencio en radio, no dice nada por

si mismo, refuerza otros decires. El silencio es a la palabra lo que la sombra a los cuerpos: los resalta”. (López 1997).

Estos componentes: palabra, música y efectos de sonido; permiten al productor o publicista radial, crear imágenes auditivas menos costosas y más creativas, a diferencia de otros medios de comunicación audiovisual. Es por eso que a la radio se la ha catalogado como “La pantalla más grande del mundo” (López 1997); y como un “Lienzo en blanco”, que “proporciona a los escritores la mejor oportunidad para el trabajo creativo” (Schulberg 1994).

1.3.3.3. CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO

En vista a la naturaleza del sonido, todo lo que decimos por radio “se lo lleva el viento” (García 1998). Esta es una de las cualidades que distinguen a este medio de comunicación. Además otros dicen que “el lenguaje radiofónico es esclavizantemente descriptivo, narrativo, sensual” (López 1997). El Prof. Adrián Nelso Lomello de la Universidad Fasta, cita otras propiedades del lenguaje radiofónico:

“El lenguaje radiofónico es *fugaz*: dura exactamente el tiempo en que se lo pone en el aire, el tiempo de transmisión. Es instantaneidad.

Es *huidizo*. No se lo puede retener para volver a escuchar o entender. La audiencia tiene poco poder de retención. Se recomienda la redundancia o repetición.

Rapidez: la inmediata transmisión es simultánea con la recepción.

Economía: El costo mensaje/receptor es más barato cuanto mayor sea la difusión.

Amplitud de cobertura: llega a todos lados al mismo tiempo.

Pluralidad de emisiones simultáneas: la radio compite simultáneamente con otras ofertas similares”. (www.ufasta.edu.ar 2003)

Al analizar estas características nos encontramos con una realidad indiscutible. García la expresa de la siguiente manera: “Si todo lo que se habla y se dice no tiene fuerza, ni es capaz de motivar y crear inquietudes, lo dicho y hablado se olvidará con la misma facilidad que se recibe” (1998). Esta circunstancia es primordial al momento de buscar las palabras, música o sonidos más adecuados en la producción de mensajes radiales.

1.3.3.4. ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO

1.3.3.4.1. LA PALABRA

“Es el elemento primario de la Comunicación” (García 1998). Es el sonido o conjunto de sonidos articulados, o letras que los representan, que constituyen la menor unidad sintáctica con significado.

En Radio la palabra es catalogada como el elemento primordial del lenguaje radiofónico: "entre las tres voces del lenguaje radiofónico, es la palabra la que más se dirige a la razón del oyente. La generadora de ideas.

La palabra manda. La palabra humana es la principal portadora del mensaje y su sentido. En un programa de radio, es nuestra voz la que protagoniza la emisión, mientras que las otras dos la refuerzan, la destacan” (López 1997).

Para lograr efectividad en el mensaje radiofónico mediante la utilización de la palabra, es necesario entender que no todos los términos que utilizamos al hablar o escribir pueden emplearse para creaciones radiales. “Todos hablamos, si. Pero unos lo hacen con gracia y otros sin ella. Unos seducen y otros mortifican. ¿Por qué? ¿Cuáles son los recursos, el entrenamiento necesario para hablar bonito? Las palabras tienen relación con la vegetación. Igual que las plantas, el vocabulario germina, crece, se puede llenar de plagas, puede reverdecer o secarse. Necesitamos, entonces, cultivar nuestra manera de

hablar, aprender –en la escuela del sentido común y del ingenio– la agricultura de la palabra”. (López 1997).

El autor relaciona a la palabra y la agricultura, con la intención de explicar el proceso de perfeccionamiento lingüístico de la siguiente manera: “Cuando un campesino se enfrenta a la chacra, tiene dos labores por delante: primero limpiar el terreno, arrancar las malas hierbas. Y luego sembrar el buen trigo”. El hecho de limpiar el terreno y arrancar las malas hierbas, significa que hará lo posible por eliminar aquellas falsas creencias que muchos tienen en lo concerniente a la utilización de los vocablos.

Cita a la primera mala hierba: “la pedantería al hablar”, a la cual pone en contraposición con la cultura: “Cultura no es otra cosa que la adecuada relación que establecemos con el entorno. Mejor será la relación, mayor será la cultura. Apliquemos esto al lenguaje. ¿Qué palabra es la más culta? La más adecuada al contexto en que la digo”. Afirma que cuando una persona instruida presume de su manera de hablar en sus actividades cotidianas, “no exhibe más cultura, sino menos. No se ha comunicado con los demás, no ha logrado hacerse entender. La culpa es suya, no de los otros. La incultura es suya. El ridículo también”.

Es por eso que en radio se deben utilizar palabras sencillas, fáciles de entender: “En los medios de comunicación masiva, el lenguaje sencillo es el más culto, es decir, el más adecuado para sintonizar con el público al que nos dirigimos”.

Para entender mejor sobre qué tipo de palabras pueden catalogarse como “sencillas”, López hace una especie de clasificación del lenguaje en tres niveles: activo, pasivo y dominante:

- **Lenguaje activo:** Son las palabras que la gente usa en su vida diaria. Por ejemplo, dolor de barriga.
- **Lenguaje pasivo:** Son las palabras que la gente entiende, pero no usa frecuentemente. Por ejemplo, malestar estomacal

- **Lenguaje dominante:** Son las palabras que la gente ni usa ni entiende. Por ejemplo, complicaciones gástricas.

¿Qué lenguaje usar por radio? Sin duda, el activo. El que se habla en el mercado, en la cocina, en el autobús. El pasivo. También. Tan erróneo sería renunciar al lenguaje activo en aras del pasivo (por un falso afán de culturización) como limitarnos al activo (por un exceso de popularidad). No se trata de reducir vocablos, sino de emplearlos oportunamente”. Es decir que en radio se debe utilizar palabras que se emplean en la vida cotidiana. Esta afirmación supone el hecho de incluir en los libretos radiofónicos, los anglicismos, neologismos y hasta algunos términos vulgares que se usan en el diario vivir; así como también, explicar la jerga que manejan los diferentes grupos sociales o profesionales.

LÓPEZ, identifica con el nombre de “parrafazo”, a otro de los defectos en la utilización de la palabra. Se refiere a la excesiva longitud y falta de claridad en las oraciones o párrafos, que traen como consecuencia la incomprensión del mensaje. Una buena sugerencia para combatir estos errores es la de emplear frases cortas: “Sean habladas, sean escritas, siempre cortas. ¿Cuántas palabras por frase? Algunos autores dicen que un buen límite son 20 palabras de punto a punto. Y hasta menos. Más de dos renglones seguidos sin rematar con un punto, ya resulta sospechoso”.

Ahora, el autor sugiere “explorar los muy variados recursos que tenemos al alcance de nuestra lengua para aprender a hablar con más gracia”. Entre ellos sugiere la utilización de palabras concretas: “las mejores palabras para la radio son aquellas que se pueden ver, oler, tocar y saborear, que entran por los sentidos y van derecho a la imaginación”. Por ejemplo, se puede decir: Juan trabaja mucho; es una frase corta y sencilla que está dentro del lenguaje activo. Pero es una oración que no alimenta la imaginación del receptor. Para que esta expresión suene un poco más “radiofónica” se diría: Juan barre, arregla los papeles, escribe, maneja la contabilidad, paga a los empleados, etc. Este ejemplo permite deducir que el lenguaje radiofónico utiliza “palabras que pintan la realidad”.

A parte de lo visto anteriormente, López recuerda muchas herramientas y técnicas que se usan en diario vivir, a veces de manera imperceptible. Estos recursos serán ejemplificados en el cuadro que puede verse en el Anexo 1:

Otro recurso que sugiere el autor para la una buena utilización de la palabra radiofónica es la narración, a la que atribuye algunas características y ventajas al compararla con el discurso tradicional: “¿Cuál es la diferencia entre la forma narrativa y la discursiva? En la primera, relatamos hechos, acontecimientos, contamos lo que ocurrió. En la segunda exponemos ideas. La narración va hacia delante, avanza con el tiempo, es cronológica. Las narraciones se recuerdan más fácilmente, porque ocupan palabras materiales, porque dan cuenta de la vida”.

La utilización de frases interrogativas, exclamativas e imperativas; también le dan dinamismo a lo que expresado por radio. El citado autor sintetiza su utilidad de la siguiente manera:

“Las interrogativas interpelan al oyente, lo enganchan, lo hacen participar a través de su respuesta mental. Note el dinamismo de este párrafo que incluye un par de preguntas simples:

Los dos están metidos en un tremendo lío. Se quieren muchísimo, se han jurado amor eterno... ¿Existirá ese tipo de amor?... Bueno, el asunto es que él le pide a ella “la prueba de amor”. ¿Debe dársela? ¿Usted lo haría?... ¡Ah, el tiene 23 años y ella acaba de cumplir los 15!

Las admirativas sirven para resaltar algo, para elevar la temperatura de la charla, a veces para satirizar. Atraen la atención, recuperan a los distraídos. Pero evite las exclamaciones falsas (¡Oh, que bello!) y cultive las que realmente subrayan el sentido de la frase (El chofer, después del accidente del bus, se dio a la fuga... ¡él, y sobre todo la empresa que contrata tales irresponsables debe ser enjuiciada!).

Las apelativas o imperativas resérvelas para esos momentos de acusación a las autoridades incumplidas, para denunciar la violación de los derechos

humanos, para señalar con el dedo fiscalizador de la radio a los sinvergüenzas. A usted le corresponde, Ingeniero Iturralde. Resuelva de una vez por todas este problema de los apagones de luz”.

Otra manera de captar la atención del oyente es mediante la utilización de frases ingeniosas, que nacen en la cotidianidad y son alimentadas por el hecho de compartir con gente que las domina (entre otras maneras). López sugiere apuntarlas en un cuaderno que se debe tener a la mano, con la finalidad de facilitar su retención en la memoria y así, poder emplearlas en los libretos de manera oportuna.

Con la aplicación de estos recursos expresivos, se podrá lograr que los textos escritos para radio se conviertan en “textos sonoros”, es decir: “textos adaptados para que den la sensación de que se trata de un discurso natural o espontáneo, no leído”. Está claro que también depende del locutor o locutora encargados de plasmar el libreto en sonido, en la medida en que sepan darle un “color adecuado” a la palabra, mediante el timbre e intensidad de su voz; su correcta dicción y vocalización.

1.3.3.4.2. LA MÚSICA

Considerada por algunos como “la voz del corazón” o “el lenguaje de las sensaciones”, la música se convierte en un personaje más de la producción ya que mediante él “se implementa y define situaciones de tiempo, espacio y ambiente; de estados de ánimo y manifestaciones del sentimiento”. (*García 1998*).

Desde un punto de vista general, la música se convierte en un sedante muy eficiente, además: “La música como todo arte, es bella porque puede evocar imágenes que están dormidas en nosotros”. Normalmente, estas funciones y características son conocidas e incluso utilizadas por la mayoría de seres humanos.

Sin embargo, partiendo desde el punto de vista radiofónico, la página web citada afirma que este elemento del lenguaje radiofónico asume otro rol, ya que también se convierte en un sistema expresivo que contribuye como complemento de la comunicación sonora:

“La música en la radio es música radiofónica, con un valor comunicativo y expresivo específicamente radiofónico.

En la música el mensaje semántico es muy reducido y la información estética constituye un universo significativo muy grande. Esto hace posible la construcción de una relación afectiva entre el oyente y el mensaje musical, influida por la función comunicativa y expresiva de la música”.

La afirmación anterior supone que cualquier idea o texto radial que no logre la mencionada relación afectiva con el receptor, requiere ser acompañada de una adecuada selección musical en base a la intención del libretista y los objetivos de comunicación. Esto permitirá alimentar la imaginación del oyente, con el objeto de estimular sus sentimientos.

Tomando en cuenta este nuevo criterio de la música en la producción Radiofónica y con miras al conocimiento de las principales inserciones musicales, es necesario partir de una clasificación en base a las funciones de la música. Mario Kaplún lo hace de la siguiente manera:

a) Función gramatical (como signo de puntuación).- Según el autor, la música puede cumplir el mismo papel que el de los signos de puntuación gramatical propios del lenguaje escrito (especialmente la coma, el punto y el guión largo que desacopla dos pasajes de un texto). Para el efecto se insertan pequeños fragmentos musicales con el objeto de: “separar secciones o bloques de texto, para pasar de un asunto a otro”. Gracias a la función gramatical de la música radiofónica, se pueden separar escenas, explicar un traslado de lugar o una transición de tiempo, etc.

“En resumen, la música se intercala para ir marcando las diferentes fracciones de que está compuesta la emisión y para distinguir unas fracciones de las otras”.

b) Función expresiva.- Como su nombre lo indica, esta utilidad contribuye a suscitar un clima emocional al que Kaplún denomina atmósfera sonora. Es decir que se busca despertar en el receptor los sentimientos que la escena o los personajes sugieren. El autor piensa que esta es la función principal de la música en los programas hablados pues se basa en su naturaleza: “Sedante o excitante, la música entra por el oído y por los poros, se desparrama por todo el cuerpo. Se siente en la piel y en el alma. Vibra en el vientre, hace menear las caderas, suelta los pies para empezar el baile. La música emborracha más que el trago y hechiza más que la luna. La música es sensual, deleita todos los sentidos”.

c) Función descriptiva.- El autor, expone esta función de la música de la siguiente manera: “La música no solo expresa estados de ánimo, sino que muchas veces nos describe un paisaje, nos da el decorado de un lugar. Si queremos ubicar la escena de un país determinado, podemos recurrir a un tema musical típico de ese país; si nos trasladamos a una época pasada, la música de esa época nos ambientará y situará”. López también se aproxima a esta definición, cuando sugiere este ejemplo: “Si suena un jarabe tapatío, nuestra mente se traslada a México lindo y querido y ya nos imaginamos a los charros zapateando y a las mujeres con sus amplias y coloridas faldas”.

d) Función reflexiva.- Kaplún en su mencionada obra, hace referencia de esta función, en el momento de utilizar música con la intención de obedecer a los dos primeros literales de la presente clasificación. Afirma que las inserciones musicales que tengan carácter gramatical o expresivo: “sirven también para que el oyente tenga tiempo de recapitular lo que acaba de escuchar y de reflexionar sobre ello, antes de continuar escuchando la historia o exposición”.

e) Función ambiental.- El escritor revela que hay situaciones o lugares en la vida diaria que tienen música por naturaleza; por ejemplo: una discoteca, un

compromiso social, un circo, un parque de diversiones, etc. Podría decirse que en estos casos la música puede transformarse en un efecto de sonido; pero Kaplún insiste: “no por eso deja de contribuir a la atmósfera que deseamos crear. Si nuestros personajes se encuentran conversando en un bar y está encendido el aparato de radio, la música popular que se difunde en ese momento puede ser, a nuestra elección, animada o melancólica, según el clima del que queramos rodear la conversación. Si unos muchachos de la esquina están reunidos y uno se pone a tocar su armónica, puede tocar música triste o alegre, según la situación y el diálogo lo pidan”.

Luego de haber conocido las funciones de la música Radiofónica, ahora es necesario explicar los tipos de inserciones musicales que hacen que estas utilidades puedan convertirse en práctica. El mismo autor las cita de la siguiente manera:

a. Característica.- “Un tema musical apropiado que identifica al programa. Se le llama también “tema de presentación”. Va al comienzo de todas las emisiones y generalmente también al final de las mismas, en el saludo de despedida. Es el logotipo, el membrete del programa; su carátula es sonora y por lo general también su contratapa”. Además, se conoce a la característica con el nombre de *audiotipo*, pues su objetivo es que el oyente identifique y relacione a la música con cierto programa o cuña al escucharlo.

b. Introducción o apertura.- “Tras el anuncio de presentación, a veces, al entrar en materia, abrimos una emisión con un tema musical. Es como el levantarse el telón. Al mismo tiempo, comunica la atmósfera de la emisión o la de su escena inicial”. Esta inserción corresponde a las funciones gramatical y expresiva de la música radiofónica.

c. Cierre musical.- “Música de cierre de la emisión. Es como el punto final de un escrito, como la bajada de telón sobre el final de la pieza, como la palabra “fin” al terminar la película”. El autor sostiene que se pueden usar los compases finales de una obra musical; pero existen cierres musicales

pregrabados, conocidos rústicamente como “remates”, que pueden acoplarse bien a la producción.

d. Cortina musical.- “Separa escenas o bloques, a la vez que acentúa la atmósfera, el clima emocional: da el comentario musical de la escena o el pasaje”. Otros autores denominan a la cortina como “música de Transición o Traslación” (*García 1998*), pero su definición es casi la misma: “Esta es la música que nos sugiere un cambio de decorado, que nos cambia la escena y nos lleva de un punto a otro”.

e. Puente Musical.- Kaplún define al puente musical así: “Es más breve que la cortina; por su misma brevedad, no se busca que dé atmósfera, sino solo que indique una transición de tiempo o un cambio de lugar. Si bien el puente no tiene una particular función expresiva, hay que cuidar que no desentone con el carácter de las escenas que enlaza: una frase musical corta pero alegre y frívola, no es adecuada en medio de dos escenas serias”.

f. Ráfaga.- Al igual que la cortina o el puente musical, este tipo de inserción se utiliza generalmente para señalar transición de tiempo, pero de forma muy corta, ya que la ráfaga es “un fragmento breve movido y ágil”. *García* no da a la ráfaga esta función; mas compara a este elemento con el golpe musical, que es el siguiente literal a tratarse.

g. Golpe musical.- “Un acento o subrayado musical” (*Kaplún 1999*), mediante el cual: “se remata una actuación, se le da fuerza a un contenido, o se marca con mayor énfasis una situación determinada” (*García 1998*).

h. Transición.- La inserción que *JIMMY*, *García* denomina “transición”, es similar al de “cortina” de acuerdo a la clasificación de Mario Kaplún. Este último, utiliza la transición cuando: “tenemos que enlazar dos escenas de diferente carácter; por ejemplo, pasar de una intensa y emotiva a otra alegre; o de una situación lenta a otra ágil y movida. Por una parte, deseamos prolongar el efecto de la escena precedente; por la otra, preparar la que sigue, y acentuar el contraste entre ambas. Buscamos en este caso un pasaje musical

de transición, que dé sucesivamente ambas atmósferas, es decir, que pase de una a otra” (Kaplún 1999).

i. Fundido o mezcla.- Este recurso musical es complejo y requiere especial cuidado por parte del operador técnico pues es quien lo crea mediante la consola o en el software de edición digital. Esta afirmación surge porque el fundido o mezcla consiste en: “la combinación o mezcla de dos temas musicales diferentes: se va disminuyendo gradualmente, el volumen del primer tema, al tiempo que se va haciendo entrar suavemente el segundo. Llega un momento en que el tema inicial ha desaparecido y ya sólo se escucha el nuevo tema que lo sucede” (Kaplún 1999). Por lo general se utilizan mezclas para crear transiciones.

j. Tema musical.- “Tema característico de un personaje, de un grupo o de una situación. Aparece varias veces a lo largo de la emisión, como leit-motiv. Así diremos “el tema de Pedro” y lo haremos jugar, ya como cortina, ya como fondo, cada vez que deseemos acentuar la reaparición de Pedro, o aun evocarle su ausencia. El tema es la definición musical de ese personaje o de esa situación” (Kaplún 1999).

k. Fondo musical.- “Música que se escucha en segundo plano, de fondo a las palabras”. El autor explica que el fondo musical cumple una función expresiva o ambiental, pero subraya que por ningún concepto se lo debe ubicar manera arbitraria, pues se corre el riesgo de ensuciar la producción.

1.3.3.4.3. EFECTOS DE SONIDO

“El sonido es el decorado Radiofónico. Corporiza el objeto del que emana” (Kaplún 1999) Mediante los sonidos insertados en la producción radial podemos describir mejor las escenas. Por ejemplo: una granja no parecería tal si no se escuchara el cacareo de las gallinas, el mugido de las vacas, etc.

Esta acepción de la utilidad de los efectos de sonido se ratifica con otras enunciaciones: “Pero lo más propio de los efectos de sonido consiste en describir los ambientes, pintar el paisaje, poner la escenografía del cuento, hacer ver con el tercer ojo, el del espíritu. Los efectos van directo a la Imaginación del oyente” (López 1997).

Con los conceptos anteriores, se colige que el sonido Radiofónico es usado principalmente como un elemento descriptivo. De hecho, la aplicación inicial que tuvieron desde sus inicios fue generar un sonido ambiental. Pero, según otros autores, esta función no es la única: “el efecto sonoro, dentro del esquema semiótico del lenguaje radiofónico, sobrepasa la función descriptiva, introduciendo connotaciones significativas en la articulación del mensaje sonoro”.

Dentro del proceso evolutivo de la Radio; que generó cambios en su lenguaje, se sabe que los efectos sonoros (ya sean inarticulados o de estructura musical; de fuentes naturales y/o artificiales): “sustituyen objetiva y subjetivamente la realidad, construyendo una imagen”.

Pero, ¿cuáles son esas nuevas funciones, que permiten a los efectos de sonido sustituir la realidad? Muchos autores coinciden en las siguientes:

a. Función ambiental, descriptiva o denotativa.- Se ha hablado en párrafos anteriores acerca de esta función. Consiste en una: “congruencia entre los contornos sonoros del objeto o acción representados y la imagen que expresan”. Es decir: al transmitir por radio el efecto sonoro de un perro, se expresa la imagen del perro.

En la web citada, se subraya: “El efecto sonoro descriptivo, localiza la acción en un espacio visual. Es precisamente ese aspecto redundante del efecto sonoro ambiental o descriptivo, el factor de credibilidad y verosimilitud en el mensaje radiofónico”. Dicho en otras palabras, el sonido insertado en la producción, crea una imagen en el receptor y permite simultáneamente que el mensaje sea realista y convincente.

Kaplún añade un asunto muy importante: “Todo ello, por supuesto, no demasiado fuerte, para que no tape las voces y no impida seguir el diálogo. Pero el sonido tiene que estar allí. Incluso a veces, amplificado: los pasos de los personajes, acercándose o alejándose, deben oírse nítidamente. La radio ha venido a poner de relieve sonidos que el oído casi no advierte, como las pisadas o el chirriar de las puertas”.

b. Función expresiva o connotativa.- Al tratar este aspecto, la página web de universidad de Fasta afirma: “a la vez que representa una realidad, el efecto sonoro nos transmite un estado de ánimo, un movimiento afectivo”. Es decir que, en esta ocasión, el efecto de sonido ya no solamente sirve para pintar un paisaje y ubicar a los personajes en un contexto realista, sino que cumple la función de comunicar. “Efecto sonoro como una metáfora, donde la analogía entre la fuente sonora y la idea que representa viene determinada por convicciones culturales, mitos o simples semejanzas rítmicas”.

Los efectos sonoros que se insertan obedeciendo a la presente función, se transforman en lenguaje, porque pueden comunicar algo aún sin palabras. Por ejemplo: el llanto prolongado de un bebé en medio de la lluvia, denota una sensación de soledad y abandono.

c. Función narrativa o dramática.- Es una función más compleja, pues requiere la unión de muchos efectos expresivos en base a una realidad: “La continuidad dramática o narrativa de la realidad espectacular Radiofónica se articula por la yuxtaposición o superposición de distintos segmentos sonoros de la misma realidad temática o espacio – temporal, o de distintas secuencias radiofónicas. Cuando este nexo entre paisajes sonoros es un efecto, este asume una función narrativa”.

Es decir que mediante la función narrativa varios efectos expresivos de la misma esencia, se unen en función de contar una historia. Por ejemplo: Se escucha un automóvil a alta velocidad que da un frenazo y choca con otro; luego de un pequeño silencio, aparece una ambulancia desde un tercer plano hasta el primero. Hay pasos de gente ajetreada, murmullos, el sonido de las

puertas del vehículo de rescate que se cierran. Finalmente, el auto va a gran velocidad con su sonido de sirena en medio del llanto de mucha gente. Todo esto nos da a entender que hubo un accidente por exceso de velocidad y los heridos fueron trasladados de urgencia hasta un hospital cercano.

d. Función ornamental o accesorio estético.- “es también un efecto sonoro ambiental o descriptivo, subsidiario y elemento accesorio de la palabra Radiofónica, pero no es necesario para otorgar la verosimilitud al relato”.

Hay que tener cuidado al utilizar efectos de sonido en esta función, pues lo ornamental no pasa por lo semántico, sino por lo estético; y esto a su vez depende de la subjetividad del libretista; es decir: de su criterio personal. Es recomendable no abusar de los efectos de sonido de este tipo, pues pueden ensuciar la producción al ser un factor de ruido en la comunicación.

Como ejemplo se puede citar: El sonido de las campanillas en una puerta de un local comercial, los gritos de los niños jugando en una calle de barrio mientras se realiza un diálogo, etc. Estos son efectos sonoros de detalle.

1.3.3.4.4. EL SILENCIO

Aunque parezca imperceptible, la adecuada utilización del silencio o pausa es muy importante en la producción, para dar una sensación de realidad a la acción narrada o para enfatizar frases esenciales. Algunos autores -como López- no lo consideran como el cuarto elemento del lenguaje radiofónico sino que simplemente lo asocian intrínsecamente con el uso correcto y el manejo de los ritmos en los otros tres. Pero hay otros analistas de la radio que consideran al silencio como un elemento independiente de la comunicación Radiofónica:

“El sonido y el silencio son independientes del lenguaje verbal. El silencio verbal participa de un sistema semiótico. El silencio es una forma sonora y a veces se transforma en un signo.

El silencio delimita núcleos narrativos, constituye un movimiento afectivo: el silencio es la lengua de todas las fuertes pasiones: amor, cólera, sorpresa y miedo”.

Desde un punto de vista práctico, cabe destacar la diferencia entre lo mencionado (pausa o silencio); y los baches, que se originan “cuando se produce un silencio inesperado, no previsto en cualquier momento de la programación” si es que son muy largos, cortan el diálogo mantenido y por eso hay que evitarlos.

El profesor Lomello de la Universidad de Fasta, cita una “tipología de los silencios”, tomada de Arman Balsebre. En la misma, se clasifica a este elemento en dos categorías que son:

a. Silencio psicolingüístico: es el silencio mental asociado al desarrollo del material lingüístico que expresamos con la palabra. Son vacilaciones, pausas para respirar, para reelaborar un concepto, búsqueda en la memoria de alguna idea, etc.

b. Silencio interactivo: son pausas en el diálogo o debate y está unido a relaciones afectivas. Durante estos silencios interactivos tiene lugar distintas opciones comunicativas: afectividad, conocimientos, opinión. El silencio interactivo aumenta en duración y frecuencia a medida que disminuye la distancia física y psicológica entre dos personas” (www.ufasta.edu.ar 2003).

1.3.3.5. LOS PLANOS

Se ha dicho que la Radio es un medio descriptivo que busca la creación de imágenes auditivas en el receptor. Con base en esta premisa, el lenguaje

Radiofónico ha desarrollado maneras de significar aspectos propios de los medios audiovisuales (como la profundidad de campo, el movimiento, etc.). Es por eso que aparecieron los planos.

“En Radio, llamamos plano a la distancia que existe entre el locutor y el micrófono”. Cuanto más se separe el locutor del micrófono, más lejos aparecerá en la escena. La relación es directamente proporcional. El autor clasifica a los planos de la siguiente manera:

- Primerísimo Plano (PP): para describir “distancia íntima, que empleamos para el susurro amoroso o para la media voz agresiva”
- Primer Plano (1P): “distancia personal, comunicación corriente entre dos amigos que conversan”.
- Segundo Plano (2P): “representan distancias sociales, las que se dan en una reunión familiar o las que marcan relaciones de subordinación, por ejemplo, entre un jefe y su empleado”
- Terceros y cuartos planos (3P y 4P): “se reservan para las distancias públicas: discursos, sermones, mítines”.

Además el mencionado radialista revisa tres utilidades básicas de los planos:

- Para dar profundidad a una escena.
- Para dar movimiento a la escena.
- Para engrandecer o empequeñecer a los personajes.

1.3.3.6. EL GUIÓN

KAPLÚN afirma: “Es el esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende el texto hablado, la música que se va a incluir y los efectos sonoros que se insertarán, e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada

cosa. Sólo con esta guía detallada (de ahí su nombre guión) es posible producir buenos programas y evitar toda confusión, toda improvisación, a la hora de su montaje”.

El guión es de trascendental importancia, pues es la: “transcripción verbal y esquemática del texto radiofónico. Desempeña un doble papel: es la materialización escrita de la imagen mental del emisor, y al mismo tiempo es la materialización escrita del texto sonoro que significa la imagen sonora. El guión radiofónico es como un puente que atraviesa el creador de imágenes sonoras, uniendo la idea con los sonidos existentes”.

1.3.3.6.1. FORMALIDADES DEL GUIÓN

LÓPEZ, sintetiza las normas o “formalidades” que debe tener un libreto, para su mejor aprovechamiento práctico:

- “Escriba en papel blanco y de un solo lado. Que el papel sea firme para evitar crujidos.
- Escriba a doble espacio para poder hacer anotaciones posteriores.
- No divida las palabras al final de la línea ni el párrafo al final de la hoja. Esto dificulta la lectura.
- Numere los renglones. Ahorrará tiempo a la hora de repetir una escena o un parlamento.
- Los nombres de los PERSONAJES se escriben a la izquierda y en mayúsculas.
- Las ACOTACIONES de tonos para los actores se escriben dentro del texto, en mayúsculas y entre paréntesis. No hay que abusar de ellas.

Ensucian la lectura y pueden suplirse con los signos de puntuación normales (¿? ¡!...) o con pautas en el ensayo.

- Un cambio importante de entonación que deba hacer un actor se suele indicar con una (T). Si lo que quiere es una pausa especial, se indica (PAUSA).
- Los PLANOS también se indican en mayúsculas y entre paréntesis. El primer plano se presupone. Sólo se indican los 2P y 3P, o los desplazamientos.
- La MÚSICA, tanto cortinas como fondos musicales, se indica como CONTROL. Se detalla en mayúsculas y subrayada.
- Los EFECTOS DE SONIDO que se toman de discos y son puestos por el técnico, también se indican como CONTROL y se escriben en mayúsculas y subrayados.
- Los EFECTOS DE SONIDO que se graban en estudio, simultáneamente con las voces de los actores, se indican como EFECTOS. Van en mayúsculas y subrayados.
- Saque copias claras, una para cada actor y otra para el técnico” (López 1999).

1.3.3.6.2. LOS DISTINTOS TIPOS DE GUIÓN

La Agencia española de cooperación internacional, detalla en su página web que hay distintos tipos de guión Radiofónico en función de tres variables: 1) la información que contienen; 2) las posibilidades de realizar modificaciones sobre ellos y 3) la forma en que se nos presentan.

Según la información que contienen hablamos de guiones literarios, guiones técnicos y guiones técnico-literarios, siendo éstos últimos los más completos.

En Relación a los guiones técnicos la mencionada web los describe así: “en este tipo de guiones imperan las indicaciones técnicas, mientras que el texto verbal sólo aparece a medias y, en algunos casos, ni siquiera eso. De hecho, lo que van a decir los locutores se expresa en forma de ítems (locutor 1: entrada noticia; locutor 2: cuerpo noticia, locutor 1: despedida, etcétera), como si se tratase de una simple pauta. Este tipo de guión es el más usado en la radio actual, sobre todo en programas informativos y magazines.

Los creadores de la mencionada página definen a los guiones según otras funciones así:

“Según la posibilidad de realizar modificaciones, hablamos de guiones abiertos y de guiones cerrados. Los primeros están concebidos para que puedan ser modificados en el transcurso del programa, por lo que presentan una marcada flexibilidad. Los segundos, en cambio, no admiten modificación alguna. Trabajar con uno u otro dependerá de la complejidad de la producción y, sobre todo, de las características del espacio.

Según la forma que presenten, hablamos de guiones americanos y de guiones europeos.

El guión americano se presenta en una sola columna, separando las indicaciones del técnico y las de los locutores mediante párrafos sangrados. En estos guiones, las anotaciones técnicas se subrayan, mientras que el nombre de los/las locutores/as aparece en mayúscula. Además, se acostumbra a dejar un margen a la izquierda para señalar posibles modificaciones.

El guión europeo, en cambio, se presenta en dos o más columnas. La de la izquierda se reserva siempre para las indicaciones técnicas, mientras que el resto (que puede ser una o más), se destina al texto íntegro de los locutores, o al texto en forma de ítems, etcétera.

Es muy importante tener en cuenta que estas tres variables son perfectamente combinables, de tal forma que puedes elaborar un guión técnico-literario, cerrado y europeo; o un guión técnico, abierto y europeo; o un guión literario, cerrado y americano, y así sucesivamente. Una vez más, todo dependerá del programa que se vaya a producir”.

Hay quienes le añaden dos columnas más referentes a la duración de cada intervención y a los recursos que se utilizarán, que es un guión mucho más completo y útil a la hora de realizar la emisión de programas radiales (Ver anexo 2).

1.3.3.7. LOS GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS

Para empezar a producir, aplicando los elementos del lenguaje Radiofónico mencionados anteriormente, es necesario identificar las diferentes formas de administrar y difundir los contenidos. Para esto José Ignacio López, define a los géneros Radiofónicos como las “primeras distribuciones del material Radiofónico, las características generales de un programa”, mientras que los formatos Radiofónicos son definidos por el autor como “las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos”.

Según LÓPEZ, los géneros son los “modelos abstractos”. Los formatos, los moldes concretos de realización; y añade que “en realidad, casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros”.

1.3.3.7.1. EL GÉNERO DRAMÁTICO

Según LÓPEZ: “El género dramático tiene relación con los valores, con la ética. ¿Quién tuvo la culpa, quién tiene la razón? ¿Quién es el malo y quién el bueno? Estas preguntas son fundamentales en todo argumento dramático.

El drama es un género de ficción: muchas veces se inspira en hechos reales, pero trabaja con lo que podría pasar. Eso sí, aunque estemos en el terreno de la imaginación y la fantasía, la acción que se representa debe ser verosímil, pudo haber pasado. Es creíble.

El autor señala que, a pesar de esta última definición, el realismo mágico también integra el género dramático, sosteniendo que: “el asunto está en presentar coherentemente lo imposible”.

En relación los subgéneros dramáticos, LÓPEZ explica que la clasificación de los subgéneros está relacionada con los receptores: “Cuando uno va a una tienda de alquiler de videos, encuentra una carpeta con las películas románticas, otra con las comedias, con las de aventuras (o de acción, como las suelen llamar), de misterio, de terror, eróticas, de ciencia ficción, y así. Me parece que esta sencilla clasificación cinematográfica puede servirnos perfectamente para organizar los subgéneros dramáticos. No hay que complicarse mucho la vida: a cada emoción básica que queremos despertar en los receptores (amor, miedo, risa, ansiedad) corresponde un subgénero”.

En cuanto a los formatos, LÓPEZ señala que el género dramático abarca bastantes y variados:

- “En la forma teatral —cuando el acento está puesto en el diálogo y la acción de los personajes—, tenemos los Radioteatros, Radionovelas, series, socio dramas, sketches cómicos, personificaciones, escenas y escenitas, diálogos y monólogos de personajes...

- En la forma narrativa —cuando el acento está puesto en la evocación que hace el narrador—, están los cuentos, leyendas, tradiciones, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes...
- En las formas combinadas —cuando se cruzan con otros géneros—, aparecen las noticias dramatizadas, cartas dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones y radio clips, testimonios con reconstrucción de hechos”

1.3.3.7.2. EL GÉNERO PERIODÍSTICO

Según el mencionado autor: “El género periodístico se vincula con la realidad, con los acontecimientos concretos. ¿A quién le ocurrió qué? La noticia quiere alcanzar la verdad de los hechos.

Este género se puede dividir en cuatro subgéneros, tomando en cuenta la misma historia del periodismo: al principio, se hablaba únicamente de dos especialidades, el periodismo informativo y el de opinión. Más tarde, se sumó una tercera modalidad, el interpretativo. Muchos autores añaden un cuarto subgénero, el periodismo investigativo. Estas cuatro funciones (enterar, explicar, valorar y revelar) se implican mutuamente, son aspectos, más o menos acentuados, que intervienen en toda labor periodística.

El género periodístico también abarca muchos formatos:

- En el periodismo informativo están las notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías.
- En el periodismo de opinión están los comentarios y editoriales, debates, paneles y mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias, polémicas.

- En el periodismo interpretativo e investigativo el formato que más se trabaja es el reportaje.

1.3.3.7.3. GÉNERO MUSICAL

El autor ubica al género musical directamente en el plano de los sentimientos, de la estética, de la belleza. Hay hablar de subgéneros afirma: “El género musical se puede dividir en diferentes subgéneros, los mismos que sirven para clasificar ordinariamente nuestras discotecas: música popular, clásica, moderna,ailable, folklórica, instrumental, infantil, religiosa.

Múltiples son los formatos del género musical: programas de variedades musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, programas de un solo intérprete, recitales, festivales, rankings, complacencias”.

1.3.3.7.4. LA RADIO REVISTA

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica reconoce a la Radio revista como “nuestra compañera de todos los días”. Es el formato más completo porque “recoge todos los géneros anteriores, los organiza” y los somete a una “buena conducción, a la participación de la gente y con un ritmo muy ameno”.

JOSÉ IGNACIO, López señala que: “Su primer objetivo —antes que ningún otro— es hacernos pasar un buen rato, entretenernos. Más allá de cualquier norma técnica, los conductores de una radio revista se relacionarán con sus oyentes con la misma gratuidad con que se visitan los amigos y amigas. Previo a saludables intenciones educativas o informativas, se trata de entablar una conversación amena que nos haga más llevadera la jornada. Charlar es el deporte que cuenta con más aficionados en todas las culturas y latitudes.

El autor recalca que la Radio revista no podría ser tratada como un género radiofónico, sino más bien como un formato amplio, capaz de englobar a los demás. Todo cabe en la revista, todos los géneros y subgéneros pueden trabajarse en su estructura. Y todos caben, cualquier oyente puede engancharse en su ruta. Por eso, también se la conoce como programa ómnibus, un transporte público que se detiene en muchas estaciones y donde suben los más variados pasajeros. La buena dirección del conjunto la asegura el chofer de la revista, quien conduce el programa.

En relación a las audiencias, el mencionado autor señala que: “Muchas revistas segmentan sus públicos. Según los destinatarios, podemos hablar de revistas infantiles, de mujeres, de jóvenes, de migrantes, dirigidas a grupos sindicales, a comunidades cristianas, para los sacrificados madrugadores o para los contumaces trasnochadores. Es bueno aclarar que la segmentación no significa excluir otras posibles audiencias, sino priorizar un sector sobre otros.

También podemos especializar los contenidos. Hablaremos, entonces, de revistas informativas, deportivas, musicales, educativas, religiosas, culturales. Y dentro de cualquiera de éstas, podemos enfocar aún más el lente: una revista musical sobre rock, una educativa sobre derechos humanos, una informativa internacional, una cultural sobre actualidad cinematográfica, y así”.

1.3.3.7.4.1. FRECUENCIA Y DURACIÓN DE LA RADIO REVISTA

En relación a la frecuencia de una Radio Revista, varios autores coinciden en recordar que: “es mejor tres minutos al día que treinta a la semana”; tomando en cuenta la necesidad de crear un hábito en la audiencia. Además, los autores señalan que una frecuencia diaria permite que la audiencia se identifique más fácilmente con los conductores del programa, se conviertan en “amigos y amigas, que llegan día a día a conversar con nosotros, que siempre están ahí”.

JOSÉ IGNACIO, López anota su experiencia en la distribución de una radio revista en la programación: “La revista semanal es muy utilizada, sobre todo, por colaboradores de la emisora que no tienen tiempo para más: grupos de jóvenes, de vecinos, de defensa del consumidor, mujeres organizadas, comunidades religiosas, ecologistas. La opción de espacios semanales no es mala, por supuesto.

Podríamos ubicarlos en sábados o domingos. Estos programas deben ofrecer un menú especialmente atractivo, igual que cuando uno sale a comer fuera de casa el fin de semana”.

1.3.3.7.4.2. LOS CONDUCTORES EN UNA RADIOREVISTA

Una parte fundamental de la producción de la Radio Revista consiste en la selección de quienes la conducen. Es tan importante que, en la mayoría de casos, de esto depende el éxito o fracaso del programa. “Son las voces amigas que presentan el programa, saludan a la audiencia, van dando entrada a cada una de sus secciones, las comentan y, por último, despiden el espacio.

Los autores de algunos manuales de capacitación les dedican especial atención haciendo algunas recomendaciones:

- “Los conductores y conductoras se dan a conocer a los oyentes y se llaman entre sí por su propio nombre o apodo. Los oyentes se identifican, se hacen amigos de los conductores. Por esto, no conviene andar cambiando de conductores en un programa. Mientras más estables, mejor”
- “Hay quienes llevan el talento desde la cuna. Pero a conducir también se aprende”

- “El conductor o conductora siempre estará siempre equilibrando pensamiento y emociones, ideas y sentimientos, argumentos y afectos. Sus preguntas quedan para pensar y reflexionar”.
- “La Radio Revista se conduce con buen ritmo. Ni muy acelerado ni tan parsimonioso el ritmo debe ser dinámico, ameno, y quienes conducen deben ir a la par”.
- “Usemos un lenguaje coloquial, cotidiano, sin palabras difíciles. Claro, sencillo pero profundo a la vez. Nos habla como una conversación en la calle, amena y sin vueltas”.
- “No queremos genticita gris ni anónima al frente de las revistas. Al contrario, buscamos gigantes de la palabra, personalidades que sobresalgan y tengan éxito. La diferencia consiste en que el gran animador, por serlo, no se toma tan en serio, se sabe reír de sí mismo. Precisamente por importante, no se da importancia. Y al revés, cuando alguien se infatúa, es que no tiene nada valioso que decir. Dime de qué presumes y te diré de qué careces”.

1.3.3.7.4.3. ESTRUCTURA DE LA RADIOREVISTA

JOSÉ IGNACIO, López, habla de un criterio fundamental para la estructura de una Radio Revista: La combinación entre la “costumbre y la sorpresa”, “coherencia y variedad”, como fórmula para el éxito en este formato.

El autor separa tres elementos básicos que deben estar en una Radiorevista: la música, las secciones y la conducción. Y propone algunas sugerencias para balancear la estructura tomando en cuenta dichos elementos:

“La música, o más específicamente las canciones, ocupan un espacio considerable en revistas y revistones, hasta el 50% o más del tiempo total del programa. Los discos irán distribuyéndose entre las secciones y los

comentarios de los conductores. Pueden ir en entregas simples, o pasando dos o más canciones seguidas. La selección musical responde, generalmente, al criterio ya explicado de mezclar ritmos e intérpretes, épocas y nacionalidades. También hay que acomodarse lo mejor posible a las solicitudes de los oyentes. A pesar de la variedad, cada Radiorevista definirá su perfil musical, su estilo propio de combinar los discos y de preferencia unos géneros sobre otros.

Las secciones son espacios breves, generalmente hablados y de mayor elaboración, donde se juegan los principales contenidos del programa. Algunas se pregrababan para poder editarlas como se debe (reportajes, encuestas, sketches). Otras quizás vienen ya enlatadas (novelas, cuñas, radioteatros). Y muchas pueden hacerse en directo, mientras sale al aire la revista (debates, consultorios, concursos).

En cuanto a la duración de las secciones, el mencionado autor no se atreve a dar una respuesta exacta: “Un mensaje sobre protección de los bosques puede resolverse en un minuto. Un reportaje sobre el mismo tema durará quince. Y un debate con acusadores y acusados, con ecologistas y pirómanos, puede llenar media hora. No hay por qué someter todas las secciones al mismo minuterio. Unas pueden ser más extensas, otras más intensas. Lo que importa, en definitiva, es la mayor o menor aceptación del espacio por parte de la audiencia”.

En este punto. López hace recordar aquel argot popular que dice: “Todo extremo es malo”; en relación al nivel de planificación e improvisación que debe tener una radiorevista:

“Antes, se trabajaban las revistas con estructuras muy esquemáticas. Cada sección en su lugar y a su hora, incluso con presentación y despedida propia. Rompiendo rigideces, algunos productores han pasado al relajo simple y llano, una especie de programa invertebrado donde cualquier cosa puede acontecer en cualquier momento. En nombre de la espontaneidad, nada se planifica, todo se deja a la inspiración del instante.

Ensayemos caminos intermedios. Podemos diseñar secciones fijas y otras que varían. Por ejemplo, la información sobre los precios del mercado deberá aparecer siempre en el mismo horario. Un oyente interesado en ella —y no en el resto de la revista— sabrá cuándo ubicarla. Dígase lo mismo de los capítulos de una novela, de los consejos de una doctora o de los boletines de prensa. Con otras secciones seremos más flexibles. Podemos lanzar el concurso al inicio del programa o por la mitad.

Una mesa de debate puede abrirse antes o después, sin hora fija, igual que las curiosidades o un enlace desde la móvil. De esta manera, vamos combinando lo habitual con lo novedoso.

¿Cómo distribuir las secciones a lo largo del programa? En un informativo, se comienza con las principales noticias. En una radionovela, lo mejor se guarda para el final. En el caso de una revista, no tendría sentido ninguno de estos ordenamientos, menguantes o crecientes. Una revista larga, de varias horas, difícilmente será escuchada en su totalidad por una misma persona. Como ómnibus al fin, unos oyentes subirán en la primera parada, otras a media ruta, unos se bajarán antes y otras después. No hay cómo pretender una secuencia lógica entre las secciones, ni una estructura de pirámides, invertidas o no”.

Una característica transversal del armado de las Radiorevistas es la actitud que proyectan hacia los oyentes. López señala que: “Como en la programación musical, la amenidad es el criterio que rige el armado de las revistas. Si terminó una sección hablada, pase a una musical. Si un reportaje resultó muy dramático, cambie el ritmo del programa con algo más ligerito. Después de una farandulería, cae bien una nota periodística. Combine los formatos, juegue con las expectativas, contraste los sentimientos del oyente, lo triste con lo alegre, lo romántico con lo político, lo profundo con lo trivial. Ahora bien, esta pauta presupone el sentido común de los conductores. Si estos carecen de aquél, batirán cócteles explosivos. Colocarán los resultados del hipódromo inmediatamente antes de la bendición del obispo. O harán sonar una salsa machista en la celebración del 8 de marzo.

Otra opción que nos presenta el autor para la estructura de una Radiorevista es la que expone mediante este texto: “Algunos animadores no se conforman con la estructura de secciones fijas y movibles, por más variadas que estén. Les resulta —y no sin razón— un esquema tradicional, una simple yuxtaposición de los recursos. Prefieren apostar por un diseño transversal. ¿En qué consiste éste? Se trata de planificar ejes o hilos conductores que crucen toda la revista y contribuyan a su armonía. Como la costurera que hilvana con puntada larga, esa idea central irá apareciendo cada cierto tiempo, sin quitarle agilidad al espacio. Basta un hilo por programa, aunque algunos revisteros prefieren trabajar con dos.

¿Cuáles podrían ser esos hilos? Un tema. Por ejemplo, el boxeo. ¿Es deporte o salvajada? Con entrevistas a boxeadores, con llamadas telefónicas, con una encuesta callejera, se puede ir desarrollando el asunto. A lo mejor, el tiempo neto que se le dedica no representa ni el 20% del total de la revista. Pero como va salpicado a lo largo de ella, da unidad al conjunto.

El hilo conductor puede ser un hecho circunstancial (la entrada de los niños a la escuela), una fiesta (el Inti Raymi), una noticia de actualidad (la oveja Dolly clonada), una canción de estreno (que se repite y comenta). El hilo puede ser también un concurso que atraviesa todo el programa o buena parte de él. Lo mismo podría hacerse con un invitado especial que está en cabina e interviene de vez en cuando. O con un radioteatro que se va emitiendo, poco a poco, por escenas. O con un paquete de cuñas sobre un tema concreto que se intercalan aquí y allá. Más adelante, nos asomaremos a varios formatos que sirven para dar tanta variedad como continuidad a la revista”.

Nada de esto sería efectivo si no se conjuga el asunto de la conducción. Los conductores de la Radiorevista son los amigos que animan el programa y como tales: “saludan al público, presentan los discos, van dando entrada a cada una de las secciones, las comentan y, por último, se despiden hasta el día siguiente. Los oyentes se identifican con ellos, acaban sintiéndolos como parte de su familia. A veces, los llaman a la emisora para contarles sus intimidades con más franqueza que al cura confesor. Más que el perfil musical o las

secciones, son los conductores quienes imprimen el sello característico a la revista y logran su coherencia. El principal hilo conductor son ellos mismos. La personalidad de una revista ómnibus depende en gran medida de sus conductores. No conviene andar rotándolos ni cambiarlos, a no ser por razones de mucho peso. Mientras más estables sean, mejor”.

LÓPEZ concluye: “Juntemos ya las piezas. Si cada una fuera de un color — los momentos musicales, las secciones habladas, las intervenciones de los animadores— obtendríamos algo semejante a un arco iris. En segmentos breves y brillantes, con mayor o menor hilación entre ellos, la Radiorevista avanzará con una estructura tan ágil como disimulada, tan ligera como armónica, pasando del rojo al naranja y al amarillo y al verde y a toda la gama de recursos que nos ofrece el lenguaje radiofónico. Al pie del arco, hallaremos el mejor tesoro: una audiencia multiplicada”.

1.3.3.8. ESTRUCTURA DE UNA PROPUESTA DE PROGRAMA RADIAL

Para que un programa pueda producirse siguiendo los pasos descritos anteriormente, es necesario realizar una propuesta a la emisora que cederá el espacio y se lo hace mediante un documento que la agencia de aguas del Perú, en coordinación con la cooperación alemana, sintetiza de la siguiente forma:

- a) **“PÚBLICO OBJETIVO:** Definir las audiencias, elaborar un perfil básico de las mismas. Determinar su consumo de medios y su opinión e información sobre los temas que tratará el programa.

- b) **OBJETIVOS DEL PROGRAMA.** Establecer qué buscamos conseguir con el programa de radio. Tener en cuenta que el programa radial contribuirá al logro de los objetivos trazados para el trabajo institucional.

c) **TEMAS DEL PROGRAMA.** Relación de los temas que abordará el programa radial. Trabajar primero con temas principales (ejes temáticos) y luego en cada uno de ellos, sus respectivos sub-temas.

d) **CARACTERÍSTICAS FORMALES DEL PROGRAMA**

HORARIO: a qué hora saldrá al aire.

DURACIÓN: cuánto durará, teniendo en cuenta los bloques publicitarios.

FRECUENCIA: diario, interdiario, semanal.

NOMBRE: resume y expresa lo que se quiere del programa.

GÉNERO: informativo, musical, deportivo, consultorio, religioso, infantil, magazín.

EMISORA: indicar el nombre de la emisora seleccionada para la emisión.

e) **RELACIÓN CON EL PÚBLICO OYENTE.** Estrategias para la participación del público, antes, durante y después de la emisión del programa.

f) **ESTILO DEL PROGRAMA**

- Número y sexo de conductores.
- Estilo de relación de los conductores con al audiencia.
- Línea musical del programa (si es que la tendrá)

g) **ESTRUCTURA DEL PROGRAMA RADIAL**

- Elección de los formatos:
- Definir los bloques o secciones del programa.
- Armar la estructura.

1.3.4. LA CULTURA

En un trabajo presentado por Jorge Cela en el centro de estudios sociales de República Dominicana, se identifica la necesidad de “desenmascarar” las definiciones que parecen alejarnos de una comprensión de la cultura como quehacer de un pueblo:

“Los manuales clásicos de historia de la cultura que todavía se usan en nuestras escuelas e incluso en nuestras universidades, y que todavía en muchos sentidos marcan lo que es cultura para nosotros, nos hablan de ésta como las obras de arte culto, producidas en un pueblo. Son una enumeración cronológica de hombres con sus obras, élite culta que ha saltado del anonimato por sus excepcionales cualidades artísticas y por los mecenas que los financiaron” (Cela 1997).

Esta forma de señalar la cultura es excluyente y responde a las clases sociales privilegiadas. En esta definición la cultura es la obra exclusiva de esta élite y es para una clase social. No todo el pueblo tiene el dinero para comprar un cuadro para la casa, o la ropa para asistir al Teatro Nacional, o se siente expresado en formas internacionales y elitistas.

Pero el autor señala que las consecuencias no están solamente en este aspecto. Él identifica un encubrimiento del carácter dinámico de la cultura, al momento de identificarlo como una especie de producto: “algo que está hecho y acabado, como algo que se adquiere, como un objeto más de consumo”. Además: “Es extraña al pueblo mismo que la adquiere del pasado, de otros países o de una élite especial. No es tarea a realizar, sacándola de las propias entrañas”.

De ahí la frase repetida en algunos lugares, e incluso por algunos gestores culturales: hay que llevar cultura al pueblo: “porque se cree que el pueblo no tiene cultura o no tiene con qué adquirirla y necesita un caritativo donante que se la haga llegar”. Tanto para el autor como para las investigadoras, “esta visión nos resulta inaceptable”.

La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano, El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología.

La cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

1.3.4.1. LOS MEDIOS DE MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE CULTURA E IDENTIDAD

Los medios de comunicación son determinantes en la preservación del aparato ideológico del Estado, para entender como han llegado a adquirir tal importancia, es preciso recapitular el origen de la industrialización de los medios y la consecuente cultura de masas, siendo ésta capaz de crear vínculos entre los individuos que permitan mantener estable al sistema.

Según CARLOS Gómez: “En la Filosofía de la cultura se dedica una especial atención al tema de la comunicación, pues ésta refiere al intercambio de toda producción humana, en la relación sujeto – sujeto. La comunicación, concebida en los marcos de un enfoque sistémico multifuncional de la cultura, constituye un subsistema de ésta.

La relación cultura – comunicación resulta indisoluble, mediada por los eslabones intermedios que le dan cierta autonomía a cada componente de la totalidad del sistema”.

Sin embargo, es posible hablar de comunicación cultural. El autor mencionado sostiene que: “La comunicación sociocultural es un nexo orientado entre las gentes, intercambio de información entre ellas. La comunicación sociocultural, en su estricto sentido, es la comunicación directa entre las personas, pero en un sentido más amplio, es la comunicación masiva (indirecta, mediatizada), intercambio de información de valor sociocultural: de la vida cotidiana, científico – técnica, sociopolítica, estética, etc. La comunicación de masas se realiza a través de organizaciones y medios técnicos especiales de recopilación, procesamiento y difusión de la información”.

Si ciertamente toda cultura posee una función comunicativa, para que el proceso sea efectivo es necesario que exista una coincidencia entre emisor y receptor, en cuanto al conjunto de imágenes, percepciones, asociaciones, etc. De lo contrario no hay comprensión entre los sujetos y la comunicación resulta ineficaz.

El autor afirma que: “La eficiencia de la comunicación depende de que los participantes del acto de comunicación dispongan de un determinado sistema general similar de nociones y categorías para el análisis de determinados fenómenos de la realidad. En el caso contrario la comunicación será poco efectiva e imposible.

La comunicación cultural, vinculada estrechamente con las funciones semióticas y directiva de la cultura, no deviene por generación espontánea. Posee múltiples condicionamientos que pueden frenar o no la comunicación humana y en lugar de enriquecer la existencia del hombre, empobrecerla. La cultura sintetiza el devenir humano y es medida de su ascensión, pero cuando su génesis (la actividad humana) resulta enajenada, las relaciones

verdaderamente humanas, se truncan en alienación progresiva, es decir, como alienación de la actividad y actividad de la enajenación”.

Cuando la cultura resulta enajenada, la sociedad, los hombres, dejan de ser sujetos. Las relaciones sociales reproducen un proceso infinito de enajenación, pues, como señala Gómez: “una consecuencia inmediata del hecho de que el hombre sea enajenado de su actividad vital, de su ser esencial, es el enajenamiento del hombre del hombre,” y con ello la pérdida de su esencia humana. En realidad, la proposición de que la naturaleza esencial del hombre le es enajenada significa que un hombre es enajenado de otro, al igual que cada cual lo es de la naturaleza esencial del hombre.”

El hombre hace su historia con su actividad, crea el cuerpo de la cultura y a través de ella prueba ser un ser esencial, se universaliza; pero en las condiciones del capitalismo no siempre la cultura cumple con eficacia su función clave comunicativa. Por tanto el pueblo, las gentes, no están en condiciones de acceder al enriquecimiento de su ser esencial y su espiritualidad. Aparentemente el acceso a la cultura es posible. Realmente no es aprehensible, es ajeno a las grandes masas. Es sólo objeto de disfrute de la minoría, de élites, de pequeños grupos”

Al degradar la actividad espontánea, libre, a un simple núcleo, el trabajo enajenado hace de la vida esencial de la especie humana un simple medio para su existencia física. En tales condiciones, donde la cultura del tener se impone con fuerza y se minusvalora la cultura del ser, resulta lógico que la comunicación cultural no propicie ni cree verdaderos comportamientos humanos hacia la cultura que enriquece el ser esencial humano. Todo el devenir del hombre, sus preferencias, actividades, propósitos se dirige a lo que garantiza su vida empírica, a “tener para existir, a lo inmediatamente dado, sin preocuparse “inconscientemente” por la riqueza espiritual, por el verdadero disfrute humano de la magna obra creada por la humanidad. Le es inaccesible, ajeno, por que resulta imposible insertarse en su ser esencial, integrarse al cuerpo de la cultura. En apariencia, la sociedad objetiva su ser esencial en la cultura y brinda las oportunidades para ser aprehendida por

todos, pero en la práctica su esencia humana no puede objetivarse en ella. Sólo la aprehensión cultural integral se asume teóricamente y resulta estéril la comunicación cultural.

Una verdadera comunicación cultural debe crear espacios que garanticen la formación humana, pero para ello debe fundarse en premisas reales. El capitalismo con su filosofía del “tener”, del individualismo generador de violencias, no ha probado ser capaz de crear condiciones para la realización multilateral del hombre. La globalización neoliberal con sus nuevas recetas u oportunidades, tampoco ha mostrado capacidades para propiciar la realización de la humanidad del hombre. Todo lo contrario, sus políticas enajenantes se enfrentan contra la cultura y la identidad de los pueblos.

Si el signo de los extremos descritos y caracterizados es el de la incapacidad del individuo o del colectivo, originada por él mismo o por otros, la solución, obvia como cualquier descubrimiento de Pero Grullo, está centrada en la búsqueda permanente de formas para superar esas incapacidades; en su encuentro y utilización exitosa.

El riesgo ahora, si no se busca, si no se encuentra, si no se utiliza con éxito lo hallado, es peor pues la realidad del mundo globalizado, de los mediadores astutos, de los medios manipulados y manipuladores, está enfrente en todos los presentes actuales; y si la incapacidad —las incapacidades— se mantiene siempre presente por el intento de cerrarse a la realidad como lo proponen los anacoretas, o por la anulación de las posibilidades de recibir, elegir y decidir, como lo anatematizan los profetas, el escenario de la existencia se constituiría en un cruce potenciador de limitaciones que prácticamente anularía del todo cualquier intento de identidad, cualquier capacidad de crear identidad, identidades.

Hay que modificar los escenarios y eso siempre es posible a través de la Educación.

El autor señala que: “Lo cierto, es que la educación desencadena aprendizajes y que éstos pueden modificar los escenarios que intente caracterizar, gracias a

la superación de las incapacidades múltiples y cruzadas del Hombre para interrelacionarse ampliamente con su Mundo, y de aquel para reconocer mediaciones limitantes de su capacidad originaria para crear identidad al existir.

Y ¿qué aprendizajes aparecen como necesarios? El autor señala los siguientes:

- “La identidad del individuo y de los colectivos humanos surge de su existencia y no le es dada ni le está predefinida por agentes externos, aunque sí es condicionada por un pasado inmodificable que también surgió en momentos existenciales;
- La existencia —por tanto la identidad— se constituye en múltiples y sucesivas interrelaciones Hombre-Mundo, determinadas por el despliegue de opciones, su enfrentamiento y la acción que de allí surge;
- Las interrelaciones pueden ser directas o mediadas; en las segundas, la aparición del mediador origina la posibilidad de cualquier tipo de manipulación;
- Unos mediadores muy significativos —por no decir que los únicos y los más importantes, aunque cada vez más suelen serlo— son los medios y, como tales, amplían posibilidades, pero pueden negarlas o sesgarlas si las manipulan;
- Es necesario crear destrezas —con el requerido soporte actitudinal y aptitudinal— que permitan ampliar el abanico de posibilidades y la capacidad para enfrentarlas, entendiéndolas, priorizándolas, eligiéndolas y convirtiéndolas en acciones vitales que constituyen la existencia y crean la identidad;
- Deben crearse y desarrollarse tales destrezas”.

El Hombre es el único responsable de su propia identidad, y es, individual y colectivamente, quien tiene que actuar para crearla, mantenerla, modificarla, acomodarla, proyectarla, utilizarla.

El Hombre determina su identidad, por definición, y esa capacidad es su característica original y originaria; si llegara a perderla, por entrega o arrebato consentidos, dejaría de ser Hombre.

Pero, frente a un mundo cada vez más globalizado que tiene como característica fundamental el fortalecimiento del poder de los mediadores en la relación existencial, éstos juegan un papel que puede significar la destrucción del Hombre como tal o su potenciación, en la medida en la cual le disminuya o le incremente las posibilidades que se despliegan y su capacidad de elección-decisión para actuar, creando identidad.

Las tesisistas opinan que todo el tema puede reducirse a que los medios deben —además pueden— crear escenarios radicalmente diferentes al de los anacoretas y al de los profetas del desastre: deben impedir los aislamientos —INFORMAR— y ampliar la capacidad individual y colectiva de utilizar esa información para enriquecer la posibilidad originaria existencial de crear identidad —FORMAR—; deben EDUCAR. Obviamente, sin limitar su capacidad mediadora; antes por el contrario, fortaleciéndola respondiendo a unos principios éticos.

Lo mínimo —por eso hablo de una ética de mínimos— que debería hacer estaría marcado por dos obligaciones:

1. Ampliar al máximo sus posibilidades de informar, de desplegar información frente a un número creciente de receptores, lo cual significa disponer de más información y de más receptores;
2. Señalar permanente y claramente a sus receptores las capacidades que tienen como mediadores —seleccionar, enfatizar, eliminar, priorizar... información— y también las limitaciones como las de su propio espacio y su propio tiempo, las provenientes del hecho de que son empresas de

hombres y no de ángeles, las producidas porque también pueden ser manipuladas al recibir la información que deben transmitir.

Así podrían responder a la razón de ser de medios, en función del Hombre, sin anular lo que hace que éste sea lo que es, respondiendo a su originalidad: existir para ser, creando su propia identidad en todos los presentes disponibles, a partir de su experiencia y en el intento permanente de hacer reales sus sueños.

Si los medios quisieran ir más allá, podrían dar otros pasos; por ejemplo, lograr que las mujeres y los hombres que son sus receptores desarrollen y fortalezcan las destrezas necesarias para priorizar, analizar y elegir la información que despliegan ante ellas y ellos, e ir así concretando las posibles interrelaciones; también para convertirlas, posteriormente, en la acción del presente que origina el pasado y va haciendo posible los futuros.

Así pues, los medios de comunicación masiva, en el contexto dado por la globalización de la información, pueden convertirse en agentes potenciadores de las posibilidades originarias y originales del Hombre, al romper su territorio, ampliándolo, y al darle mayores posibilidades para crear su propia identidad; el paso de lo uno a lo otro tiene que ver con, al menos, el cumplimiento de las obligaciones que se concretan en una ética de mínimos y que, necesariamente, pasan por la educación.

1.3.5. COMUNIDADES INDÍGENAS

En la declaración de Naciones Unidas sobre el derecho de las comunidades y pueblos indígenas, se prohíbe la discriminación “a todos los derechos reconocidos como cultura, lengua, tradición, a la libre determinación, en virtud del derecho a determinar libremente su condición política y persiguen libremente su desarrollo económico, social, y cultural”.

NAPOLEÓN, Saltos y Lola Vásquez, en su edición del libro: “Ecuador, su realidad” de la fundación José Peralta, señalan que: “La población indígena del Ecuador es significativa, no solo en términos cuantitativos sino por la gran presencia social y política que han logrado tener, especialmente en las dos últimas décadas. La mayor parte se encuentra en la Sierra”.

El CODEMPE, define a las nacionalidades indígenas como el “conjunto de pueblos milenarios anteriores y constitutivos del Estado ecuatoriano, que se autodefinen como tales, que tienen una común identidad histórica, idioma, cultura, que viven en un territorio determinado, mediante sus instituciones y formas tradicionales de organización social, económica, jurídica, política y ejercicio de autoridad propia”

Por pueblos indígenas se entiende a las colectividades originarias, conformadas por comunidades o centros con identidades culturales que les distinguen de otros sectores de la sociedad ecuatoriana, regidos por sistemas propios de organización social, económica, política y legal. Es decir, en una nacionalidad pueden existir diversos pueblos, que mantienen las características esenciales de ella, como el idioma, pero tienen otros elementos culturales diferentes.

Dichos pueblos han estado inmersos en la marginación, la discriminación y la pobreza, especialmente los pueblos que serán objeto de nuestro estudio. En la obra “Ecuador su realidad”, se recoge el dato de las comunidades y pueblos con una incidencia de pobreza mayor al 90%, en la que consta el cantón Sigchos. El Ecuador es uno de los países más inequitativos, y la peor parte se llevan los cantones con mayorías indígenas y afro ecuatorianas.

En lo relacionado a la cultura, el texto citado señala que: “Los pueblos indígenas en muchos casos, han logrado mantener su cultura, tradiciones, costumbres y formas de organización social y jurídica entre otras; mientras que una minoría ha sucumbido al embate de dichas sociedades perdiendo gran parte de su identidad indígena.

No podemos dejar de lado, que actualmente los pueblos indígenas de Latinoamérica, de acuerdo a la situación precaria en la que se han visto envueltos durante siglos en todos los sentidos --principalmente la segregación, el rechazo y la pobreza entre otros--, han propiciado que tanto las comunidades rurales como las grandes urbes se encuentren fuertemente impregnadas por la presencia de las diferentes colectividades indígenas originarias, quienes han padecido la imposición y a su vez la exclusión de quienes ostentan la gobernabilidad de dichos conglomerados.

Aún así, el vigor que dichos grupos étnicos originarios tienen y su presencia en prácticamente todas las esferas de la vida social, ha ocasionado que queden atrás los tiempos en los cuales la población indígena era excluida, o bien objeto de “incorporación” o en el mejor de los casos de “integración” a los distintos estados nacionales”.

Esto lo podemos constatar al observar en todos los países que cuentan con población indígena, su indudable presencia en los distintos ámbitos de la vida cultural y social. En las últimas décadas dicha población, comienza a ser un eje para la transmutación de los estados-nación. Sin duda, ingrediente para la plena participación en una democracia no sólo de corte representativo, sino que permita el despliegue de las potencialidades que brinda la diversidad a partir de su reconocimiento como parte fundamental de las naciones.

El movimiento indígena ha rebasado el nivel de la denuncia, ha logrado superar la consideración del “problema indígena” para ubicarlo en un problema nacional.

Es por ello que, se tendrá que aprovechar la coyuntura que los distintos foros mundiales están abriendo para que los pueblos hagan escuchar su voz, se integren a las diversas organizaciones y participen en las discusiones y presenten iniciativas conjuntas para mejorar sus condiciones sociales, políticas y educativas y se preserven sus costumbres, lenguas, tradiciones y su cultura para el bien de sus naciones y de la propia humanidad.

Ya que se habla de cultura; el movimiento indígena y campesino de Cotopaxi afirma: “Revalorizar, desarrollar y fortalecer nuestro idioma kichwa es parte del proceso de reconstrucción de los pueblos y nacionalidades indígenas”. Efectivamente, uno de los procesos humanos que fortalecen la identidad, es el uso del idioma ancestral. En el caso del kichwa, hace tres décadas, la tendencia a su extinción estaba acentuada debido al racismo, la educación y la comunicación de masas, entre otros factores. En ese entonces aparecieron medios de comunicación que iniciaron sus transmisiones en kichwa para programas educativos e informativos; y desde ese entonces, el idioma ha sobrevivido, junto a la esperanza de los pueblos para continuar con su proceso de “auto liberación progresiva”.

Es por eso que se hacen necesarios dos factores: Aprovechar los espacios que brinda la radio –especialmente de servicio público y comunitario-, para realizar programas educativos y de fortalecimiento organizacional; y producir estos espacios en idioma ancestral. Esto garantiza un aporte significativo al desarrollo de las comunidades campesinas, especialmente del Cantón Sigchos.

1.3.5.1. LA INFORMACIÓN EN LAS COMUNIDADES INDÍGENAS

La historia de los diversos pueblos indígenas muestra que tradicionalmente se han utilizado como herramientas de información la comunicación verbal a partir principalmente de sus consejos de ancianos, oradores, sacerdotes y los propios miembros de las familias; y la comunicación visual a través de imágenes (dibujos, glifos y esculturas, por mencionar algunas).

Estas herramientas servían a los pueblos indígenas para informarse sobre aspectos tales como: sucesos históricos de gran importancia, aspectos relevantes de su organización social y política, conocimientos sobre diversas áreas como ciencias naturales, medicina, herbolaria, botánica, zoología; religión, cosmovisión, economía, educación y cultura, entre otras; de acuerdo

a la gran diversidad étnica y lingüística y a la variedad de climas y paisajes que fueron nichos ambientales de dichos pueblos.

A través de los años, estas maneras de informarse, prácticamente no han cambiado, salvo en los casos de aquellas comunidades que han sufrido drásticamente el embate de las sociedades que las rodean y de aquellas a donde han tenido que emigrar varios de sus habitantes; sin embargo, de acuerdo a las características de su propia evolución y el entorno donde se han desarrollado, se han incrementado paulatinamente temas de los cuales las comunidades indígenas requieren estar informados y contar con los elementos nuevos que dicha información les ofrece para incorporarlos a su propio desarrollo.

Esta transición deja de manifiesto que los temas de interés que se añaden de acuerdo a sus necesidades actuales son entre otros: segregación, racismo, biculturalidad, migración, pobreza, producción agrícola, agroindustria, comercialización, gestión empresarial, empleos, capacitación de diversa índole, gobierno, identidad, constitucionalidad, elecciones, participación ciudadana, dialogo político, derechos humanos, tecnologías, utilización y participación en medios informativos: televisión, radio, diarios y revistas; y de comunicación: telecomunicaciones, computadoras, internet, teléfonos; salud, vivienda, servicios sanitarios, servicios comunitarios: clínicas, escuelas, transporte, energía eléctrica, y seguridad.

Es así, que la información se ha vuelto un elemento de consumo indispensable para las diversas comunidades indígenas con el fin de confrontar el futuro, conformándose en grupos mejor preparados en todos los sentidos para lograr un lugar más idóneo en las sociedades que los rodean y concretar su participación activa en la construcción de las sociedades modernas; así como alzar su voz en la defensa de sus derechos como entes sociales.

En la actualidad los pueblos indígenas han ampliado sus formas de obtener información, utilizando diversos medios de comunicación, independientemente de las tradicionales (la transmisión oral y la visual), que

sobre todo se utilizan para transmitir y obtener información interna de sus comunidades. Debido a los cambios tecnológicos que en la materia se han generado, los instrumentos que apoyan a los medios de comunicación se han desarrollado de manera tan rápida que ahora pueden obtener información de acuerdo a sus necesidades, utilizando el radio, la televisión, la telefonía, las telecomunicaciones y los recursos electrónicos.

Es pertinente considerar que los pueblos indígenas, para utilizar dichos recursos, deben capacitarse y adiestrarse no sólo en el uso de los medios, sino también en saber ubicar con y en cuales de ellos tendrán la información que requieren.

Considerar que infraestructura se debe contemplar en la implantación de dichas herramientas es un elemento clave para determinar que medios son los idóneos y pertinentes para obtener la información que requieren.

Las necesidades de información de las comunidades indígenas se deben satisfacer a partir de colecciones idóneas en las bibliotecas que las atienden, por lo que es importante partir del conocimiento de la complejidad de dichas comunidades, porque como indica Fabre, el indigenismo se manifiesta en tomas de posición que tienden a proteger a la población indígena, a defenderla de las injusticias de las que es víctima y a hacer valer las cualidades o atributos que se le reconocen.

Entre los requerimientos de información externos, menciona los siguientes:

- Mayor información nutricional.
- Tipos de programas gubernamentales a los cuales pueden acceder.
- Tipos de gestiones que se requieren cubrir para poder acceder a ellos.
- Mayor claridad sobre diversas leyes de la constitución mexicana que se relacionan con su realidad.

Con relación a necesidades de información particulares externas e internas, menciona las siguientes:

- Mayor variedad de formas de preparación de alimentos que se vinculen con los recursos naturales que tienen.
- Nuevas opciones para integrar en la unidad de producción diversificada y fuentes de trabajo externo.
- Derechos y obligaciones que tienen como ciudadanos.
- Trámites que se requieren cubrir para obtener servicios públicos o permisos para la explotación de sus recursos forestales.
- Educación más vinculada a las necesidades de formación para atender su propio contexto rural.
- Preparación para otras fuentes de trabajo dentro y fuera de la comunidad.
- Requerimientos de capacitación para discapacitados (mudos), entre otros.

1.3.6. EL IDIOMA KICWA

1.3.6.1. EL RUNA SHIMI O IDIOMA KICHWA A TRAVÉS DE LA HISTORIA

LUIS ENRIQUE, Chachiguango ha creado un módulo de capacitación para entender la historia del idioma kichwa. Inicia señalando:

“Para aprender y conceptualizar al runa shimi o kichwa es necesario intentar dar los primeros pasos en la formación del esquema mental andino. En este sentido para hablar del proceso histórico necesariamente hay que contar la historia desde la propia forma de contar la historia. Iniciamos a contar el proceso desde la actualidad hacia el pasado y desde el pasado nos

proyectamos hacia el futuro. Así completamos el pachakutik, la vuelta del tiempo-espacio, el regreso del tiempo-espacio, el retorno del tiempo-espacio”.

Con toda seguridad se puede decir que la presencia protagónica andina se inicia a partir de 1990 con del levantamiento masivo efectuado en el tiempo sagrado del Inti Raymi que hizo tambalear el sistema establecido. Este movimiento no solamente trajo la presencia del runa olvidado por el tiempo y la historia, sino también sus valores materiales y espirituales como el runa shimi, hoy conocido como kichwa, que poco a poco ha ido reclamando su espacio perdido, y que hoy por hoy ha sido considerado como uno de los idiomas oficiales del Estado ecuatoriano. Si bien es cierto que esta oficialización del runa shimi o kichwa era una deuda histórica con sus orígenes, también es cierto que no es suficiente con reconocer la legitimidad de un idioma sino cada vez se torna más imprescindible para el desarrollo integral con identidad de los pueblos.

La presencia del runa shimi o kichwa como una lengua viva que se mantiene enraizada en la intimidad de las comunidades hablantes desafiando los intentos sofisticados para su desaparición, en los últimos años ha provocado una lenta pero constante toma de conciencia de la sociedad que en medio de una alienación constante y permanente ha tenido que asumir esta realidad, siendo motivo de estudios y análisis lingüísticos aislados pero continuos por parte de algunos organismos oficiales. Su condición de lengua oral ha tenido que ser reactualizada como lengua escrita y para ello se ha tenido que investigar, sistematizar y potenciar su uso en estamentos oficiales como la Educación Bilingüe y finalmente en la Dirección Nacional de Salud de los Pueblos y Nacionalidades Indígenas. Los estudios lingüísticos llevados a cabo por los mismos hijos e hijas de la cultura originaria andina ha permitido la unificación de la escritura del runa shimi y la promulgación de algunas normas para su uso oral y escrito.

Los estudios lingüísticos del runa shimi o kichwa ha dado curso la unificación y aprendizaje-enseñanza del idioma, pero es necesario ir un poco más allá de la traducción realizando análisis interpretativos y elevando el nivel de

reflexión que solamente se puede llegar a través de esta lengua, es decir recuperar la sabiduría andina de la salud, la cultura, la tecnología, la economía, la política, la educación y la espiritualidad.

El kichwa aún se mantiene como lengua solamente de uso del kichwa-hablante por el permanente menosprecio y marginación producto de la colonización mental vigente en nuestra sociedad.

1.3.6.2. EL KICHWA EN LA MODERNIDAD

Chachiguango señala: “La situación del kichwa y sus hablantes no cambió su situación de lengua tiempos de la modernidad, la reforma agraria, el Ecuador petrolero y la democracia. Como ejemplo de esta realidad se puede citar a la hacienda San Vicente en el cantón Otavalo, predio que en los años ’70 pasó a pertenecer al Ilustre Municipio de Otavalo, Entidad que al igual que los patrones anteriores, siguió haciendo trabajar a los comuneros de Kotama como peones sin salario alguno bajo las órdenes de un funcionario llamado Julio Jaramillo, que desempeñaba el papel de mayoral y administrador. Situación que motivó la organización de la comunidad en la Cooperativa de Producción Agrícola “San Vicente de Kotama”, que fue una de las primeras organizaciones que protagonizó la lucha y recuperación de las tierras en el Norte del Ecuador.

En esta etapa algunos andinos ingresaron a los centros de alfabetización y centros educativos con las consecuentes marginaciones y humillaciones por parte de los profesores y los alumnos mestizos, situación que a la larga aportó al fortalecimiento de la identidad, así como también de los primeros intentos por estudiar y oficializar el idioma kichwa en el país”.

1.3.6.2.1. EL KICHWA EN LA REPÚBLICA

El mencionado autor, recuerda el avance del idioma en la época de la república: “Desde los inicios de la República, los distintos gobernantes del Ecuador, nada hicieron por mejorar las condiciones de los indígenas, que continuamos esclavizados solamente cambiando de patrones constantemente de acuerdo a los acontecimientos. De la misma manera el idioma kichwa continuaba siendo el yanka-shimi de los indios, el idioma que no vale. En este contexto los hacendados nunca permitieron al indígena acceder a la educación porque podría ser un peligro para la República. Esta situación de opresión generó varios levantamientos masivos que fueron sofocados a sangre y fuego. Entre uno de estos levantamientos ocurridos en demanda de una situación más justa para los indígenas, y uno de los más grandes del país, fue liderado por Fernando Daquilema Hatun-Apok en la provincia de Chimborazo, rebelión que fue aplastada por el ejército ecuatoriano bajo las órdenes del presidente Gabriel García Moreno.

Sin embargo, a pesar de constituirse en un idioma dominado el kichwa influyó decisivamente en el español del actual Ecuador. De la misma manera el profundo sojuzgamiento fue motivo de continuos levantamientos masivos que de manera insistente minaron el sistema establecido a lo largo de la colonia, la independencia, la república y la actualidad.

En esta etapa aparecieron algunos indígenas como Kaspikara, Chusik (Eugenio Espejo) y otros quienes lograron insertarse en el sistema mediante el acceso a la educación, lugar desde donde lucharon por poner en alto la valía de los pueblos andinos a través de su arte, su literatura, sus conocimientos que inclusive sirvieron de base para los criollos para su toma de conciencia y planificar la independencia de España.

1.3.6.2.2. EL KICHWA EN LA INDEPENDENCIA

El mencionado autor continúa haciendo una retrospectiva del idioma kichwa: “El anhelo criollo de independizarse de sus progenitores españoles con un marcado desprecio a su origen indígena, agravó la situación del kichwa. En los tiempos de las guerras de la independencia, comunidades enteras fueron arrancadas de sus lugares donde habitaban para servir de cargueros de armamentos, municiones, cuidadores de vituallas y otros menesteres de los hacendados, llegando en algunas ocasiones a ser utilizados como fuerzas de choque en las luchas. En esta condición el kichwa se degeneró mucho más por el contacto continuo con el idioma español aunque también influyó en el español.

Los libertadores criollos no realizaron cambios profundos como se esperaba sino solamente se limitaron a independizarse de España, lo que para los pueblos indígenas constituyó solamente en un cambio de patrón en las haciendas. En este panorama el idioma kichwa continuó en su condición de lengua vencida, es decir yanka - shimi o lengua que no vale”.

1.3.6.2.3. EL KICHWA EN LA COLONIA ESPAÑOLA

El mencionado autor narra que: “Con la conquista y el etnocentrismo español, los idiomas originarios y el kichwa se transformaron en lenguas vencidas y sujetas a extinción, pero ante la “universalidad” del kichwa en gran parte de los Andes, los españoles decidieron colonizar y esclavizar al andino corporal y espiritualmente con su propio idioma, función que fue promulgada por la Iglesia, cuyos prelados realizaron los catecismos y los documentos de evangelización cristiana en kichwa, iniciando a recopilar y estudiar las palabras y la gramática que con el tiempo se han transformado en los primeros documentos lingüísticos y diccionarios que se tienen sobre esta lengua oral”.

En este sentido cabe indicar que los verdaderos difusores y “universalizadores” del kichwa fueron los españoles y no los inkas como se especulaba hasta hace poco. Pero esta situación de documentación del kichwa no cambió de ninguna manera la condición social, política, económica y cultural de sus hablantes porque pasaron a depender en todo aspecto de la voluntad de los españoles y criollos, quienes inculcaron el desprecio a su cultura y sus orígenes como mecanismo de dominio, dando como resultado el apareamiento del término YANKA-SHIMI o lengua que no vale o lengua que no sirve.

1.3.6.3. ORIGEN DEL KICHWA

Existen varias apreciaciones en torno al origen del kichwa. Cachiguango las resume de la siguiente manera:

- a) “La versión más generalizada es que: en tiempos no precisados, en los Andes peruano-bolivianos, en los alrededores de lago Titikaka se hablaban tres lenguas: Puquina, Kechwa y Aru. El pueblo Wari, que tuvo su florecimiento entre el siglo IX y XII después de Cristo adoptó el idioma Aru, que aún sobrevive en el idioma AYA-MARA-ARU (aymara) hablado hasta hoy en el sur de Perú, en Bolivia, Norte de Chile y Norte de Argentina.

El Puquina se extinguió en el siglo XVII agobiado por la “oficialización” española del kechwa y el aymara en el Tawantinsuyu. El RUNA-SHIMI o KECHWA fue adoptado como su idioma por los inka-s a fines del siglo XIV y su expansión llegó a ocupar todo el Tawantinsuyu.

- b) Existe una versión de un origen ecuatoriano del kichwa porque hay algunos estudiosos del tema que aseveran que posiblemente el kichwa se originó en las culturas Mochika y Chavín de Wantar y que se desarrolló hacia el Norte y el Sur, llegando a ser adoptado por su espiritualidad y su

sabiduría por los inka-s. Entre los defensores de esta versión tenemos a Roswith Hartmann, quien afirma:

“Tomando en consideración el período relativamente corto durante el cual, a partir de 1438 aproximadamente, se efectuaron las grandes expansiones territoriales por parte de los Incas hasta la llegada de los españoles en 1532, resulta lógico plantear la pregunta siguiente: ¿De qué manera, en un siglo escaso, fue posible conseguir la difusión una lengua general? Si bien su implantación en vastas zonas la hay que aceptar como muy superficial, tanto más cuanto que las explicaciones ofrecidas por los cronistas no son satisfactorias. (Hartmann, 1979)

- c) Otra versión señala que El protokichwa o el modelo de kichwa o kechwa se originó en la Costa central del Perú. Este idioma no se entendió nada y se quedó en la antigüedad. De la misma forma el protokechwa y el kechwa posterior tampoco se entienden, lo que da lugar a pensar que hasta fueron diferentes”.

Alfredo Torero (lingüista peruano) dice que la mayor fragmentación del kechwa ocurre en el Ecuador porque se mezcló con las lenguas originarias pre-kichwas, pero esto da lugar a críticas en el sentido de que la misma historia la podemos repetir para las demás regiones como Perú y Bolivia.

En el Ecuador, antes de la llegada de los inkas el kichwa era una “lengua franca” y extendido en una forma amplia. Cerrón Palomino dice que no debemos hablar solamente del Protokechwa, sino también del protokechwaru, es decir que en la antigüedad, posiblemente el kechwa y el aymara fueron una sola lengua.

Sobre los orígenes del kechwa, los estudios arqueológicos y lingüísticos han ubicado a las costas centrales del Perú como el lugar donde apareció el kechwa (Perú y Bolivia) y kichwa (Ecuador).

Torero, Alfredo (1984) hace conocer que el idioma kichwa: “Es una familia de lenguas originaria de los Andes centrales que se extiende por la parte

occidental de Sudamérica a través de varios países. Es hablada por entre 14 millones y 9 millones de personas y no se ha comprobado un origen común con ninguna otra lengua o familia lingüística, por lo que es considerada la segunda familia de lenguas más extendida en América, después de la indoeuropea”.

La identificación de las lenguas que conforman esta familia ha sido controvertida debido a que no todas estas variedades son mutuamente inteligibles ni existe alguna con la cual cada una lo sea. Desde mediados del siglo XVII se extendió el mito de que el quechua era una lengua única con algunas variantes corruptas de la hablada por los curacas andinos.

Las constituciones de Colombia, de Ecuador y del Perú estipulan a sus respectivas lenguas nativas -entre ellas el quechua o quichua como segundas lenguas oficiales después del español (oficiales en las zonas donde predomina u oficiales en su territorio). Desde enero del 2009, la nueva constitución boliviana considera al quechua, junto con otras treinta y cinco lenguas indígenas, como oficial, aunque todas las instituciones estatales en Bolivia oficializan en español.

En los años 1950, la migración rural propició un acelerado proceso de reemplazo de las lenguas indígenas por el castellano como lengua materna en toda América Latina. El siglo XX significó también la oficialización del quechua en Bolivia, Ecuador y Perú y la implementación de programas de educación bilingües (hasta entonces, la educación estatal se daba sólo en español).

La autora Nieves Morocho. Nos da conocer que ,se coinciden en categorizar al quechua como una familia de lenguas, algunas instituciones como la AMLQ continúan sosteniendo sin mayor sustento académico que el quechua hablado en el Cuzco, no ya el clásico sino el moderno Quechua cuzqueño, debería de ser la forma más pura y original del quechua. En esta controversia, SIL International, por otro lado, categorizan este conjunto como macrolenguaje, categoría etiquetada por esta institución para describir aquellos conjuntos de

lenguas que por razones políticas o sociales son consideradas como si fueran un solo idioma en contra de la evidencia lingüística.

Siendo considerados todos sus dialectos como parte de un sólo idioma, sería la cuarta lengua más hablada en América, mientras el mayor conjunto de dialectos de comprobada inteligibilidad mutua el quechua sureño se encontraría en quinto lugar. De cualquier modo, esta familia contendría a la lengua nativa más extendida del continente, seguida del wawraní.

Desde mediados del siglo XVII se extendió el mito de que el kichwa era una lengua única con algunas variantes corruptas de la hablada por los curacas andinos. Actualmente se distingue bastante bien como lenguas kichwa, mientras que algunos conjuntos de variedades presentan dificultades para este fin: El kichwa hablado en Perú, Bolivia, Chile y Argentina, el quechua norteño en Colombia Ecuador y Perú y el quechua huanca –en el Perú solamente– se encuentran en el primer grupo, mientras que grupos como el yanka shimi no se hallan bien delimitados lingüísticamente.

La autora recuerda que: “Hacia el siglo XV, una lengua de esta familia, originaria de la costa central, se consolida como lengua franca de los curacazgos de los Andes Centrales, En medio de este proceso, cuando los incas iniciaron la conquista del Chíncha y suyo, adoptaron esta lengua para sus asuntos administrativos, si bien ellos también eran Aimara hablantes, Perú en 1540, fue el primer misionero que aprendió la lengua de la región central de Perú durante su tarea evangelizadora; predicando luego en su propia lengua a los nativos de los actuales Departamentos de La Libertad. Después de haber ejercido un fecundo apostolado en aquellas provincias.

Siglos XIX y XX las lenguas indígenas, así como sus costumbres, eran vistas como derroteros del desarrollo de las naciones, por lo cual la incipiente educación rural se dirigió a la directa sustitución de las mismas por el castellano.

En los años 1950, la migración rural propició un acelerado proceso de reemplazo de las lenguas indígenas por el castellano como lengua materna en toda América Latina. El siglo XX significó también la oficialización del Kichwa en Bolivia, Ecuador y Perú y la implementación de programas de educación bilingües (hasta entonces, la educación estatal se daba sólo en español)”.

1.3.7. ORGANIZACIÓN MUNICIPAL

Un estudio realizado por FERNANDO Carrión y PATRICIO Velarde, en relación a la historia de la organizaciones sociales afirma que: “El proceso de organización en el Ecuador se rige por la lógica concentradora y excluyente, propia del tipo de desarrollo capitalista en nuestras naciones, se expresa entre otras cosas, en la desarticulación de la red urbana, el ilimitado crecimiento de las ciudades grandes, por sobre el resto de los asentamientos humanos, la profundización de los desequilibrios y desigualdades a todo nivel (social, entra urbano y ecológico), el predominio de la población urbana sobre la rural, etc.” En este proceso de exclusión se han concentrado los pobres esfuerzos para garantizar los derechos fundamentales de los pobladores de los asentamientos urbanos de nuestro país.

Como consecuencia a este hecho social, el estudio afirma que: “Esta expresión fenoménica de la urbanización ecuatoriana tiende a acrecentarse desde los años sesenta y con mayor énfasis desde el “boom petrolero” en 1972. Ello se explicaría por el rápido proceso de transformaciones que vive la sociedad nacional en términos del paso de las formas de acumulación o primario exportadoras a las nuevas sustento urbano-industrial, teniendo como eje principal al hecho de que la plusvalía extraída en el sector minero y agrícola, que anteriormente fluía hacia los centros metropolitanos, comienza a ser acumulada localmente a través del desarrollo, aunque incipiente, de la industria, el comercio, la banca, etc. Con base urbana y de manera concentrada en Quito y Guayaquil.

En correspondencia al nivel de desarrollo que han alcanzado las regiones rurales comparándolas con las urbanas, el informe mencionado sostiene que: “No es casual, por lo tanto, que la organización territorial de la producción tienda concomitantemente a modificarse: se redefinen las relaciones Interurbanas teniendo como eje fundamental a la bicefalia Quito-Guayaquil, se transforman profundamente las relaciones entre el campo y la ciudad por subsunción del primero a la segunda y por la modificación consecuente de cada uno de los polos; se produce la incorporación de la Amazonía bajo modalidades como la economía de enclave (principalmente petrolera), la colonización empresarial e individual y la generación de infraestructura básica; se modifican los ámbitos de relaciones sociales, lo cual confluye al desarrollo de nuevas formaciones regionales que, incluso, rompen con la tradicional continuidad en el territorio, etc.

En este panorama, y según el informe, el Estado ecuatoriano en vez de generar otros modelos desarrollo local, ha acrecentado el problema. El documento mencionado sostiene que: “Sin duda alguna, estas características que asume el reciente proceso de urbanización ecuatoriano –acelerado e hipertrófico–son fortalecidos por el propio Estado en torno a su política de *<descentralización desde el centro>* acorde a la modernización que se impulsa en el aparato estatal y el consecuente fortalecimiento y concentración de funciones de sus distintos órganos y niveles de gobierno”.

De allí que nuestro interés, es exponer algunas de las características que asumen los gobiernos municipales en este contexto: su rol, sus funciones y atribuciones dentro de la estructura política-administrativa del Estado moderno ecuatoriano.

Para todos es conocido que en Ecuador, el alcalde es el jefe del poder ejecutivo de un municipio y su máximo representante. Es el responsable de la administración de la municipalidad y de sus relaciones con el gobierno central. Governa en conjunto con el ente legislativo local, el consejo municipal. El alcalde es elegido por sufragio democrático directo por un periodo de 4 años y puede ser reelegido.

Para Carrión: “El municipio es un órgano estatal particular que tiene determinadas competencias y atribuciones que rigen en una porción del territorio en el que se asienta un segmento de la sociedad. Este punto de partida plantea la existencia de un poder municipal real, limitado y diverso según las características del ámbito en el cual se expresa (el cantón) y a las formas de articulación al conjunto del Estado nacional en una coyuntura específica”.

1.3.7.1. EL GOBIERNO MUNICIPAL DE SIGCHOS

La Ley de Régimen Municipal ecuatoriana afirma que: “El municipio es la sociedad política autónoma subordinada al orden jurídico constitucional del estado, cuya finalidad es el bien común local y, dentro de este y en forma primordial, la atención de las necesidades de la comunidad dentro de la respectiva jurisdicción (ciudad, y de las parroquias rurales)”.

CAPITULO II

2.1. CARACTERIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

La radio Municipal de Sigchos fue creada en el año 1997 con el firme propósito de servir a la comunidad, transmitiendo programas que ayuden a la colectividad a dar un amplio enfoque a las diversas situaciones que día a día se vienen suscitando. En el año 2002, la Radio cobra mayor realce con la aprobación legal de dicho proyecto comunicacional al servicio de la comunidad del Cantón Sigchos y sus comunidades hermanas. Es decir, la radio cobra importancia ante las demás radiodifusoras, debido a la asignación de la frecuencia 98.1, en el dial de frecuencia modulada.

La población ha demostrado a lo largo de este proceso su satisfacción con la labor que Radio Sigchos viene realizando, pues se sienten identificados al momento que envían sus saludos o comunicados a sus familiares y amigos; puesto que a que muchas comunidades todavía no tiene acceso telefónico que les permita comunicarse con mayor tranquilidad.

Por cuanto la labor social de la radio ha sido muy amplia, siempre queriendo satisfacer al máximo las necesidades de la gente, para que se sientan identificados con la labor que emprende este medio de comunicación.

Radio Municipal Sigchos, está encaminada al servicio de la comunidad, transmitiendo programas de salud, educación, noticias locales, provinciales, nacionales e internacionales, entre otras para que las personas que escuchan la radio se mantengan informadas de aspectos que ayuden al convivir diario.

Ser la mejor radio de la colectividad, cumpliendo con los objetivos trazados y que la gente se sienta satisfecha con la labor brindada, para asegurar la

audiencia de los programas y sobre todo tener mayor audiencia en cada una de las comunidades existentes en el Cantón.

La Radio cubre las cinco parroquias: Chugchilán, Isinliví, Las Pampas, Palo Quemado y la Matriz San Miguel de Sigchos. Las mismas que conforman el Cantón Sigchos, la población total del cantón es de 23.738 habitantes y se encuentra ubicada casi en su totalidad en el área rural. La población localizada en el sur del cantón, específicamente en Chugchilán e Isinliví es mayoritariamente indígena, y la que se encuentra hacia el centro-norte, es decir en Sigchos, Las Pampas y Palo Quemado es predominantemente mestiza.

Radio Municipal Sigchos es una emisora cuya frecuencia está asignada al I. Municipio de este Cantón; y como tal, sus contenidos deben ser de utilidad pública. Los actores sociales del cantón están llamados a contribuir haciendo de la Radio un instrumento de comunicación para el beneficio colectivo. La carencia de apertura, o la falta de iniciativas ciudadanas hacen avizorar un panorama marcado por la falta de participación colectiva en la emisora, que la convertiría en un medio sin una misión concreta, que se limitaría únicamente a la difusión de música y mensajes oficiales. La Radio vista desde este sentido no contribuiría al fortalecimiento de una identidad ni a la construcción de democracia. Sería una radio que no está al servicio de su gente.

Las comunidades indígenas kichwa hablantes perderían una gran oportunidad de servirse de la comunicación de masas. Ya sea para sus comunicados cotidianos, o para la coordinación de visitas de entidades estatales e instituciones, cobertura de servicios básicos, actividades relacionadas a la organización comunitaria, la educación, las actividades sociales, culturales, deportivas, etc.

Sigchos es uno de los Cantones de Cotopaxi con más posibilidad de crecimiento, debido al comercio y al rápido incremento de personas que actualmente viven en las zonas aledañas. La población total del cantón es de 23.738 habitantes y se encuentra ubicada casi en su totalidad en el área rural.

La población localizada en el sur del Cantón, específicamente en Chugchilán e Isinlivi es mayoritariamente indígena, y la que se encuentra hacia el centro-norte, es decir en Sigchos, Las Pampas y Palo Quemado es predominantemente mestiza.

Pese a que hay algunas comunidades que tienen un difícil acceso, existen sectores realmente abandonados, que no pueden informarse por ningún medio masivo; únicamente se enteran de los acontecimientos cuando bajan al centro para adquirir sus productos de primera necesidad.

No obstante, pese a la gestión que vienen realizando los encargados de la Radio Municipal por buscar maneras de lograr satisfacer las necesidades de información y servicio a todos los moradores de las diferentes comunidades del cantón Sigchos, siempre es necesario contar con alternativas en cuanto a la programación que se transmite cotidianamente. La tecnología avanza, las sociedades evolucionan, el mundo va encaminándose a una globalización en todos los ámbitos, por lo tanto, el mantenernos bien informados y a tiempo, es la pauta fundamental para estar a la par con todo lo que acontece dentro del entorno en el que nos desenvolvemos.

La población ha demostrado a través del tiempo se siente satisfecha con la labor que Radio Municipal de Sigchos viene realizando, pues ellos se sienten identificados al momento que envían saludos o los comunicados, a sus familiares y amigos, todo esto tomando en cuenta que muchas comunidades todavía no tiene acceso telefónico que les permita comunicarse adecuadamente y a tiempo.

Es decir, la Radio viene a jugar un papel primordial en la comunicación entre los pueblos, ya que les permite realizar enlaces entre varios sectores. Otro punto importante en la vida de la radio es que la comunidad puede escuchar segmentos de actualidad noticiosa, de salud, educación, música, etc.

Partiendo de que la labor social de la Radio ha sido muy amplia siempre buscando satisfacer al máximo las necesidades de la gente, para que se sientan identificados con la labor que emprende este medio de comunicación.

Según sus directivos, Radio Municipal de Sigchos está encaminada al servicio de la comunidad, transmitiendo programas de salud, educación, noticias locales, provinciales, nacionales e internacionales, entre otras para que las personas que se informan mediante la radio se mantenga informadas de aspectos que ayuden a su convivir diario, su propósito es llegar a ser la radio más sintonizada de la colectividad, cumpliendo con los objetivos trazados para que la gente se sienta satisfecha con las labores realizadas; de esta forma se garantiza e incluso se incrementa la audiencia de los programas transmitidos en ella.

La creación de un programa cultural de radio en idioma Kichwa es sumamente importante para las comunidades indígenas de diferentes de Cantón Sigchos. Este programa busca ayudar a padres de familia, jóvenes y niños en términos de inclusión y participación. Porque nuestras comunidades indígenas no se dedican a escuchar los programas españoles por un asunto de idioma e identidad. Precisamente estos datos serán visibles a continuación, mediante los resultados de los instrumentos de investigación que se analizan e interpretan a continuación.

2.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.2.1. ENCUESTAS

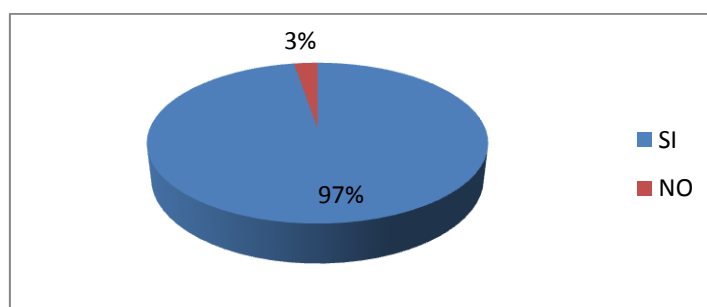
2.2.1.1. PREGUNTA UNO

La primera pregunta está planteada así: *¿Escucha Radio?* Con el objeto de realizar la primera selección de encuestados en función al consumo del mencionado medio de comunicación. A continuación los datos:

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	404	97,35
NO	11	2,65
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 1: ¿Escucha Radio?



Como se expone en la gráfica, 404 encuestados que representan el 97,35% de la muestra, escuchan radio. Solamente un 2,6% de los encuestados afirma no consumir este medio de comunicación.

Es notorio que la radio es el medio de mayor acceso en el Cantón; debido, entre otros factores, a que tiene mayor penetración por la realidad geográfica en que se encuentra. Los resultados de esta pregunta sugieren un nivel de audiencia muy aceptable, que podría llenar las expectativas de las investigadoras en encontrar una manera masiva de difundir mensajes y proponer actividades al rescate de la identidad cultural y del idioma Kichwa.

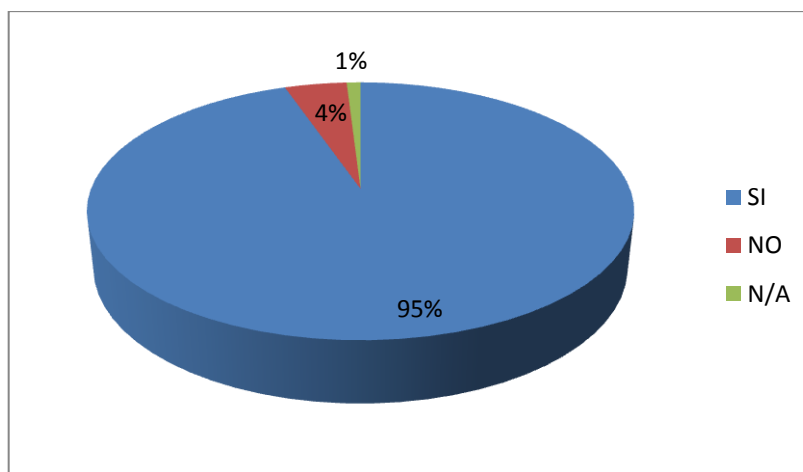
2.2.1.2. PREGUNTA DOS

La segunda pregunta busca indagar el nivel de preferencia de radio Municipal Sigchos: *¿Ha escuchado Radio Municipal Sigchos?*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	393	94,70
NO	18	4,34
N/A	4	0,96
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 2: ¿Ha escuchado Radio Municipal Sigchos?



393 encuestados, (cerca del 95% de la muestra) afirma haber escuchado Radio Municipal Sigchos, mientras que 18 encuestados que representan algo menos del 5% del total, dicen no haber escuchado la emisora.

Gracias a estos datos se puede afirmar que la aceptación de Radio Sigchos en los habitantes de Insiliví y Chugchilán es excelente. Esto hace pensar que radio Sigchos sería una buena opción para producir un programa dedicado a las poblaciones kichwa hablantes.

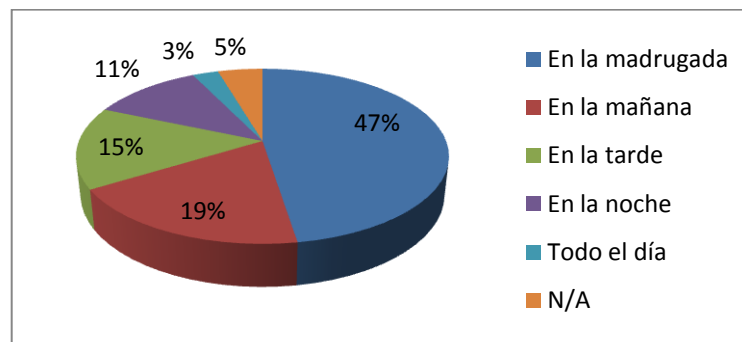
2.2.1.3. PREGUNTA TRES

Mediante la pregunta: *¿A qué hora escucha Radio Sigchos con mayor frecuencia?*, se busca identificar los segmentos del día en los que la radio tiene mayor aceptación.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En la madrugada	197	47,47
En la mañana	78	18,80
En la tarde	63	15,18
En la noche	47	11,33
Todo el día	11	2,65
N/A	19	4,58
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 3: ¿A qué hora escucha Radio Sigchos con mayor frecuencia?



197 personas que contestaron el instrumento señalan que la madrugada es el horario en el que escuchan Radio Municipal Sigchos con mayor frecuencia, ellos representan algo más del 47% del total. Aproximadamente un 19% dice hacerlo en la mañana, 15% en la tarde, 11% en la noche y un 2% afirma escuchar la radio durante todo el día.

El segmento de la madrugada es el más aceptado por la audiencia de las parroquias de Chugchilán en Insiliví. En la mañana, la radio también tiene fuerte aceptación. Estos datos son de suma importancia para ubicar el programa de radio dentro de la parrilla de programación de la emisora.

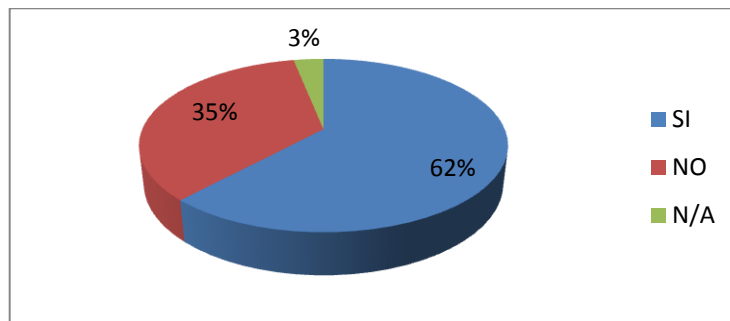
2.2.1.4. PREGUNTA CUATRO

Esta pregunta indaga sobre la producción en Kichwa y su impacto sobre la audiencia. Con la pregunta: *¿Ha escuchado alguna vez transmisiones en kichwa en la mencionada emisora?* Se pretende averiguar si la audiencia recuerda haber escuchado algún programa producido en este idioma.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	257	61,93
NO	145	34,94
N/A	13	3,13
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 4: ¿Ha escuchado alguna vez transmisiones en Kichwa en la mencionada emisora?



En alguna ocasión, Radio Municipal Sigchos si produjo un espacio en Kichwa. Es evidente el nivel de aceptación que en su momento tuvo este programa, hasta el punto que un 62% de la población lo recuerda. Un 35% de los oyentes de Radio Sigchos que fueron encuestados no recuerdan haber escuchado programas en Kichwa.

Estas cifras ayudan a entender que los programas emitidos en Idioma Kichwa tienen gran demanda y gozan de gran posicionamiento. Al parecer, los espacios radiales producidos en kichwa provocan audiencias cautivas, identificadas con sus productores y con la emisora. No obstante, hay que tomar en cuenta que en la etapa de producción, se deben tomar estrategias para incrementar aún más los niveles de pertenencia al programa.

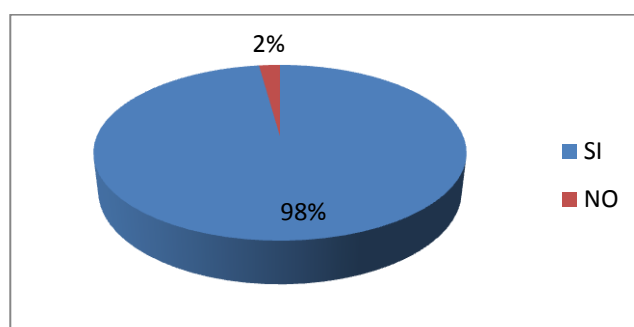
2.2.1.5. PREGUNTA CINCO

Mediante la pregunta: *¿Considera necesario que la radio transmita programas en kichwa?*, se busca confirmar la necesidad de transmitir programas en kichwa en los habitantes de las parroquias encuestadas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	406	97,83
NO	9	2,17
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 5: *¿Considera necesario que la radio transmita programas en kichwa?*



Cerca del 98% de la muestra afirma que es necesario que Radio Municipal Sigchos transmita programas en idioma Kichwa y una cantidad de encuestados que representa únicamente el 2% de la muestra total señala que no es necesario.

La audiencia indígena de Radio Municipal Sigchos ha sentido la diferencia entre una programación que incluya su lengua ancestral y una que tenga solamente el habla española. Casi la totalidad de los encuestados consideran necesario retomar, en la programación de la emisora, un espacio dedicado a rescatar el idioma. En las preguntas posteriores se visualizarán las razones por las que lo consideran tan indispensable.

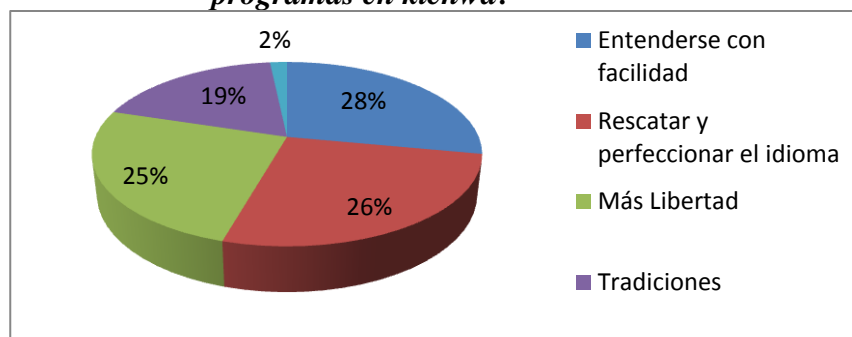
2.2.1.6. PREGUNTA SEIS

Esta pregunta busca que los encuestados identifiquen razones para utilizar el idioma Kichwa en la programación de radio Municipal Sigchos: *¿Porque considera importante que la radio transmita programas en kichwa?*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entenderse con facilidad	116	27,95
Rescatar y perfeccionar el idioma	110	26,51
Más Libertad	105	25,30
Tradiciones	77	18,55
NS/NC	7	1,69
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 6: ¿Porque considera importante que la radio transmita programas en kichwa?



Un 28% de los encuestados dice que el kichwa en radio es necesario para entenderse con más facilidad, un 26% cree que es útil para rescatar y perfeccionar el idioma, un 25% aduce razones relacionadas a la libertad y un 19% aduce motivos de tradición. Es notorio que los intervalos de diferencia entre estas respuestas no marcan una tendencia definida.

Con los datos obtenidos en esta pregunta, podemos decir que los encuestados valoran el idioma kichwa como algo transversal; como un elemento de la cosmovisión y una manifestación de la cultura.

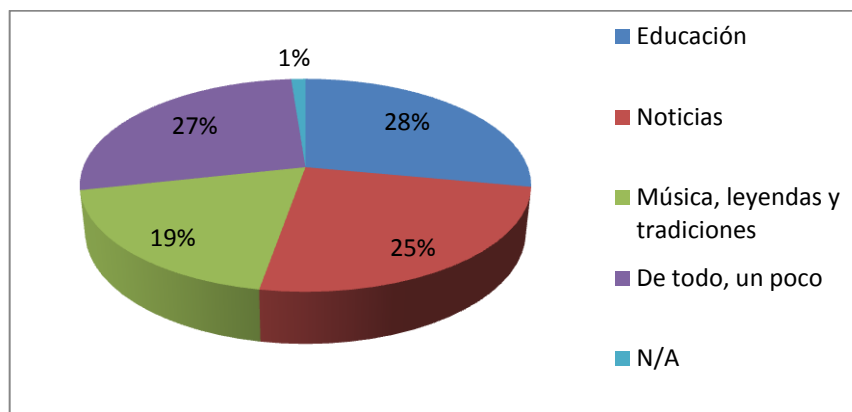
2.2.1.7. PREGUNTA SIETE.

Mediante la pregunta: *¿A qué debería dedicarse un programa de radio en kichwa?*, se busca indagar los contenidos de mayor interés para los encuestados, que a su vez, podrían orientar la línea editorial de la propuesta.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educación	116	27,95
Noticias	103	24,82
Música, leyendas y tradiciones	78	18,80
De todo, un poco	113	27,23
N/A	5	1,20
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 7: ¿A qué debería dedicarse un programa de radio en kichwa?



El porcentaje de 27% es similar para las respuestas relacionadas a los contenidos referentes a la educación y a la variedad. El 25% de la muestra solicita un formato más informativo, mientras que un 19% solicitan formatos más musicales, que contengan producción relacionada a las costumbres y tradiciones de los pueblos indígenas.

Tomando en cuenta estos requerimientos, es necesario buscar un formato adecuado para incluir a todos los gustos. Según la información recopilada en el capítulo anterior, se considera que la radio revista podía ser la elección idónea para la realización de la propuesta.

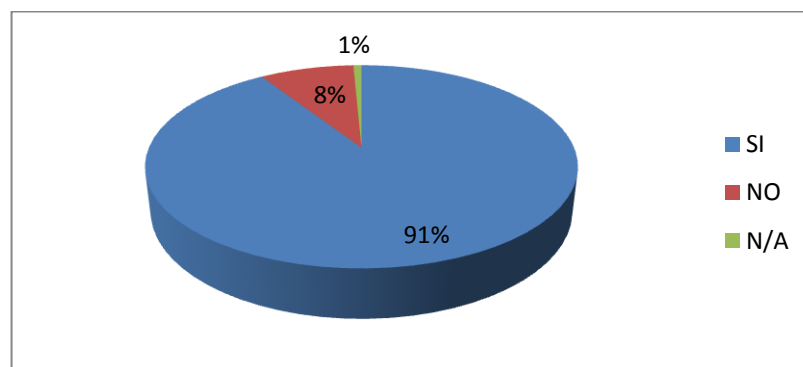
2.2.1.8. PREGUNTA OCHO

Las respuestas a la pregunta: *¿Considera usted que en su comunidad hay tradiciones muy valiosas que se han perdido?*, busca medir el nivel de percepción que tienen los habitantes de los sectores indígenas del Cantón Sigchos sobre la pérdida de identidad cultural.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	377	90,84
NO	35	8,43
N/A	3	0,72
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 8: *¿Considera usted que en su comunidad hay tradiciones muy valiosas que se están perdiendo?*



Los resultados arrojan un 91% de encuestados que identifican una pérdida de tradiciones en su comunidad, mientras que un 9% afirma que dicho fenómeno no existe.

Partiendo de estos resultados, existe una preocupación en los habitantes de las Parroquias de Chugchilán e Insiliví por la pérdida de sus tradiciones. Surge la necesidad de tomar acciones desde la comunicación de masas para frenar el impacto de la globalización cultural en este aspecto. Precisamente ese es uno de los objetivos del presente trabajo de investigación.

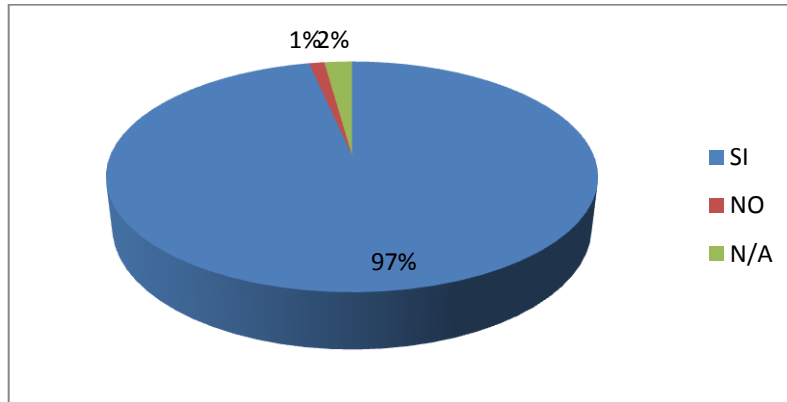
2.2.1.9. PREGUNTA NUEVE

La pregunta sugiere el reconocimiento de una audiencia potencial para el programa que se pretende emprender y dice: *¿Escucharía un programa radial producido especialmente en idioma kichwa dedicado a rescatar y fortalecer la identidad cultural de su comunidad?*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	401	96,63
NO	5	1,20
N/A	9	2,17
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 9: *¿Escucharía un programa radial producido especialmente en idioma kichwa dedicado a rescatar y fortalecer la identidad cultural de su comunidad?*



Cerca del 97% de los encuestados dedicaría tiempo para escuchar un programa radial que resulte de la propuesta de este trabajo investigativo. Un poco más del 1% afirmó que no lo haría.

Estos datos hacen suponer una audiencia deseosa por escuchar el programa y comprometerse con la participación en sus contenidos. Estos resultados a la vez comprometen a los productores a centrar sus esfuerzos en brindar a la audiencia la variedad y cumplimiento que demanda la audiencia.

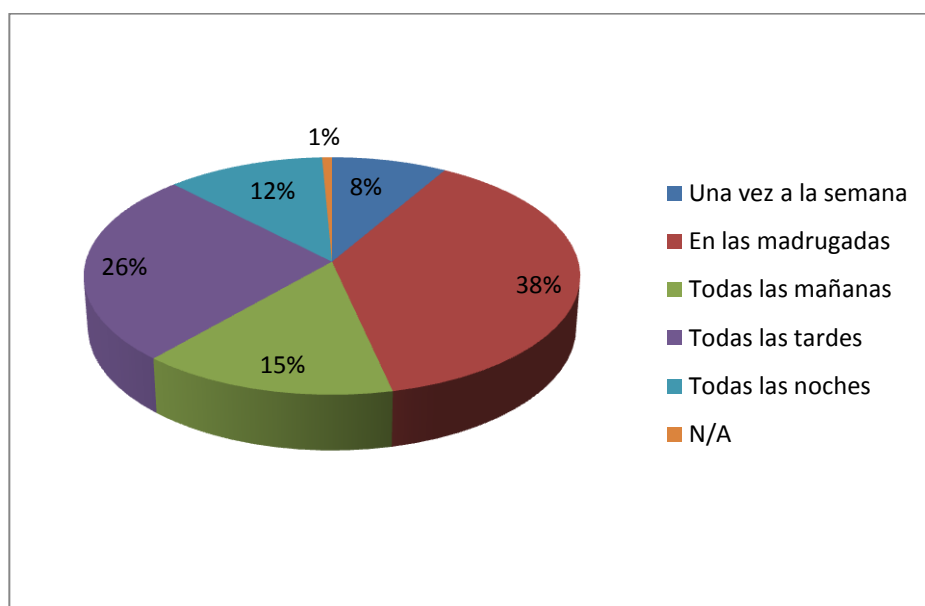
2.2.1.10. PREGUNTA DIEZ

Esta pregunta sondear cualitativamente el horario de disponibilidad que tendría la audiencia para escuchar el programa de radio en idioma kichwa que se pretende producir: *¿Tomando en cuenta sus actividades, qué horario sería el adecuado para la difusión del programa?*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez a la semana	35	8,43
En las madrugadas	158	38,07
Todas las mañanas	62	14,94
Todas las tardes	109	26,27
Todas las noches	48	11,57
N/A	3	0,72
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 10: ¿Tomando en cuenta sus actividades, qué horario sería el adecuado para la difusión del programa?



158 encuestados, que representan un 38% de la muestra prefieren el horario de la madrugada para escuchar el programa en mención. Un 26% prefiere las tardes, el 15% podría escucharlo en las mañanas. El 12% lo sintonizaría en la noche y el 8% opta por la frecuencia semanal.

Destaca la tendencia de la madrugada como la opción para que los habitantes de Chugchilán e Insiliví escuchen la producción radial en kichwa. Estos datos coinciden con los que dejó la pregunta 3 del presente instrumento. Además demuestra que las mencionadas poblaciones ya realizan sus actividades desde muy temprano; por esto es necesario fijar una actitud o una característica especial en el programa a producirse. Precisamente se hablará de esto en la siguiente pregunta.

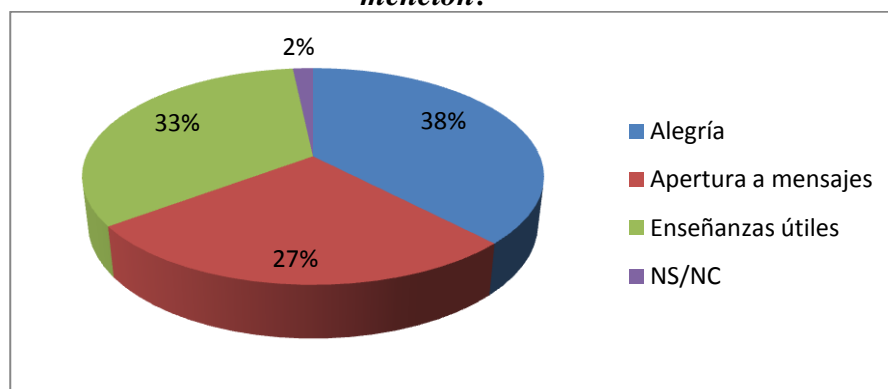
2.2.1.11. PREGUNTA ONCE

Esta pregunta indaga sobre los gustos del oyente, que matizarán la forma de los contenidos a producirse, así como ciertos procedimientos para lograrla: *¿Qué característica principal debería tener el programa en mención?*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alegría	157	37,83
Apertura a mensajes	112	26,99
Enseñanzas útiles	139	33,49
NS/NC	7	1,69
TOTAL	415	100,00

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Isabel Cuyo y María Ante

Gráfico 11: ¿Qué característica principal debería tener el programa en mención?



Aproximadamente un 38% de la muestra busca un programa cuya característica principal sea la alegría, el 27% prefiere la participación, y el 33% busca que el programa contenga enseñanzas útiles para la vida diaria.

Muchos programas que tienen objetivos relacionados a la comunicación popular, suelen carecer de herramientas estéticas que lo hagan atractivo. Es por esto que la audiencia, aparte de la misión que piden para el programa, también sugieren cumplir esta misión con alegría. Se tomarán las medidas necesarias para que los conductores tengan el carisma necesario para llegar a la audiencia cumpliendo este requerimiento.

2.2.2. ENTREVISTAS

2.2.2.1. ENTREVISTA UNO

EMPRESA O INSTITUCIÓN: Radio Municipal Sigchos ENTREVISTADO: Mesías Molina INVESTIGADORAS: Isabel Cuyo y María Ante LUGAR Y FECHA: Sigchos, 26 de Enero de 2011 OBJETO DE ESTUDIO: Medir cualitativamente el nivel de factibilidad de la emisora para transmitir programas culturales en kichwa y los requerimientos para su realización.		
PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION (VALORACION)
1. ¿Qué programas transmite Radio Municipal Sigchos?	La programación de la emisora está dedicada a los sectores rurales del cantón e inicia a las 4 am con “Amanecer Sigchense”, luego hay el noticiero “voces de la comunidad”, muy útil para la comunicación entre las comunidades. A las 8 am está el programa “Cancha” que realiza 30’ de información deportiva. Luego, desde las 8 30 am la radio queda automatizada hasta las 12 am hora en la que se emite el programa “Tardes de rockola”. A las 14 pm se emite el programa “Jóvenes en la Radio” con participación de los colegios e instituciones, tratando temas juveniles relacionados con la drogadicción, la ecología, etc. Adicionalmente hay programas de participación ciudadana con al aporte de varias instituciones, particularmente de la fiscalía para la formación. Los sábados la programación se dedica con énfasis a las comunidades, los niños y diferentes grupos sociales. Existe apertura para el idioma kichwa en los comunicados de los dirigentes.	Es notorio que la programación de la radio no está estrictamente definida, sobre todo en las tardes y los fines de semana donde, al parecer, no hay programas que se realicen con cierta regularidad. La mañana especialmente, que es la hora de mayor audiencia de la radio, esta emisora programa solo música y este espacio debería ser aprovechado.
2. ¿Cómo califica a la programación de la emisora?	La programación está dedicada a los sectores populares, no está dedicada a las élites.	Hay una definición tradicional de lo “popular”. El entrevistado cree que solamente la música que se selecciona o el lenguaje que se emplea en la locución define lo que es popular o no.
3. ¿Qué se hace necesario para diversificar la programación de radio Municipal Sigchos?	Las autoridades deben brindar el espacio y el personal que aporte con la emisora. Lamentablemente en la radio trabajamos dos personas y eso limita nuestro accionar. A pesar de eso la programación se está reestructurando y estamos buscando la ampliación de la cobertura, para lo cual se están haciendo las gestiones correspondientes.	Aquí empieza el principal problema de Radio Municipal Sigchos que ha impedido su diversificación a los sectores indígenas, valorando su idioma: La falta de presupuesto para incluir a más personal que se dedique al trabajo de producción radiofónica a tiempo completo.
4. ¿Qué necesidades	Falta mucho por hacer. Tenemos muchas personas de habla kichwa en Chugchilán e	La principal necesidad es la ausencia de una persona encargada de ser el nexo

de comunicación identifica en los pueblos y comunidades kichwa – hablantes de Sigchos?	Insiliví. Hay que socializar y para eso falta una persona que se encargue de establecer contactos y coordinar a la radio con las comunidades kichwa - hablantes.	entre las comunidades y la autoridad municipal. El entrevistado nuevamente menciona el factor presupuestario
5. ¿Han transmitido alguna vez programas o mensajes en idioma kichwa?	Si. Hubo algunos intentos. Uno de ellos era en las mañanas con la compañera Hilda Días, otro con la compañera María Ante. Desgraciadamente la falta de presupuesto impide que exista la posibilidad de tener alguien con mayor disponibilidad de tiempo.	Los intentos por incluir programas en kichwa en la mencionada emisora han sido aislados. No hay una planificación y políticas de inclusión de las comunidades indígenas en la radio.
6. ¿Qué efectos tendría la emisión de programas en kichwa en las comunidades que escuchan Radio Municipal Sigchos?	El mismo efecto que se tiene con la población mestiza, mucha participación e inclusión.	El presente estudio habla que hay muchas más consecuencias en la producción radial para las comunidades kichwas. El hecho de formar audiencias cautivas y participativas, por ejemplo, hace que la emisión de programas en este sentido sea urgente.
7. ¿Su emisora estaría dispuesta a ceder un espacio para la producción de un programa en idioma kichwa?	Esa es una de las necesidades que tiene la radio. Pero como ya se dijo, la falta de presupuesto nos limita. Sería potestad del señor alcalde la decisión de incorporar una persona dedicada a este aspecto extremadamente necesario.	Si, pero el entrevistado nuevamente aduce problemas presupuestarios para que esto se cristalice. No se han buscado otras maneras de financiamiento que podrían darse para incluir al personal necesario.
8. ¿Cuáles serían los requerimientos de la emisora para que el programa pueda ser transmitido?	Como requerimiento es el presupuesto, y también los poderes que nos impiden avanzar con la libertad que quisiéramos. Es el Gobierno nacional que pone trabas a la libre opinión de los ciudadanos y eso nos afecta como medios de comunicación del sector público.	El entrevistado sugiere que además del factor económico, pueden existir presiones desde altos estamentos de gobierno que hagan que la programación de las comunidades indígenas de Sigchos tenga limitaciones.

2.2.2.2. ENTREVISTA DOS

<p>EMPRESA O INSTITUCIÓN: Comunidades de Chugchilán e Insiliví ENTREVISTADO: Washington Cunuhay ENTREVISTADOR: Isabel Cuyo y María Ante LUGAR Y FECHA: 26 de Enero de 2011 OBJETO DE ESTUDIO: Identificar las necesidades de comunicación que tienen las comunidades, para incluirlas en los contenidos del programa.</p>		
PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION (VALORACION)
1. ¿Qué costumbres o tradiciones aprendió de sus padres y abuelos que aún las sigue practicando?	El idioma kichwa, principalmente. Algunas tradiciones relacionadas a las fiestas principales del año	Al parecer, las tradiciones que no se han perdido son las que están relacionadas a los actos públicos y de comunicación. La pérdida ha sido desde el punto de vista de las tradiciones cotidianas.
2. ¿Qué costumbres o tradiciones veía en sus padres y abuelos que usted ya no practica?	Algunas cosas de la vestimenta	La vestimenta indígena es muy costosa, y uno de los sectores más empobrecidos precisamente es éste.
3. ¿Qué ha sentido al comparar sus costumbres con las de otras culturas? (mestizas, extranjeras, etc.)	Me he sentido orgulloso porque se que soy diferente a los demás y que mi raza y cultura me identifican como kichwa e indígena	Todavía hay rasgos de identidad en algunos habitantes. Se sienten únicos y diferentes.
4. ¿Considera necesaria la organización para el progreso de su comunidad?	He trabajado durante 12 años en el proceso organizativo, es necesario para la consecución de obras y por eso es necesaria la existencia de la organización para los avales.	La organización comunitaria ahora está liderada por lo0s jóvenes que no han querido despreciar sus raíces y quieren recuperar sus tradiciones.
5. ¿Domina el kichwa?	Si, efectivamente	Ha recibido la educación de sus padres por tradición oral, y la práctica ha perfeccionado el uso del idioma.
6. ¿En qué lugares utiliza el idioma kichwa y con quienes?	Yo utilizo el idioma kichwa en la parte de Chugchilán, sobre todo en la zona uno y dos	Este entrevistado no utiliza el kichwa como un idioma que promueva la interculturalidad. Su uso es solamente utilitario.
7. ¿Para qué le sirve el uso del idioma kichwa?	Nuestros abuelos nos han dejado esa costumbre y nosotros no queremos dejarla. Siempre es una ventaja saber dos idiomas y eso le dejaremos de herencia también a nuestros hijos, para que sigan practicando y conversando.	El entrevistado aún siente la necesidad por el rescate del idioma, como un valor agregado de sus conocimientos y como un legado para las generaciones venideras

8. ¿Cuál cree que será el futuro del idioma kichwa?	El kichwa seguirá, yo pienso que se irá diversificando porque hay gente que quiere expresarse con los rasgos de su comunidad y su cultura	Hay mucha esperanza por el uso del kichwa en el entrevistado. Cree que los esfuerzos que se hacen no son suficientes, pero son elementales para hacer que la lengua no se extinga
9. ¿Cuál cree que serían los efectos de la transmisión de un programa de radio en idioma kichwa para las comunidades indígenas de Sigchos?	Yo pienso que siempre tiene que haber un convenio. Debe haber gente de las comunidades que trabajen en la radio para saber que pasa en las comunidades y cómo se están gestionando y gastando los recursos.	Considera que un programa en kichwa será siempre bienvenido para la difusión, principalmente del idioma

2.2.2.3. ENTREVISTA TRES

EMPRESA O INSTITUCIÓN: Comunidades de Chugchilán e Insilivi ENTREVISTADO: Lorenzo Quishpe ENTREVISTADOR: Isabel Cuyo y María Ante LUGAR Y FECHA: 26 de Enero de 2011 OBJETO DE ESTUDIO: Identificar las necesidades de comunicación que tienen las comunidades, para incluirlas en los contenidos del programa.		
PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION (VALORACION)
1. ¿Qué costumbres o tradiciones aprendió de sus padres y abuelos que aún las sigue practicando?	Muchas cosas, costumbres; como por ejemplo la celebración de Pascua, Navidad y Finados. El matrimonio y el bautismo siempre son con fiesta. Por ejemplo, cuando celebran el matrimonio, los padrinos al siguiente día al amanecer dejan la “chuglla”, o sea una casita hecha para los novios a las cuatro de la mañana; según ellos para que madruguen, vivan bien y puedan tener alguna cosa. Si no lo hacen, dice que los novios se hacen vagos.	Al parecer, las tradiciones que no se han perdido son las que están relacionadas a los actos públicos y de comunicación. La pérdida ha sido desde el punto de vista de las tradiciones cotidianas.
2. ¿Qué costumbres o tradiciones veía en sus padres y abuelos que usted ya no practica?	Algunas cosas que a veces por la sociedad nos lleva a cambiar ya no hemos practicado. Por ejemplo la vestimenta. Todos utilizábamos poncho y sombrero, en la actualidad ya no se utiliza mucho. Puede ser por los costos. Un sombrero cuesta caro y un poncho cuesta por los cincuenta dólares y no quieren gastar.	La vestimenta indígena es muy costosa, y uno de los sectores más empobrecidos precisamente es éste.
3. ¿Qué ha sentido al comparar sus costumbres con las de otras?	Al comparar nos hemos sentido diferentes. Incluso entre los mismos pueblos kichwas no hay muchas similitudes. Y con los mestizos que	Todavía hay rasgos de identidad en algunos habitantes. Se sienten únicos y diferentes.

culturas? (mestizas, extranjeras, etc.)	tienen más apego a las costumbres occidentales con mucha más razón. La alimentación, vestimenta, saberes y festejos son diferentes.	
4. ¿Considera necesaria la organización para el progreso de su comunidad?	Es bastante importante tener una organización sólida, coordinada. Si no existe, no puede haber solución de nuestros problemas. Para vivir de manera racional es necesario organizarse.	La organización comunitaria ahora está liderada por los jóvenes que no han querido despreciar sus raíces y quieren recuperar sus tradiciones.
5. ¿Domina el kichwa?	Si, hablo un 80% en kichwa	Ha recibido la educación de sus padres por tradición oral, y la práctica ha perfeccionado el uso del idioma.
6. ¿En qué lugares utiliza el idioma kichwa y con quienes?	Lo utilizo solamente en las comunidades rurales que hablan kichwa. No solamente de acá sino de cualquier lugar	Este entrevistado no utiliza el kichwa como un idioma que promueva la interculturalidad
7. ¿Para qué le sirve el uso del idioma kichwa?	Me sirve para rescatar la identidad y cultura, nuestra forma de saber y conocimientos. Desde niños lo hemos aprendido y esto nos da una forma distinta de saber las cosas, aunque muchos lingüistas han querido interpretar esos saberes y transmitirlos al español, los que hablamos kichwa entendemos las cosas de diferente forma.	El uso del kichwa es netamente utilitario.
8. ¿Cuál cree que será el futuro del idioma kichwa?	Para mí, en las comunidades debemos seguir hablando. Existe una gran escala de migración hacia las grandes ciudades y esto podría afectar el idioma. El gobierno debe tomar en cuenta esto y planificar políticas en beneficio de los sectores rurales para el kichwa no muera. Ahora ya se puede enseñar y hablar en kichwa y esto hay que aprovechar	Hay mucha esperanza por el uso del kichwa en el entrevistado. Cree que los esfuerzos que se hacen no son suficientes, pero son elementales para hacer que la lengua no se extinga
9. ¿Cuál cree que serían los efectos de la transmisión de un programa de radio en idioma kichwa para las comunidades indígenas de Sigchos?	Al transmitir este programa beneficiaría a las comunidades rurales. Sobre todo en Insilivi donde netamente hablan kichwa. La gente que domina el kichwa entiende mejor las cosas en su idioma. A nuestros padres y abuelos les encantaría participar en esta propuesta. Antes lo hacían, ojalá pueda retomarse para recuperar nuestra cultura y orgullo de expresar nuestros sentimientos	Considera que un programa en kichwa será siempre bienvenido para la difusión, principalmente del idioma

2.2.2.4. ENTREVISTA CUATRO

EMPRESA O INSTITUCIÓN: Comunidades de Chugchilán e Insilivi ENTREVISTADO: Pedro Cunuhay. ENTREVISTADOR: Isabel Cuyo y María Ante LUGAR Y FECHA: 26 de Enero de 2011 OBJETO DE ESTUDIO: Identificar las necesidades de comunicación que tienen las comunidades, para incluirlas en los contenidos del programa.		
PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION (VALORACION)
1. ¿Qué diferencias encuentra en las costumbres de la gente joven con las de los adultos?	La gente antigua era muy acostumbrada a los actos culturales, los jóvenes, por la migración ya no quieren hacer eso.	Culpa a la migración la pérdida de costumbres y tradiciones, protagonizada por los jóvenes.
2. ¿Qué costumbres de antes considera no deberían perderse?	Nosotros creemos que no se debería perder el idioma, porque el idioma es la base principal.	Es positivo que este entrevistado considere que lo que no debe perderse es el idioma kichwa. Como centro del resto de rasgos de identidad indígena.
3. ¿Cómo califica el nivel de aprecio que tiene la gente al idioma kichwa?	He observado que en las comunidades hablan muy poco. No quieren hablar el kichwa, sobre todo la gente joven, definitivamente no quiere hacerlo. El kichwa es nuestro primer idioma	La gente joven, por la migración y el proceso de globalización, está empezando a sentir vergüenza de usar el kichwa en su modo de comunicarse. No debería ser así.
4. ¿Cómo se podría enseñar a los jóvenes a no perder el idioma ni las costumbres de las comunidades indígenas de Sigchos?	Deberíamos enseñarlo por los medios de comunicación, por la radio o por textos, o mediante los profesores mediante la escuela, sino ya no se lo puede recuperar.	Este entrevistado considera valioso el rol de los medios masivos en la comunicación de la cosmovisión indígena
5. ¿Quiénes deberían involucrarse en la recuperación de las costumbres y tradiciones de los pueblos indígenas de Sigchos?	Nosotros, especialmente los profesores bilingües, además las organizaciones en cada comunidad.	Según el entrevistado, los que deben encabezar este proceso son los líderes comunitarios y las personas con mayor incidencia en las comunidades. Si ellos están conscientes, algo se podrá hacer para que el idioma no se extinga.
6. ¿Qué cosas deberían evitarse para detener la pérdida de las tradiciones y costumbres propias de la cosmovisión indígena?	Deberíamos seguir evitando las migraciones, los jóvenes ya se han olvidado e incluso desprecian las tradiciones de sus abuelos. Lamentablemente la pobreza y la exclusión los obliga a salir y adoptar otras costumbres.	La migración contemporánea se debe por asuntos económicos en su mayoría. Es necesario considerar que se deben tomar las acciones necesarias para distribuir la educación y la riqueza a las comunidades indígenas para evitar la migración en condiciones precarias.
7. ¿La radio podría aportar a la recuperación del idioma, las costumbres y la organización de la gente? ¿Qué deberían hacer?	La radio si debería hacerlo, recuerdo que hace algún tiempo era bueno para nosotros aprender el Idioma cuando hacia Radio Latacunga las transmisiones en kichwa.	La radio no solamente puede servir como un instrumento de comunicación del idioma kichwa, sino también como una herramienta de educación en la forma de hablar dicho idioma.

CAPÍTULO III

APLICACIÓN O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA

La propuesta en mención consiste en realizar todos los procesos de producción radiofónica necesarios para transmitir un programa radial en idioma Kichwa dedicado a las comunidades indígenas del Cantón Sigchos, mediante su radio Municipal.

Inicialmente se realizará una etapa de sensibilización a la población de Chugchilán e Insilivi sobre la necesidad de rescatar el idioma y las costumbres y la posibilidad de hacerlo mediante un programa de Radio. Además se realizará esta etapa con los directivos de Radio Municipal Sigchos, para conseguir la apertura necesaria para su realización.

En la preproducción se iniciará con la elaboración de un documento que contenga la propuesta a presentarse, luego continuará el guión con la estructura del programa, los libretos que sean necesarios para la producción de secciones, cuñas, o microprogramas de ser el caso.

Luego en la fase de producción se grabarán todos los libretos y se emitirá el programa siguiendo la estructura señalada. En la etapa final se realizará una evaluación según el esquema que se planteará más adelante. Cabe señalar que existe la disponibilidad de aplicar esta propuesta de forma íntegra, debido al nivel de acceso de las investigadoras con el personal

municipal, en particular con los colaboradores de Radio Municipal Sigchos.

Los pasos de producción que citamos anteriormente, se verán reflejados en un programa piloto que se adjunta al presente trabajo investigativo, mientras se gestiona con las autoridades municipales de Sigchos, la fecha y hora de su emisión en programación regular.

3.2. DATOS INFORMATIVOS

3.2.1.1. TÍTULO

Producción de una Radiorevista en idioma kichwa para valorar la cultura de los habitantes de las parroquias Chugchilán e Insiliví del Cantón Sigchos.

3.2.1.2. INSTITUCIÓN EJECUTORA

- Radio Municipal Sigchos

3.2.1.3. BENEFICIARIOS

- Habitantes Kichwa – hablantes de Chugchilán e Insiliví
- Radio Municipal Sigchos
- Gobierno Municipal del Cantón Sigchos

3.2.1.4. UBICACIÓN

El Cantón Sigchos se encuentra ubicado en el extremo nor-occidental de la provincia de Cotopaxi, a 00° 42' 03'' de latitud sur y a 78°53'14'' de latitud oeste. Colinda con los cantones Latacunga, Pujilí y La Maná de la misma provincia; con el cantón Santo Domingo de los Colorados de la

provincia Santo Domingo de los Tsáchilas y con el Cantón Mejía de la provincia de Pichincha.

Radio Municipal Sigchos funciona en el edificio del Gobierno Municipal.

3.2.1.5. TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN

Se estima que la propuesta iniciará en Abril de 2011 y culminará en Octubre de 2011, con la posibilidad de una renovación indefinida, dependiendo de los resultados del programa.

3.2.1.6. EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE

- Isabel Cuyo
- María Ante
- Mesías Molina

3.2.1.7. OBJETIVOS

3.2.1.8. GENERAL

- Producir una revista en idioma kichwa con frecuencia diaria para las comunidades indígenas y campesinas en radio Municipal Sigchos.

3.2.1.9. ESPECÍFICOS

- Estructurar los contenidos de cada emisión mediante segmentos, para elaborar los respectivos libretos y/o guión de los mismos.
- Fijar horarios y lugares para la grabación de notas, la producción de insumos y la emisión del programas.
- Encontrar mecanismos suficientes para promover la participación y rescate de los valores culturales de las comunidades indígenas del Cantón.

3.2.1.10. ANTECEDENTES

Los resultados que arrojó la investigación de campo, en apego a la metodología presentada en el anteproyecto, identificaron el problema de la desaparición progresiva de las tradiciones que marcan la cultura de los pueblos indígenas que habitan las parroquias de Chugchilán e Insilivi. Existe la necesidad de difundir masivamente estas tradiciones, además de hacer que las personas de estas poblaciones se sientan dignos y orgullosos de su idioma.

Radio Municipal Sigchos tiene la desventaja de no contar dentro de su personal a productores kichwa - hablantes; si los ha tenido ha sido de manera ocasional y con políticas a corto plazo que no garantizaban la sostenibilidad de las propuestas. Tomando en cuenta la enorme pérdida socio – cultural que existe en los pueblos y comunidades indígenas, la emisora no puede dejar de proponer alternativas de encuentro mediante la comunicación.

3.2.1.11. JUSTIFICACIÓN

Las tesis proponen la creación de un programa radial, debido a la necesidad identificada en el presente trabajo de investigación. A través de la comunicación Radiofónica las comunidades indígenas kichwa – hablantes de sigchos tendrán una herramienta de visibilización ante la opinión pública y principalmente, desarrollarán alternativas para fortalecer su organización mediante la información de sus novedades, así como la difusión de su cultura.

La sociedad del Cantón Sigchos, y de los sectores donde la emisora tiene cobertura serán los participantes en el proyecto y por ende serán beneficiarios. Ellos tendrán una herramienta más para sentirse más dignos, más unidos y organizados.

Con la realización de esta propuesta, Radio Municipal Sigchos también será favorecida, al ver que sus mensajes son eficaces en las comunidades Indígenas, esto hará que se ganen el cariño y el reconocimiento de la gente. Además, la realización de esta propuesta hará que la emisora continúe cumpliendo sus objetivos institucionales de servicio público mediante la comunicación radiofónica.

Si bien esta propuesta no presenta novedad científica en su esencia, es necesario aclarar que los beneficios están encaminados en el ámbito social y cultural.

3.2.1.12. FACTIBILIDAD

Las tesis consideran a esta propuesta como factible, pues han realizado una investigación bibliográfica que les ha permitido conocer a fondo las técnicas necesarias para la producción Radiofónica, complementando así la formación académica recibida en los ciclos regulares de estudio. Además, tienen contacto con dirigentes de las diferentes comunidades que son objeto de estudio; han establecido vínculos con Radio Municipal Sigchos, quienes han dado la apertura para la realización de la propuesta. Existe la experiencia necesaria para la producción radiofónica y el uso del Kichwa como lengua ancestral.

3.2.2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

La propuesta consiste principalmente en la gestión de un espacio radial, de preferencia en la madrugada para la producción de una radio – revista de miscelánea con enfoque cultural, dedicada a las comunidades de habla kichwa del Cantón Sigchos, principalmente los de Chugchilán e Insiliví.

Para lo cual, en la fase inicial de la ejecución, las investigadoras acuerdan con los directivos de Radio Sigchos el horario de emisión y las condiciones mutuas para iniciar el trabajo. Cabe señalar que en las encuestas presentadas por el equipo de investigadoras, hay una marcada posibilidad de éxito en el programa si se lo realiza en las madrugadas; este particular deberá tomarse en cuenta para la toma de decisiones.

En el desarrollo de la propuesta las investigadoras se convierten en productoras; desarrollando un esquema básico de la radiorevista, comunicando a las comunidades sobre su existencia y desarrollando los guiones y/o libretos de las piezas radiales que se sean utilizados como insumos del programa. Además deberán establecer canales de comunicación entre el programa y su audiencia.

La propuesta y especialmente los productos radiales que salen de la ejecución de la propuesta serán evaluadas constantemente. El objetivo es que el programa incremente constantemente el número de oyentes, para así sentar las bases de una permanencia en la parrilla de programación de Radio Sigchos.

3.3. MODELO OPERATIVO

FASES	ETAPAS	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO
INICIAL	SENSIBILIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • 36 Comunidades de Chugchilán e Insiliví están a la expectativa del nuevo programa radial en kichwa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reuniones con dirigentes 2. Exposiciones en asambleas 3. Difusión de spot promocional 	<ul style="list-style-type: none"> • Vehículo • Laptop e in focus • Estudio de grabación 	Isabel Cuyo María Ante	Un mes
REALIZACIÓN	PLANIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • La propuesta del programa radial está presentada y aprobada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprobación de la propuesta. 2. Contratación de un estudio de grabación 	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop 	Isabel Cuyo María Ante	Dos semanas
	EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • El programa radial está grabado y se ha transmitido 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de libretos y pauta 2. Emisión del programa 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de grabación. • Laptop • Locutores 	Isabel Cuyo María Ante	Dos semanas
FINAL	EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Al menos existen 3 reuniones participativas para recoger sugerencias de mejoramiento del programa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación en sesiones y asambleas. 2. Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> • Vehículo • Laptop e in focus • Formato de encuesta 	Isabel Cuyo María Ante	Tres meses (luego de la emisión del primer programa)

3.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.3.1. ETAPA DE SENSIBILIZACIÓN

Las investigadoras han aprovechado las reuniones de las organizaciones de diferentes comunidades para sensibilizar sobre el uso del idioma kichwa y promocionar el programa que será transmitido en Radio Municipal Sigchos. Además se han reunido con los dirigentes de las comunidades para explicar la propuesta que es fruto de esta investigación (VER ANEXO).

Además, se ha producido un spot promocional en kichwa que se va a transmitir en Radio Municipal Sigchos, el documento adjuntamos a continuación:

PROMOCIONAL PROGRAMA DE RADIO

001	CONTROL	ÑUKANCHIK TAKIKUNA,RUNAKUNAPAK SHIMI
002	LOCUTOR	Rimanata munanchik
003	LOCUTOR	Ñukanchik kawsayta rimana , ñukanchik tantanakuy ,
004		ñukanchik kushikuy .
005	LOCUTOR	Tukuykuna rimashunchik ñukanchik kawsayta
006		Rikchanchikapak
005	CONTROL	KALLARI TAKIKUNA
006	LOCUTOR	Radio Municipal sigchosman kutimupay llankashpa
007		hamutashpa willashpa allichishpa ñukanchi shimita,
008		ñukanchi kawsaykunatapash.

009 LOCUTOR SUMAK KAWSAYKUNA

010 LOCUTOR Ña kutin kaya punchayamuyta kay anki uyarinpi

3.3.2. ETAPA DE PLANIFICACIÓN

Según las actividades propuestas en el modelo operativo, se ha desarrollado la propuesta de programa radial, con los ítems señalados en el Capítulo I de esta investigación. La propuesta presentada es la siguiente:

PROPUESTA DE PROGRAMA

PÚBLICO OBJETIVO:

El programa está dedicado a los sectores campesinos e indígenas del Cantón Sigchos, especialmente aquellos ubicados en las zonas de Chugchilán e Insiliví. Son pobladores de raza y cultura indígena, catalogada en su mayoría en un estrato socioeconómico bajo; aunque esta denominación solamente responda a los cálculos del ingreso monetario de los habitantes. Las actividades de agricultura y ganadería les aseguran a muchos la posibilidad de acceso a una alimentación básica, pero no pueden satisfacer algunas necesidades elementales.

Estas comunidades históricamente han estado organizadas, pero, esta organización necesita más canales de comunicación masivo en su idioma para poder desarrollarse, evitando malos entendidos y confusiones que suelen ocurrir cuando se comunican en idioma español. Muchos habitantes son bilingües, pero el idioma va desapareciendo puesto que los jóvenes, por diversos motivos, están adoptando solamente el idioma español.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Promover la construcción de identidades individuales y colectivas mediante la comunicación Radiofónica de masas, visibilizando rasgos culturales específicos y fortaleciendo la organización de las comunidades del cantón Sigchos

TEMAS DEL PROGRAMA

- Comunicados de las comunidades
- Noticias
- Medio ambiente
- Derechos individuales y colectivos
- Equidad de Género
- Difusión de música y tradiciones

CARACTERÍSTICAS FORMALES DEL PROGRAMA

HORARIO:	05H00 a 07H00
DURACIÓN:	Dos horas
FRECUENCIA:	Diaria
NOMBRE:	"Sumak kawsaykuna"
GÉNERO:	Radiovesta
EMISORA:	Radio Municipal Sigchos

RELACIÓN CON EL PÚBLICO OYENTE: Interactivo, participativo

ESTILO DEL PROGRAMA.

- ***Número y sexo de conductores:*** Dos conductoras de sexo femenino
- ***Estilo de relación de los conductores con la audiencia:*** El programa promoverá el diálogo y la interactividad mediante visitas a los estudios, las productoras visitarán las diversas comunidades una vez cada semana en un cronograma establecido y se dará apertura a mensajes de texto y llamadas vía celular para la audiencia en general. Además se recibirán cualquier otro tipo de formatos para la retroalimentación, como cartas, correo electrónico y otros, de ser el caso:
- ***Línea musical del programa:*** El programa promueve la música ecuatoriana de corte popular, con énfasis a la producida en idioma kichwa. Además, en la medida de lo posible y en vista a la gran producción de música autóctona que no ha sido grabada aún. La Radio buscará su difusión invitando a los intérpretes a la cabina

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA RADIAL.

Como ya se especificó, el programa es una Radiorevista de miscelánea, y tendrá estos segmentos fijos:

1. ***Presentación, Saludo y Sumario:*** Exponiendo todos los contenidos del programa.
2. ***Noticias / reportes desde las comunidades:*** Espacio para la audiencia y/o los dirigentes que deseen informar sobre lo sucedido. Aquí también irá el material obtenido en las visitas de las conductoras.

3. *Cajón de Sastre*: Segmento de curiosidades, mensajes de los oyentes, saludos, etc.
4. *Segmento de medio ambiente*: Producciones o entrevistas sobre conservación de los recursos naturales de la comunidad.
5. *Segmento de Salud*: Datos, producciones o entrevistas sobre higiene, manejo de alimentos, cuidado de la mujer en embarazo o lactancia, información sobre enfermedades, etc.
6. *Música variada*: Segmento que aparece durante toda la estructura.

Además, el programa se armará con los segmentos variables, que pueden ser producidos en directo o en formato de microprograma:

1. *Promoción de derechos*: Datos, producciones o entrevistas sobre derechos individuales o colectivos de los habitantes del campo. Información sobre gestiones y trámites en instituciones públicas o privadas, etc.
2. *Música y tradiciones*: Producción o entrevistas en estudio a artistas o conocedores de las tradiciones indígenas de Sigchos. Clases sobre idioma kichwa.
3. *“Buen barrio”*: Entrevista testimonial a las personas más antiguas y más conocidas de la comunidad, para hablar de las cosas que no deberían perderse.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El contacto y la escucha permanente a la audiencia, será una forma permanente de seguimiento y evaluación. En cada entrevista se preguntará cosas como: *¿Qué le gusta del programa? ¿Qué debería mejorar?* Estas respuestas se sistematizarán y se realizará una reunión al menos una vez cada quince días para revisar las sugerencias y producir cambios.

3.3.3. LIBRETOS

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA

- 001 CONTROL RUNAKUNAPAK TAKINA**
- 002 LOCUTOR 1 Tuta puchayamuktaka yuyaripaychi watankunati
003 watankunati. Shuktikuna mana allichu ninkakunami.
004 Yachakpika tukuykunami allikashka.
- 005 LOCUTOR 2 Kallarikpika shuk puncha kutin kikipak kawsay, shinaka
006 tukuyta allichinapash, kutinpika ashka ima kunapash
007 rakirinkami.
- 008 LOCUTOR 1 Kay puchapika kawsaykunata willaykunata shina
009 riksishunchik.
- 010 CONTROL KALLARI TAKINA**
- 011 LOCUTOR 2 Riksishpa shina yanapaychi: Ñukanchik kawsaycuna
012 LOCUTOR 1 Takikuna, tapuykuna, willachik ayllullaktakunaman
013 raymikunata shinapash ñawpa rimaykunamantapash.
014 LOCUTOR 2 Kikinkunaka kayashkami kankichik ñukanchik kawsayta
015 riksikapak ,
016 LOCUTOR 1 Alli samuskakankichik .

3.3.4. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA PILOTO

Según el Capítulo I del presente trabajo, se hablaba de un tipo de guión Radiofónico “Europeo” que sirve como pauta para la estructuración de contenidos, cuyo ejemplo se muestra en el Anexo 2 del presente informe. A continuación se adjunta la estructura del programa piloto, que será grabado para su aprobación en la emisora:

GUIÓN PROGRAMA SUMAK KAUSAYKUNA N°.....

EMISORA.....
 FECHA DE ELABORACIÓN.....
 FECHA DE EMISIÓN.....
 PRODUCTORAS.....

Nº	SEGMENTO	DURA	RESP	CONTENIDO	RECURSOS
1	Presentación, saludo y sumario	5'	DÚO	Temas del programa	
2	Música y animación	10'	DÚO		
COMERCIALES Y SPOTS EDUCATIVOS					
3	Música	5'			
4	Noticias	5'	DÚO	Novedades de la reunión de agua potable en Aliso	Grabadora
5	Música	5'			
COMERCIALES					
6	Cajón de sastre	5'	IC	Saludos y mensajes	
7	Música	5'			
8	Cajón de sastre	5'	MA	Saludos y mensajes	
COMERCIALES					
9	Entrevista	15'	MA	Lorenzo Quishpe: El uso del poncho y sombrero	
COMERCIALES					
10	Música	5'			
11	Salud	5'	IC	Enfermedades respiratorias	
12	Música	5'			
COMERCIALES Y SPOTS EDUCATIVOS					
13	Revisión de noticias	3'		Resumen, incluido notas nacionales e internacionales	
14	Música	5'			
15	Medio ambiente	3'		El manejo de la basura en casa	
16	Música	4'			
COMERCIALES					
17	Cajón de Sastre	5'		Saludos y mensajes	
18	Música y animación	5'			
19	Cajón de sastre	5'		Saludos y mensajes	
COMERCIALES					
20	Música	8'			
21					
22	Despedida	2'			

3.3.5. EVALUACIÓN

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Quién solicita evaluar?	<ul style="list-style-type: none">• Isabel Cuyo y María Ante• Radio Municipal Sigchos
2. ¿Por qué evaluar?	Porque es necesario medir el nivel de incidencia del programa Sumak Kawsaykuna en la construcción de identidad de la audiencia indígena de Radio Municipal Sigchos
3. ¿Para qué evaluar?	Para hacer cambios puntuales en torno al manejo de los contenidos o del formato del programa
4. ¿Qué evaluar?	Se evaluará la programación en términos de: contenidos, participación, calidad de conducción, alternabilidad de género, criterio musical
5. ¿Quién evalúa?	Isabel Cuyo y María Ante
6. ¿Cuándo evaluar?	A partir del día siguiente a la finalización del primer mes de emisión del programa
7. ¿Cómo evaluar?	Mediante grupos focales e interacción directa con la audiencia en las visitas, sistematizada y discutida en reuniones quincenales
8. ¿Con qué evaluar?	Para evaluar en base a las técnicas citadas en la pregunta anterior, es necesaria la creación de instrumentos adecuados. Además se necesitarán suministros de oficina, movilización y grabadora de mano.

3.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.4.1. CONCLUSIONES

- La gente joven, por la migración y el proceso de globalización, está empezando a sentir vergüenza de usar el kichwa en su modo de comunicarse.
- Pese al impacto de las nuevas TIC'S, la comunicación radiofónica de masas sigue siendo primordial, al menos en comunidades indígenas, donde aún existe difícil acceso a otros medios electrónicos.
- El uso del idioma además de responder a una necesidad de comunicación; es un signo de la cosmovisión del colectivo que lo usa. Y como tal, su uso también es una manifestación de las diversas formas de ver el mundo.
- Los habitantes de las comunidades indígenas no limitan el consumo de los medios de comunicación masivos a ámbitos relacionados al ocio o al entretenimiento, más bien los consideran una herramienta que contribuye a su organización social.
- El personal de Radio Municipal Sigchos, manifiesta su interés en incluir programación en idioma kichwa para las comunidades Indígenas del Cantón, y este interés es reproducido incluso por algunos concejales. Lamentablemente hay condiciones políticas, económicas y de comunicación que hacen que esto no sea posible.

3.4.2. RECOMENDACIONES

- Las autoridades municipales deben tomar especial atención a Radio Municipal Sigchos. Es recomendable asignar presupuesto necesario para que a emisora se convierta en una verdadera herramienta de comunicación al servicio de la gente, sin ningún tipo de interés que no sea el público.
- Es recomendable que los productores no descuiden las visitas a las comunidades por asuntos de inclusión y evaluación.
- Los productores no deben olvidar la variedad de los formatos radiofónicos como factor de éxito y permanencia del programa en el imaginario de los habitantes.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFIA CITADA

ALFARO Rosa, CAMACHO Fresia, HERMOSILLA Elena; “Mujer y Radio Popular” ALER 1995.

ALER, “Manuales de Capacitación en Radio Popular” Tomos 6 y 7. Manthra Editores. Quito 2009

BENÍTEZ Lylian – GARCÉS Dalicio, “Cultura ecuatoriana ayer y hoy” Ediciones Abya – Yala. 1992

BERLO David, “El proceso de la Comunicación, Introducción a la teoría y a la práctica”, Editorial “El Ateneo”, Argentina 1981

CARVAJAL Nelson, “El medio radiofónico en la Comunicación Social”, 1983.

FUNDACIÓN HANNS SEIDEL, “Identidad indígena en las ciudades”. Quito – Ecuador. 1997.

GARCÍA Jimmy, “El mundo de la Radio”, CIESPAL 1983.

GUERRERO ARIAS Patricio. La Cultura. Estrategias para los estándares, la identidad. La diversidad, la alteridad y la diferencia. Escuela de antropología aplicada. Ups. – Quito Ediciones Abya – Yala 2002

KAPLUN Mario, “Producción de programas de Radio”, Colecciones Ciespal 1980

LÓPEZ José Ignacio, “Manual Urgente para Radialistas Apasionados”, CIESPAL, 1997.

LOPEZ José Ignacio, “Ciudadana Radio, el poder del periodismo de intermediación” Radialistas apasionados. Primera edición. Lima 2004

MATHIAS Abran, Lenguan, cultura e identidad, El Proyecto Ebi, 1985 – 1990

MOYA, Ruth: "Simbolismo y Ritual en el Ecuador Andino - El Kichwa en el Español de Quito" Colección Pendoneros N-40. Edición Instituto Otavaleño de Antropología, Otavalo, Ecuador. 1981.

OSPINA Pablo, “Nuestro Ecuador: Manual de Realidad Nacional” Universidad Andina Simón Bolívar y Corporación Editora Nacional Quito 2007

SALTOS Napoleón, VÁSQUEZ Lola; “Ecuador su realidad”. Fundación José Peralta, Edición actualizada 2010 – 2011. Quito Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

CACHIGUANGO Luis, “El Runa Shimi o Kichwa a través de la Historia” Capacitación a los voluntarios de Cielo Azul. Dirección: <http://www.cieloazul.org>

CHAUI Marilena, “Cultura y Democracia” Cuadernos del pensamiento crítico latinoamericano. Dirección: <http://www.clacso.org> . Consulta 3 Diciembre de 2010

KAPLÚN Mario, “Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos” OREALC Santiago de Chile, Dirección: <http://www.orealc.org>. Consulta 05 de Enero de 2011.

KOWII Aruma, “Cultura Quichua Interculturalidad y gobernabilidad”, Aportes andinos N° 13. Dirección: <http://www.uasb.edu.ec/padh>. Consulta 9 de Diciembre de 2010.

LUCAS Kintto, “La rebelión de los Indios” Ediciones Abya Yala, 2000. Dirección: <http://La%20rebeli%c3%b3n%20de%20los%20indios.pdf>.

MARTÍNEZ María José, “Relación medio – comunidad a través del estudio del programa Kawsaypura Yachanakushun en el Cantón Saraguro. Universidad de la Sabana, 2008. Dirección: <http://redalyc.uaemex.mx>. Consulta 16 de Enero de 2011

