



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA COMUNIDAD LAMPATA CHASQUI”

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social

AUTORA:

Proaño Vite Deysi Lorena

TUTORA:

Lic. Msc. Álvarez Garzón Lorena

Latacunga – Ecuador

Agosto 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, PROAÑO VITE DEYSI LORENA declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “**COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA COMUNIDAD LAMPATA CHASQUI**”, siendo la MSc. Lorena Álvarez Garzón tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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



Proaño Vite Deysi Lorena

C.I. 050277178-5

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA COMUNIDAD LAMPATA CHASQUI”, de Proaño Vite Deysi Lorena, de la carrera Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Agosto del 2018



.....

Lic. MSc. Lorena Álvarez Garzón

C.I 050218249-6

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Humanas y Educación; por cuanto, la postulante: Proaño Vite Deysi Lorena con el título de Proyecto de Investigación: “**COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA COMUNIDAD LAMPATA CHASQUI**” ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

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

Latacunga, agosto del 2018

Para constancia firman:



Lector 1
Msc. Pablo Lomas
CC:0502422298

Lector 2
Msc. Yesenia Cabrera
CC: 1716336563

Lector 3
Msc. Ricardo Ureña
CC: 1759181694

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud y reconocimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi, por acogerme y ser parte de ella y formarme profesionalmente.

A los catedráticos quienes han tenido la paciencia y el amor de impartirnos, sus conocimientos todos estos años de estudio, además nos han encaminado a ser grandes profesionales, agradezco sus consejos su apoyo que me han ayudado a culminar mi carrera sin ellos nada hubiera sido posible.

A mis cuatro hermanos quienes han estado siempre ahí, en los peores momentos de mi vida, han sido el eje fundamental para mí, durante todo este tiempo, me apoyaron en las buenas y malas sin esperar nada a cambio.

A mi amiga querida Lourdes Artos, no tengo palabras para agradecerle, todo el apoyo incondicional que me diste cuando yo más necesitaba tú estabas ahí.

Proaño Vite Deysi Lorena

DEDICATORIA

A mi Dios por haberme dado la fuerza, y el don de ser perseverante para alcanzar, mi formación profesional.

A mis padres por ser el pilar fundamental en mi vida, demostrarme su amor y brindarme su apoyo incondicional, el cual me han orientado por el camino correcto, con sus consejos siendo un gran ser humano con principios, gracias por ser como son, ha sido un camino difícil todo este tiempo, pero lo logre gracias a ustedes he llegado hasta donde estoy.

A mi hermano Israel Proaño, a pesar de no tenerte junto a nosotros, estas en mi corazón sé que está en un lugar santo reposando, esto es por ti donde quieras que este, me has enviado muchas bendiciones, para lograr todo esto y tú me cuidas siempre, tú estarás feliz que he culminado mi meta.

Proaño Vite Deysi Lorena

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TÍTULO: “COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA COMUNIDAD LAMPATA CHASQUI”

AUTORA: Proaño Vite Deysi Lorena

RESUMEN

El proyecto de investigación se desarrolló con el propósito de determinar la importancia de la comunicación alternativa en la comunidad de Lampata Chasqui. Considerando como problemática que la comunidad mencionada no tiene una presencia activa y permanente en los medios de comunicación locales, por lo que no puede promocionar sus productos, lugares turísticos, necesidades, problemas sociales, ideologías, costumbres y tradiciones, que les permitan fomentar su desarrollo y progreso comunitario. La metodología aplicada en la investigación se enmarcó en el enfoque cualitativo y cuantitativo, conjugado con el diseño bibliográfico, que permite recoger los fundamentos científicos y técnicos acerca de las variables de investigación y la investigación de campo, que permiten recolectar la información de la comunidad Lampata Chasqui. Las técnicas aplicadas en la investigación fueron la encuesta dirigida a los pobladores de la comunidad y la entrevista dirigida a un comunicador social y a un medio de comunicación local. Los datos aportados por la investigación alcanzaron un impacto social, pues permiten determinar el aporte específico de la comunicación alternativa como estrategia para el desarrollo comunitario, por medio de la promoción y difusión masiva de los atractivos y productos que ofrece la comunidad, así como de sus culturas, tradiciones y fiestas para incentivar la visita de turistas y también como espacio para debatir sus necesidades y opiniones. Los resultados obtenidos en la investigación permiten evidenciar que el 56% de los pobladores considera que a través de los medios de comunicación se puede aportar al desarrollo de la comunidad, del mismo modo el 54% señala que la estrategia de comunicación alternativa más viable sería un programa radial semanal en el que se puedan difundir las necesidades, atractivos turísticos, la cultura y tradición del sector.

Palabras Clave: Comunicación Alternativa, Radio, Cotopaxi, Ecuador, Medios de Comunicación

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TÍTULO: “COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA COMUNIDAD LAMPATA CHASQUI”

AUTORA: Proaño Vite Deysi Lorena

ABSTRACT

The research project was developed with the purpose of determining the importance of alternative communication in the community of Lampata Chasqui. Considering as problematic that the mentioned community does not have an active and permanent presence in the local media, so it can not promote its products, tourist places, needs, social problems, ideologies, customs and traditions, which allow them to promote their development and community progress. The methodology applied in the research was framed in the qualitative and quantitative approach, conjugated with the bibliographic design, which allows to gather the scientific and technical foundations about the variables of research and field research, which allow to collect the information of the Lampata community. Chasqui The techniques applied in the research were the survey directed to the community's inhabitants and the interview directed to a social communicator and a local media. The data provided by the research reached a social impact, because they allow determining the specific contribution of alternative communication as a strategy for community development, through the promotion and massive dissemination of the attractions and products offered by the community, as well as its cultures, traditions and parties to encourage the visit of tourists and also as a space to discuss their needs and opinions. The results obtained in the investigation show that 56% of the inhabitants consider that through the media can contribute to the development of the community, in the same way 54% indicate that the most viable alternative communication strategy would be a weekly radial program in which the needs, tourist attractions, culture and tradition of the sector can be disseminated.

Keywords: Alternative communication, Radio, Cotopaxi, Ecuador, Media.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la señorita de la Carrera de Comunicación Social: **PROAÑO VITE DEYSI LORENA** cuyo título versa “**COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA COMUNIDAD LAMPATA CHASQUI**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, Agosto 2018

Atentamente,

Lic. Nelson Wilfrido Guachinga Chicaiza
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 050324641-5



ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	x
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
6. OBJETIVOS.....	8
6.1. Objetivo General.....	8
6.2 Objetivos Específicos	9
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	10
8.1. ANTECEDENTES	10

8.2. LA COMUNICACIÓN HUMANA	11
8.2.1. Definición de la comunicación	11
8.2.2. Importancia de la comunicación.....	12
8.2.3. Los factores que influyen en los procesos de comunicación.....	13
8.3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	13
8.3.1. Concepto de medio de comunicación.....	13
8.3.2. El rol de los medios de comunicación	13
8.4. LA COMUNICACIÓN Y LA SOCIEDAD	14
8.4.1. Los movimientos sociales y la comunicación	14
8.4.2. Diferencia entre medios convencionales y comunitarios	16
8.5. LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA	17
8.5.1. Definición de comunicación alternativa	17
8.5.2. Importancia de la comunicación alternativa	18
8.5.3. Principales características de la comunicación alternativa.....	19
8.6. LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN EL DESARROLLO COMUNITARIO ...	21
8.6.1. Concepto de Comunidad	21
8.6.2. La función de la comunicación alternativa en el desarrollo comunitario.....	22
9. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS:	22
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
10.1. Enfoque.....	23
10.2 Tipo de Diseño.....	23
10.3. Técnicas	24
10.4. Población y Muestra	25
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	27
11.1. Análisis y discusión de la Encuesta a los habitantes de la comunidad.....	27

11.2. Análisis y discusión de la Entrevista realizada al comunicador social.....	37
11.3. Análisis y discusión de la Entrevista al medio de comunicación Estéreo San Miguel. ..	39
12. IMPACTOS	41
13. PRESUPUESTO.....	41
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
15. BIBLIOGRAFÍA	44
16. ANEXOS	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Conocimiento sobre que es un medio alternativo.....	27
Tabla 2 La comunicación y el desarrollo comunitario.	28
Tabla 3 Acceso a los medios de comunicación.	29
Tabla 4 Medios de comunicación alternativos.	30
Tabla 5 Participación en el proyecto comunicación alternativa.	31
Tabla 6 Necesidades principales del sector	32
Tabla 7 Frecuencia de participación en medios de comunicación.	33
Tabla 8 Existencia de proyectos comunitarios	34
Tabla 9 Frecuencia de noticias relacionadas a la comunidad.	35
Tabla 10 Temas de preferencia.....	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Conocimiento sobre que es un medio alternativo.....	27
Gráfico 2 La comunicación y el desarrollo comunitario.	28
Gráfico 3 Acceso a los medios de comunicación.	29
Gráfico 4 Medios de comunicación alternativos.	30
Gráfico 5 Participación en el proyecto de comunicación alternativa.	31
Gráfico 6 Necesidades principales del sector	32
Gráfico 7 Frecuencia de participación en medios de comunicación.	33
Gráfico 8 Existencia de proyectos	34
Gráfico 9 Frecuencia de noticias relacionadas a la comunidad.	35
Gráfico 10 Temas de preferencia.....	36

ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN II

1. INFORMACIÓN GENERAL

- **Título del Proyecto:**

Comunicación alternativa en la comunidad Lampata Chasqui.

- **Fecha de inicio:** 4 de Abril del 2018
- **Fecha de finalización:** Agosto 2018
- **Lugar de ejecución:** Lampata Chasqui, Panzaleo, Salcedo, Cotopaxi. Zona: 3.
- **Facultad que auspicia:**

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

- **Carrera que auspicia:**

Lic. Comunicación Social

- **Proyecto de Investigación vinculado:**

Proyecto de la carrera de Comunicación Social

- **Equipo de Trabajo:**
- **Tutor:** Ms.C. Lorena Álvarez
- **Investigadora:** Proaño Vite Deysi Lorena

Área de conocimiento:

Humanidades y Artes

Línea de investigación:

Educación comunicación y diseño gráfico para el desarrollo humano social.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Comunicación alternativa y procesos comunicacionales.

2. RESUMEN DEL PROYECTO

La presente investigación se desarrolló en la comunidad de Lampata Chasqui, perteneciente a la parroquia Panzaleo, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, con la finalidad de determinar la percepción de los integrantes de la comunidad en torno a la comunicación alternativa como medio para la difusión de la realidad, las necesidades, ideologías y proyectos comunitarios.

La metodología utilizada tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, complementado con la investigación bibliográfica y de campo, a través de la aplicación de técnicas de investigación, como fueron la encuesta a los miembros de la comunidad y la entrevista a los reconocidos comunicadores sociales de la provincia y el cantón.

Los aportes teóricos y prácticos generados por la presente investigación permitieron evidenciar el deficiente acceso que tienen los pobladores de la comunidad Lampata Chasqui a los medios de comunicación, para difundir sus ideologías, necesidades, productos, tradiciones y manifestaciones culturales, haciendo partícipes a toda la comunidad, de forma que se pueda mejorar el desarrollo y la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

Los beneficiarios de la investigación fueron los habitantes de la comunidad de Lampata Chasqui, perteneciente a la parroquia Panzaleo, cantón Salcedo y los comunicadores sociales de los medios de comunicación que han sido partícipes dentro del presente trabajo de investigación.

Los resultados obtenidos en la presente investigación han permitido articular la necesidad que tienen los pobladores de la comunidad de Lampata Chasqui, con la apertura de los medios de comunicación de la provincia y del cantón para que se pueda viabilizar la creación de espacios concretos de comunicación alternativa, para la participación de los integrantes de esta comunidad del cantón Salcedo.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La investigación acerca de la comunicación alternativa pretende determinar la percepción que tienen los habitantes de la comunidad Lampata Chasqui frente a los procesos de comunicación alternativa, dentro del ámbito cultural, político y económico en la comunidad ubicada en la parroquia Panzaleo del cantón Salcedo, conociendo que los medios de comunicación pueden llegar a ser transformadores de la realidad social, es importante que la comunidad pueda hacer uso de los mismos.

El interés de la presente investigación radica en la apreciación de los medios de comunicación, con un objetivo social, político y económico que contribuya al desarrollo y progreso de la comunidad, así como a la disminución de las brechas sociales a través del ingreso a los sistemas de información de los sectores sociales menos favorecidos.

El proyecto adquiere novedad científica puesto que en esta comunidad no se han realizado investigaciones o propuestas similares que permitan a los habitantes conocer o utilizar de manera activa la comunicación alternativa como medio de difusión de sus prácticas culturales, modos de vida y de producción.

El aporte que busca alcanzar el proyecto de investigación a nivel teórico es exponer importantes conceptos teóricos y científicos que fundamentan la importancia y el rol de los medios de comunicación alternativa en la sociedad actual y en la calidad de vida de los sectores sociales marginados.

La investigación pretende beneficiar de forma general a los 117 habitantes del sector de Lampata Chasqui y a los comunicadores sociales de los medios de comunicación de la provincia de Cotopaxi, debido a que son los principales involucrados en el proceso de comunicación como actores y participantes fundamentales.

La investigación es factible porque cuenta con el apoyo de la comunidad, el acceso es transitable, con vías en buen estado que facilitan el trabajo investigativo.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos de esta investigación son los 117 pobladores de la comunidad Lampata Chasqui del cantón Salcedo, de acuerdo a los datos proporcionados por los dirigentes comunitarios.

BENEFICIARIOS DIRECTOS	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Habitantes de la comunidad Lampata Chasqui	117
Total	117

Fuente: Dirigentes comunitarios

Elaborado por: Proaño, Deysi

Beneficiarios Indirectos

Los beneficiarios indirectos son los medios de comunicación Estéreo San Miguel, Radio Latacunga y los profesionales de la comunicación que laboran en los mismos.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo investigativo aborda la necesidad de aprovechar los medios de comunicación a través del fomento de la comunicación alternativa, dando a conocer la cultura, las tradiciones, creando una memoria histórica de la comunidad que permita fortalecer su identidad cultural y mejorar su calidad de vida. Ante ello, Corrales y Hernández (2009) señalan:

La comunicación humana depende de los factores económicos, políticos y sociales, y la comunicación alternativa no es la excepción. Por su parte, pareciera ser la opción que surge de y para la comunidad; se origina en las mentes de individuos que, inspirados por la realidad, proponen una mirada ajena a la del poder, que por lo regular resulta más crítica que la difundida por los medios tradicionales y controlados. (p. 5)

Dentro de los procesos de comunicación inciden factores económicos y sociales

principalmente, pues sirve como medio para la difusión de productos y el movimiento económico de la sociedad, políticos y sociales, así como también para la difusión de ideas y contenidos que permiten fortalecer o confrontar las relaciones de dominancia de poder.

En el mismo sentido se puede afirmar que, la comunicación responde a un objetivo específico por el cual se elabora un mensaje direccionado hacia un público objetivo, es por este motivo que los mensajes que transmite la comunicación o los medios de comunicación están acordes con los lineamientos ideológicos de sus propietarios. Acerca del origen de la comunicación alternativa Fernández (2013) menciona:

En la década de 1970 empezó a perfilarse en América Latina, otra propuesta alternativa de articulación de los medios en los procesos de desarrollo: los medios populares, educativos, comunitarios y alternativos. En contraste con las teorías centradas en la difusión masiva y unidireccional de información para la modificación de comportamientos, abogaba por una perspectiva participativa y emancipadora de la comunicación. (p. 142)

En consecuencia, el auge de la comunicación alternativa en América Latina surge como respuesta de la agobiante realidad social de la época, las dictaduras, la guerra civil, el genocidio, la globalización, el monopolio y la creciente crisis económica generó que muchos sectores, movimientos y actores sociales pusieran en la palestra del debate la necesidad de generar una alternativa de comunicación que responda a los intereses de las clases sociales marginadas. Así mismo Rodríguez manifiesta:

Entonces, la comunicación alternativa como término y fenómeno de estudio, surge a partir del interés de estudiosos de la comunicación en los años 80's por realizar investigaciones sobre medios comunitarios, medios alternativos, medios ciudadanos y comunicación alternativa en general, es decir todo aquello que, desde la comunicación para el cambio social, tiene que ver con organizaciones populares y movimientos sociales. (Rodríguez, 2010, p. 32)

Todos estos conjuntos de alternativas dentro de la comunicación convencional responden a la creciente lucha de clases de la sociedad, los burgueses y los proletarios, cada uno de ellos buscando adeptos a sus lineamientos ideológicos y para ello utilizan la comunicación de masas.

Los grupos sociales que ejercen control sobre los recursos informativos y comunicacionales, pueden hacer uso de los mismos en relación directa de sus necesidades e intereses. Por otro lado, existen movimientos sociales encabezando la propuesta de una comunicación alternativa basada en un cambio en la dominancia del poder, una redistribución social más justa y

equitativa, en pos de alcanzar la igualdad social.

En el Ecuador la propuesta de la comunicación alternativa se sustenta en el marco legal de la Constitución Política del Ecuador en el que la Asamblea Nacional (2008) señala:

Artículo 16. Se habla del derecho de todas las personas a: La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias. (p. 12)

Desde la Carta Magna ecuatoriana se respalda el derecho de todas las personas a la igualdad para acceso y uso de los medios de comunicación, por lo que posteriormente se señala en la Ley Orgánica de Comunicación la distribución de frecuencias a las que se rige el país. La Asamblea Nacional (2013) en la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada en 2013, contiene:

Artículo 106. Establece que: las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios. (p. 19)

Desde esta perspectiva se busca alcanzar una redistribución equitativa de las frecuencias de radio y televisión dentro del territorio nacional, buscando de esta manera generar el espacio propicio para que los sectores otros sectores sociales tengan la oportunidad de acceder a una frecuencia sea de radio o televisión para la difusión de sus ideas, cultura, tradiciones, promoción de productos, entre otras. Montesdeoca (2016) señala. “Hasta enero de 2014 estaban registrados en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación 1; 146 medios de comunicación, de los cuales 1 048 eran privados, 63 públicos, 35 comunitarios y cinco agencias de noticias” (p. 27). De aquello se evidencia la notable dominancia del sector privado dentro de los medios de comunicación.

Congruentemente Carrión (2007) afirma:

En el Ecuador existen 42 emisoras de radio, denominadas comunitarias o populares, entre fraternas y afiliadas, a siete redes que se agrupan en la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE): Red Amazónica, Red Kichwa, Congreso de Comunicación, Valores y Desarrollo Social. retos para la universidad del siglo XXI, Red Binacional, Red Migración, Red de Niños, Niñas y Adolescentes, Red Ambiental y Red Informativa Nacional. La cobertura de estas emisoras llega a 21 provincias del país en un 30% a la población urbana y un 60% a la rural. (p. 45)

Las estaciones de radio que se alinean con la comunicación alternativa han tenido un mayor auge, en comparación con los canales de televisión que optan por esta alternativa, por lo cual la comunicación alternativa se ha desarrollado y alcanzado mejores resultados en el uso de frecuencias de radio.

Esta es una realidad latente tanto a nivel nacional, como en cada una de sus provincias en las que los medios de comunicación alternativos son escasos y los grupos sociales, las comunidades, los grupos étnicos minoritarios casi no tienen acceso al uso de los medios de comunicación.

La apertura dada por la Constitución y por la primera Ley Orgánica de Comunicación Social, constituye una oportunidad para los pueblos, las organizaciones sociales, indígenas y campesinas, que pueden acceder, teóricamente, a una gran cantidad de frecuencias, de manera paulatina, pues de las cerca de 1200 frecuencias existentes, unas 400 deberían destinarse a los medios comunitarios.

Montesdeoca (2016) recalca. “La tarea del cambio recae sobre los comunicadores y comunicadoras, pero también es responsabilidad de la academia. La discusión no es tecnológica o sólo de aprendizajes, es ideológica y política, pues el tema central está en la producción de mensajes” (p. 31).

En la provincia de Cotopaxi, los medios de comunicación como: televisión y prensa escrita, se concentran en difundir noticias de interés político y de carácter comercial, a través de un intercambio monetario con las empresas que desean difundir sus productos y servicios por medio de los diferentes canales de comunicación.

El medio alternativo es una herramienta que conoce de los problemas y necesidades de la comunidad para buscar las soluciones a través del sin número de alternativas en bienestar de los pueblos.

Aimacaña (2017) indica:

TV MICC es el primer canal de televisión indígena comunitario que cuenta con una programación orientada a destacar los valores culturales, sociales y organizativos de los pueblos y nacionalidades indígenas, también cuenta con reportajes especiales y documentales inherentes a las actividades de estas comunidades dirigidas por periodistas indígenas. (p. 8)

La comunidad Lampata Chasqui, ubicada en el cantón Salcedo de la provincia de Cotopaxi,

carece del acceso y la utilización activa de un medio de comunicación alternativo que les permita dar a conocer la riqueza cultural, el conjunto de tradiciones y el patrimonio intangible que poseen. Los moradores de la comunidad, no poseen un espacio de expresión donde puedan debatir, analizar los problemas a nivel del sector, sus necesidades, avances y retrocesos para la integración comunitaria y el bienestar social.

En el cantón Salcedo existen principalmente cuatro medios de comunicación que realizan la cobertura en los principales sucesos noticiosos y los dan a conocer a nivel local, entre ellos se encuentra Radio San Miguel 98.1FM, Radio Brisa 95.3 FM, el periódico Vanguardia que se imprime dos veces por semana y el periódico Salcedo al día de entrega de forma semanal y gratuita. En estos medios de comunicación se abarcan las noticias a nivel cantonal y provincial de importancia para la comunidad, sin embargo, no existen espacios específicos para el desarrollo de la comunicación alternativa que brinde espacios específicos a las comunidades del sector.

Se hace indispensable fomentar para la comunidad, un medio alternativo, un espacio para el diálogo, el debate, la unidad comunitaria y la posibilidad de ejercer su derecho a la libertad de expresión en categorías como territorio, autonomía y cultura, deben incluirse en medios de comunicación alternativa para pueblos indígenas, los debates deben rescatar el sentido de los lugares étnicos, la geografía sectorizada y diferencias establecidas desde una lógica comunitaria.

Una comunicación propia, basada en el respeto a las dinámicas y procesos organizativos y medios óptimos para la resiliencia cultural; la recuperación de la memoria histórica, de la memoria colectiva.

¿De qué forma percibe la comunidad de Lampata Chasqui los procesos de comunicación alternativa?

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

Determinar de qué manera la comunidad Lampata Chasqui percibe los procesos de comunicación alternativa.

6.2 Objetivos Específicos

- ✓ Fundamentar el aporte de la comunicación alternativa en el desarrollo comunitario a través de conceptos y teorías científicas.
- ✓ Diagnosticar los problemas existentes acerca del acceso y la utilización de la comunicación alternativa por parte de los miembros de la comunidad.
- ✓ Sistematizar la información recolectada para establecer las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

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

Objetivos Específicos	Actividades	Resultado de la actividad	Técnicas e instrumentos
Fundamentar el aporte de la comunicación alternativa en el desarrollo comunitario a través de conceptos y teorías científicas.	Búsqueda de información bibliográfica Selección de fuentes primarias y secundarias Caracterización de las categorías principales	Definiciones conceptuales a partir de la construcción del conocimiento en base a referencias teóricas, sobre las categorías comunicación alternativa.	Búsqueda bibliográfica Ficha técnica
Diagnosticar los problemas existentes acerca del acceso y la utilización de la comunicación alternativa por parte de los miembros de la comunidad a través de la aplicación de técnicas de investigación.	Operacionalización de Variables Determinación de instrumentos de investigación Selección de la población y muestra Aplicación de los instrumentos Tabulación y codificación Análisis e interpretación de resultados Validación de la propuesta	Diseño, elaboración y aplicación de instrumentos en la investigación de campo.	Encuesta Miembros de la Comunidad. Entrevistas (expertos en comunicación alternativa)

Sistematizar la información recolectada para establecer las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.	Elaboración de tablas y gráficos estadísticos. Análisis y discusión de resultados.	Diseño del medio alternativo	Metodología cualitativa Metodología cuantitativa
--	---	------------------------------	---

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

La fundamentación científico técnica de la presente investigación se centra en la presentación de los conceptos teóricos que atañen a los procesos de comunicación humana, los medios de comunicación, la relación entre la comunicación y la sociedad, la comunicación alternativa y su aporte al desarrollo comunitario, partiendo del hecho de que la comunicación es un instrumento para la difusión de ideas y contenidos relacionados íntimamente con la dominancia de poder, ya sea para mantenerlo o abolirlo desde la comunicación de masas, es necesario que se aproveche la comunicación alternativa para promover el desarrollo comunitario.

8.1. ANTECEDENTES

Luego de revisar la bibliografía, se han encontrado los siguientes trabajos relacionados con la temática de la investigación.

López (2008), en su investigación titulada Comunicación alternativa en relación al conocimiento de la pobreza y exclusión social, en la aldea los Cubes, Palencia de Guatemala, aborda la temática de los proceso de comunicación vertical orientados a mantener las relaciones dominantes de poder, ocultando y dejando de lado las más ahondadas problemáticas sociales como la pobreza y exclusión social. Como conclusiones de esta investigación se presentan:

Hay un reconocimiento alto en la percepción de los comunitarios acerca de la importancia de la comunicación como mecanismo de relacionamiento social en el ámbito de la organización y participación. Se ha optado por diferentes medios de comunicación alternativos que van desde el vocero, la nota circular, hasta la implementación de recursos comunicativos cuya utilidad y cobertura en la diseminación del mensaje genera una mayor penetración dentro de la comunidad, como es el caso del altavoz. (p. 87)

En tal virtud, la estrategia utilizada en la investigación fue la de la creación de medios de comunicación alternativa que permitan un mayor grado de interacción entre los miembros de la

comunidad, como espacio para el debate y socialización de los acontecimientos y problemáticas locales, sin embargo, la comunicación alternativa debe ser considerada también como una herramienta no solo para la información interna de la comunidad sino para difundir su cultura en el seno social.

Sabrera (2002), en su trabajo acerca de la Radio Comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el distrito de San Martín de Porras, busca dar a conocer la trascendencia que tiene las radios comunitarias de los mercados en la sociedad como medios de expresión de los pueblos para rescatar lo sustancial y lo propio, y no ser asfixiados por la globalización. Las conclusiones de este trabajo son:

- 1) La radio comunitaria en los mercados del distrito de San Martín de Porres aparece como alternativa frente a otras formas tradicionales de comunicación.
- 2) Son medios que están diseñados para dar respuesta a las diversas inquietudes de un barrio, de un distrito que nace, crece y se desarrolla.
- 3) La radio comunitaria en San Martín de Porres surge como una necesidad de comunicarse, posteriormente se convierte en un medio de comunicación local interesante. (p. 117)

Con base en lo citado se observa que, la propuesta del trabajo de investigación permitió afirmar el rol positivo de la radio comunitaria como medio de expresión, difusión, participación y democratización de los medios de comunicación que aportó al desarrollo de la comunidad.

8.2. LA COMUNICACIÓN HUMANA

8.2.1. Definición de la comunicación

Soledad Sabrera (2002) menciona que:

Etimológicamente la palabra “comunicación” viene del latín “comunicare”. Según el Diccionario de la Real Academia Española. Comunicar significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”, también se entiende como el intercambio de palabras y mensajes, así como de pensamientos y opiniones; la comunicación es en nuestra vida la unión con la sociedad. (p.33)

Con base en lo citado se afirma que, la comunicación es un proceso de intercambio informativo entre sus participantes, este proceso involucra necesariamente la participación de más de una persona, por lo que se considera como un proceso colectivo, un proceso de masas, en el cual influyen factores, sociales, políticos y culturales del entorno.

Kaplun (1987) evoca:

La comunicación es el arte de provocar significados y producir comportamientos; es suscitar cambios en el pensamiento, sentimiento y la acción de las personas humanas. Comunicar es emitir mensajes con la definitiva intención de lograr que las personas se comporten de un cierto modo en particular ó más exactamente aún, es producir estos comportamientos mediante la emisión de mensajes. (p. 69)

De las definiciones conceptuales abstraídas, se evidencia que en cada definición se mantiene la emisión y recepción de mensajes como pieza clave del acto de comunicación, esta trasmisión de información de una persona o grupo de personas hacia los demás es la parte central de la comunicación.

Para que exista comunicación deben existir el emisor, el receptor y el mensaje, si falta alguno de estos elementos el proceso de la comunicación no se puede llevar a cabo. Cada persona tiene su propia ideología y pensamiento por lo cual el mensaje que emite será estructurado congruentemente con sus pensamientos.

8.2.2. Importancia de la comunicación

Sabrera (2002) considera:

La comunicación es esencial, en el éxito de nuestra vida depende de la capacidad que poseemos para comunicarnos, nuestras ideas, nuestros sentimientos, para acoger, apreciar y recibir las comunicaciones. La verdadera Comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio pasan de la existencia individual a la existencia social comunitaria. (p. 34)

La importancia de la comunicación radica entonces, en su capacidad para interrelacionar a las personas, conocer y conocerse a través de las redes de información proporcionada por los procesos de comunicación.

La humanidad está conformada por una amplia gama de grupos sociales, cada uno con sus propias características, ideas, pensamientos y sentimientos, por lo que los procesos de comunicación permiten que estos grupos se conozcan entre sí, que estén informados de los sucesos importantes que se producen a su alrededor y puedan crear sus propios juicios de valor.

8.2.3. Los factores que influyen en los procesos de comunicación

Existen diversos factores que inciden de forma directa en los procesos de comunicación. Corrales y Hernández (2009) adulen. “Existen factores económicos, políticos y sociales” (p. 5).

Estos factores están indiscutiblemente ligados a las relaciones de poder, las clases dominantes tienen mayores recursos económicos por lo que pueden acceder a las tecnologías necesarias para la creación de sus propios medios de comunicación y a través de ellos difundir sus pensamientos e ideologías, mostrar al mundo solo la información de su conveniencia.

En el contexto actual, con la persistente lucha de clases a nivel mundial la comunicación y los medios de comunicación han tenido que tomar parte dentro de esta contienda, y está claro que, en su mayoría, responden a los intereses de las clases sociales dominantes, pues son estas las dueñas del mayor porcentaje de medios de comunicación, por lo que dentro de los medios de comunicación se restringe el acceso y participación de los grupos sociales marginados, excluidos y minoritarios.

8.3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

8.3.1. Concepto de medio de comunicación

Los medios de comunicación, a juicio de Hamilton (2000) refiere. “Los medios se refieren a los instrumentos técnicos y físicos mediante los cuales las personas pueden expresarse” (p. 367). Por ende, los medios de comunicación son los canales por los que el emisor transmite el mensaje hacia el receptor.

En la actualidad con el desarrollo tecnológico los medios de comunicación se han ido diversificando, tal es el caso de que actualmente, el proceso comunicativo se realiza a través de canales como la radio, la televisión, los medios impresos, el periódico, las hojas volantes, y en el mundo del internet, por medio de blogs, redes sociales, chats, foros, entre otros. Por medio de los cuales la sociedad, los grupos y las personas mantienen un intercambio informativo.

8.3.2. El rol de los medios de comunicación

Los medios de comunicación como trasmisores de los mensajes relevantes en el seno de la

sociedad cumplen un rol de fundamental. Leal (1999) afirma: “los medios pueden generar en la comunidad diferentes matrices de opinión y de representaciones en torno a las noticias que publican” (p. 392).

La información que emite el medio de comunicación genera un impacto directo en la opinión pública, por ello, es importante que los medios de comunicación tengan responsabilidad social, que la información sea contrastada. Van Dijk (1991) menciona:

En particular, el discurso de los mass media ejerce un significativo impacto a nivel actitudinal, cognoscitivo e ideológico y determina de ese modo los marcos interpretativos que los individuos aplican para la comprensión de los acontecimientos sociales, políticos, económicos, culturales. (p. 155)

Los mensajes que emiten los medios de comunicación deben estructurarse con un carácter informativo, a fin de dar a conocer acerca de alguna noticia a la comunidad, la información que se transmite en ellos es de carácter, social, cultural, político, religioso, de recreación, por lo que genera respuestas en el mismo sentido.

Los medios de comunicación masivos tienen un amplio radio de acción de la información que difunden, diariamente miles de personas se ven influenciadas por los mensajes que en ellos se transmiten, por ello con bastante utilizados para la difusión de mensajes publicitarios enfocados a persuadir a la población para la adquisición de algún producto o servicio.

Gutiérrez, Rodríguez y Camino (2010) indican. “Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen” (p. 270).

Es por este motivo que los grupos de poder se han centrado en la obtención y manejo de los medios de comunicación, que como se exponía en un inicio actualmente son en su mayoría privados, pertenecientes a personas o grupos de un alto poder económico y político y que utilizan estos medios de comunicación para reproducir sus ideas y pensamientos.

8.4. LA COMUNICACIÓN Y LA SOCIEDAD

8.4.1. Los movimientos sociales y la comunicación

La sociedad dentro de su seno alberga a diferentes movimientos sociales, cada uno de los cuales

tienen intereses comunes entre sus miembros, y los canales de comunicación se han convertido para ellos en un poderoso instrumento de réplica de sus ideas y propuestas. Carraro (2000) manifiesta:

Para los nuevos movimientos sociales la comunicación ha adquirido una mayor importancia, se intuye que para cumplir sus objetivos ya no basta con contar con una organización adecuada, ser independientes económicamente, tener unos objetivos justos y contar con una situación social favorable, es indispensable incidir en la opinión pública. (p. 362)

Cada movimiento social busca permanentemente incrementar su número de adeptos para tener un mayor poder social, y para ello precisamente utilizan diferentes medios de comunicación, que den a conocer sus objetivos, valores, fundamentos, principios, propuestas, hacia la sociedad en general, para que más personas se identifiquen con sus intereses.

Hernández & Chaguaceda (2013) consideran. “Las redes de la sociedad civil involucradas en luchas contra hegemónicas, aprovechan estos medios alternativos, ciudadanos y radicales como un mecanismo de resistencia y difusión de sus demandas y visiones, dentro de las distintas posibilidades que ofrece la comunicación alternativa” (p. 67). Como parte de la lucha de clases, aquellos grupos sociales que buscan un cambio en la dominancia de poder buscan permanentemente incrementar su participación en los medios de comunicación para difundir su ideología.

Para los grupos contra hegemónicos es difícil hacer uso de los medios de comunicación privados, pues no tienen libertad de acceso y expresión dentro de estos, por lo que han utilizado otros medios alternativos para la comunicación de masas, en momentos históricos como las guerras civiles estos grupos utilizaron periódicos clandestinos que se distribuían de forma en algunos casos incluso de manera ilegal para contrarrestar la superestructura del poder político y económico.

Navarro (2008) señala que:

La concentración de los medios de comunicación por parte de algunos grupos de poder se dio porque las clases dominantes se dieron cuenta que: no bastaba el control del poder económico, era indispensable poseer y controlar también todos los medios e instrumentos de información, para avanzar en el control ideológico, a través de la manipulación de la opinión pública. (p. 56)

El poder de la comunicación dentro de la sociedad es reconocido desde hace muchos años atrás,

por ello los sectores dominantes se han preocupado de mantener el control absoluto sobre los diferentes canales de transmisión de la comunicación, por ello han adquirido canales de televisión, y frecuencias de radio durante las últimas décadas.

8.4.2. Diferencia entre medios convencionales y comunitarios

Desde el enfoque social y político principalmente se establecen ciertas diferencias entre los denominados medios de comunicación convencionales y los medios de comunicación comunitarios. Carraro (2000) menciona. “Los medios de comunicación convencionales han continuado su tendencia a la monopolización y uniformidad” (p. 362).

Como respuesta a los intereses de sus propietarios, estos medios de comunicación buscan mantener la relación actual de dominancia de poder, caracterizada por la distribución inequitativa de la riqueza, la apropiación privada de los medios de producción y la explotación.

En tanto que, los medios comunitarios buscan establecer una nueva producción de la información, la utilización del medio de comunicación como instrumento para el fortalecimiento de la identidad cultural y del desarrollo comunitario de los pueblos y grupos humanos marginados y excluidos.

Hernández y Chaguaceda (2013) añaden:

Desde esa perspectiva, debemos entender que los recursos –como los instrumentos técnicos y físicos, que utilizan los medios alternativos de comunicación– son casi los mismos que los utilizados por los medios convencionales. La diferencia radica, entonces, en la producción del tipo de comunicación y el contenido discursivo que ofrecen y que se distingue, respecto de los medios convencionales, en los objetivos perseguidos, la integración con un sector particular de la sociedad –por lo general excluido o víctima de asimetrías–, así como los mecanismos horizontales y democráticos de acceso y participación en la producción y gestión comunicativas a las que otros ciudadanos puedan tener acceso. (p. 68)

En tal virtud, la diferencia entre los medios convencionales no radica en los instrumentos o los canales a través de los cuales se distribuye la información, sino, en los objetivos que persigue cada medio, ya sea a mantener el statu quo actual u los orientados a abolirlo para construir una sociedad más justa, equitativa y solidaria.

La comunicación comunitaria busca entonces incluir a los sectores marginados, aislados, olvidados de la sociedad, dentro de los procesos informativos, que a través de los medios de

comunicación se propaguen sus ideas, se den a conocer sus opiniones, sus problemáticas, sus necesidades, se muestren ante el mundo con su cultura, tradiciones, costumbres y estilos de vida.

8.5. LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

8.5.1. Definición de comunicación alternativa

Existen diversas concepciones en tanto a lo que se refiere la comunicación alternativa y los medios de comunicación alternativa.

Por cuanto Rodríguez (2010) señala: “al término académico, medios ciudadanos pertenece a una familia extensa de conceptos entre los que cabe incluir medios comunitarios, medios alternativos, medios autónomos, medios participativos y medios radicales, entre otros” (p.12).

Hace poco, Benjamin Ferron enumeró los siguientes términos que se utilizan actualmente para nombrar las numerosas iniciativas de medios de comunicación alternativos: “medios alternativos, radicales, ciudadanos, marginales, participativos, de contra información, paralelos, comunitarios, un derground, populares, libres, disidentes, de resistencia, piratas, clandestinos, autónomos, jóvenes y micromedios” (p. 14).

Las discusiones conceptuales en torno a la definición de la terminología correspondiente han generado una gama de términos para referirse a procesos comunicativos que varían de lo convencional.

Desde el enfoque político, la comunicación alternativa se constituye como una propuesta innovadora de carácter social que busca incentivar a la participación de las comunidades y grupos sociales excluidos dentro de los procesos de producción y difusión de la información.

Amarac (2008) afirma que un medio de comunicación alternativo:

Es aquel que da voz a los que no la tienen, que sirve como vocero de los marginados y es el corazón de la comunicación y de los procesos democráticos en las sociedades, son propiedad de una organización constituida sin fines de lucro, constituida por miembros de una comunidad y su programación se basa en el acceso y la participación comunitaria, refleja los intereses y necesidades especiales de los oyentes. (p. 138)

Por consiguiente, la comunicación alternativa hace referencia tanto al objetivo del proceso

comunicativo como a los instrumentos o canales para la distribución de a información, en estos medios de comunicación se busca un nivel de participación alto de los miembros de grupos sociales o de comunidades para que puedan expresarse, opinar y conocer acerca de la situación social, económica, política, cultural y religiosa de su entorno.

Lewis (1995) sostiene que:

La comunicación alternativa, es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los más utilizados. En esta práctica alternativa, hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y a sus implicaciones sociales. (p. 12)

Es importante reconocer que la comunicación alternativa busca explorar nuevos caminos dentro de la comunicación de masas, permitiendo que grupos minoritarios puedan acceder al derecho a la comunicación y a la libertad de expresión, contrarrestando los efectos de una comunicación hegemónica al servicio de los grupos de poder.

Hernández & Chaguacedan (2013) indican:

Los medios alternativos de comunicación son espacios que están (o buscan estar) fuera del alcance de los intereses y redes de la institucionalidad gubernamental o los actores económicos del mercado. Básicamente no requieren de financiamiento o apoyo gubernamental o comercial para llevar a cabo su labor comunicacional ya que, generalmente, el sostenimiento del espacio se basa en la autogestión y corre a cargo de los responsables de cada proyecto. (p. 65)

En tal virtud los medios de comunicación alternativa son aquellos que responden a los intereses de la comunicación alternativa, a diferencia de los medios públicos no requieren necesariamente de un apoyo gubernamental, se caracterizan por el alto nivel de organización de las comunidades y el compromiso de las mismas para el fortalecimiento de la comunicación.

La creación de medios de comunicación alternativa responde a las necesidades sociales del sector, prioriza la participación comunitaria en los procesos de producción y difusión de la información.

8.5.2. Importancia de la comunicación alternativa

Hernández & Chaguaceda (2013) consideran:

La existencia de los medios de comunicación alternativa es importante dentro de los

regímenes políticos, tanto democráticos como autoritarios; toda vez que en los medios de comunicación convencionales se dedican a reproducir el discurso del gobierno y la lógica de sectores empresariales, difícilmente se someten a la rendición de cuentas y generalmente se adhieren a la multiplicación de los discursos hegemónicos. (p. 66)

El incremento de los medios de comunicación alternativa permite incrementar la participación de los sectores minoritarios y excluidos dentro de la vida social y política del país, por ende, incrementa el nivel de discusión, debate y conciencia social, mejorando la democracia y la integración social.

Congruentemente, Kaplún (1998) asevera:

La virtud que muestran los medios alternativos comunitarios radica en su capacidad de hacer posible un empoderamiento a partir de la defensa de rasgos, fines y necesidades que les son muy particulares a la comunidad matriz. La comunicación surge de un proceso que involucra un código entendible para todos sus miembros, que a su vez fomenta el desarrollo y mantenimiento de las prácticas que les distinguen de las demás comunidades, volviéndose una zona de refugio ante la influencia de los medios hegemónicos convencionales. (p. 50)

La participación de la comunidad dentro de la producción de información permite que los habitantes de la comunidad se mantengan informados sobre los principales acontecimientos de su sector, puedan dar a conocer a la sociedad en general sus intereses y problemáticas y que se involucren de forma activa dentro de la vida social y política del sector.

De esta forma se va fortaleciendo la identidad cultural, pues la programación se enfoca al rescate de la cultura y tradiciones, y en los habitantes surge un mayor empoderamiento de sus raíces y los valores de su comunidad.

Esto a su vez permite mejorar la movilidad económica, pues pueden dar a conocer sus productos y servicios, incrementando su mercado laboral y de consumidores para mejorar su calidad de vida.

8.5.3. Principales características de la comunicación alternativa

Las principales características de un medio de comunicación alternativa son:

Propósito: Razón de ser	Los medios alternativos nacen de una necesidad social, ya sea educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc. Invitan a la movilización social, y su razón de ser es promover y
--------------------------------	---

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

Fuente Corrales & Hernández (2009). La comunicación alternativa en nuestros días, p. 9.

Estas características señaladas por las autoras, evidencian que los medios de comunicación alternativa deben ser la respuesta activa a la necesidad de un grupo excluido de ser escuchados, ser conocidos y participar a través de la comunicación.

La principal característica de la comunicación alternativa es la búsqueda de un mayor nivel de conciencia y participación social de los sectores excluidos, pues este es el principal eje para un cambio social.

8.6. LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN EL DESARROLLO COMUNITARIO

8.6.1. Concepto de Comunidad

Es preciso primeramente definir el concepto de comunidad a fin de establecer de manera específica e grupo de acción de la comunicación alternativa. Para ello, Causse (2009) señala:

Las definiciones de comunidad más actuales hacen énfasis en dos elementos claves: los estructurales y los funcionales, aunque hay otro grupo que combina ambos tipos. Los elementos estructurales se refieren a la consideración de la comunidad como un grupo geográficamente localizado regido por organizaciones o instituciones de carácter político, social y económico. (p. 13)

La comunidad entonces puede definirse como un grupo de personas que confluyen en una misma ubicación geográfica, que tienen su propio sistema de organización y funcionamiento, como es el caso de la comunidad Lampata Chasqui, del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, en la cual sus habitantes tienen sus dirigentes y su propio sistema de normas que garantizan su convivencia armónica.

Por su parte Socarrás (2004) define. “La comunidad es algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos” (p.177).

Con base en lo citado se reconoce que, la comunidad no solo se une por el espacio territorial, sino por sus objetivos e intereses, así como el sentido de pertenencia, que permiten trabajar en conjunto para alcanzar objetivos comunes y el bienestar de todos los habitantes de la comunidad.

8.6.2. La función de la comunicación alternativa en el desarrollo comunitario

Hernández & Chaguaceda (2013) señalan. “Aquí concebimos lo comunitario como una unidad de organización social y horizontal, que posee un proyecto común dedicado a lograr un cambio social, así como a mantener las condiciones de autonomía e identidad social, política, cultural” (p. 68).

En tal sentido la función de la comunicación alternativa es responder a los objetivos e intereses de las organizaciones sociales y comunitarias, apoyar desde los procesos informativos el proyecto de desarrollo y bienestar de los miembros de la comunidad.

Ayala y Bello (2007) consideran:

El elemento que determina a los medios alternativos es que se encuentran inmersos en un lugar y enfrentándose a lo dominante, lo cual se verá reflejado en determinadas características relacionadas con la organización y estructura del medio, formas de gestión, relación entre los emisores y receptores, contenidos y financiación. (p. 21)

El rol que van a cumplir los medios de comunicación alternativa, es contribuir al fomento de la participación comunitaria en los procesos de producción de información, esta participación permitirá forjar la consciencia social de este conglomerado de personas haciéndolos partícipes de los hechos sociales y políticos del sector.

9. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS:

¿Qué fundamentos teóricos permiten sustentar el aporte de la comunicación alternativa al desarrollo comunitario?

¿De qué manera la comunidad Lampata Chasqui percibe los procesos de comunicación alternativa?

¿Cómo se puede mejorar la participación de la comunidad en la comunicación alternativa?

10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

10.1. Enfoque

El enfoque aplicado en la presente investigación es de tipo cualitativo y cuantitativo:

Investigación Cualitativa

Campos (2009) manifiesta. “El método de la investigación cualitativa recurre a reflexiones discursivas realizadas a partir de la información obtenida” (p. 16).

La investigación cualitativa ha permitido analizar el problema desde una perspectiva global, para determinar el rol de la comunicación alternativa para el desarrollo político, económico y cultural para el desarrollo comunitario, sustentando estas aseveraciones, con bases científicas y teóricas.

Investigación Cuantitativa

Hernández, Fernández, & Baptista (2010), mencionan. “El enfoque cuantitativo, usa la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.4).

La investigación cuantitativa permite, con base en datos concretos, determinar las principales falencias y dificultades que tienen los pobladores de la comunidad para participar, por medio de la comunicación alternativa, a toda la sociedad y difundir su cultura, sus necesidades, sus productos e ideologías, que le permitan fortalecer su desarrollo.

10.2 Tipo de Diseño

El diseño investigativo aplicado es la investigación bibliográfica y de campo:

Diseño Bibliográfico:

Quintana (2006) señala que:

La exploración de la literatura, se constituye en un referente teórico que sirve de guía indicativa y provisional para apoyar la construcción conceptual. En consecuencia, la lectura correspondiente es de naturaleza crítica y selectiva, donde el investigador extrae

sus propias conclusiones y mantiene la atención sobre los aspectos que resultan atinentes al tópico de investigación planteado y a los hallazgos realizados en el proceso. (p. 55)

El diseño bibliográfico se ha utilizado para la abstracción de la información científica y técnica, acerca de las variables de la investigación, que son la comunicación alternativa y el desarrollo comunitario, para determinar el aporte de este tipo de comunicación en el desarrollo económico, político y cultural del sector.

La información se ha obtenido de libros, revistas, artículos, periódicos, publicaciones de distinta índole que guardan relación con el tema investigado, para elaborar un constructo teórico sólido.

Diseño de Campo:

Acerca de la investigación de campo, Jiménez (1998) afirma. “Se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador” (p.24)

La investigación se campo ha permitido evidenciar, por parte de la investigadora, las principales deficiencias y necesidades de los habitantes del sector, para lo cual se ha analizado a profundidad la comunicación alternativa como un medio para la participación activa de los pobladores del sector en el camino de mejorar las condiciones de vida de la población. De esta forma se pueden reconocer directamente los aspectos de acción, en los cuales la comunicación alternativa, puede aportar directamente.

10.3. Técnicas

Las técnicas de investigación aplicadas en la investigación son la encuesta y la entrevista.

Técnica:

Encuesta

López y Fachelli (2015) definen. “La encuesta es una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (p. 8).

La técnica de la encuesta se aplicó dado el número de pobladores, por ser amplio requiere de una técnica que permita agrupar en tendencias, las apreciaciones y opiniones de los pobladores de la comunidad Lampata Chasqui y determinar la situación actual del acceso y utilización por parte de los habitantes a los diferentes medios de comunicación local, así como las expectativas de los mismos con respecto al uso de la comunicación alternativa para el desarrollo comunitario.

Entrevista

Behar (2008) define la entrevista como:

Una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. (p. 55)

Las entrevistas para la investigación se realizaron a los propietarios de los medios de comunicación como:

- MSc. Eduardo Guerrero
- Lic. Miguel Tello

La técnica de la entrevista se aplicó para caracterizar el acceso y la participación que tienen actualmente los miembros de la comunidad Lampata Chasqui, del cantón Panzaleo, en la radio San Miguel del cantón Salcedo y en Radio Latacunga.

10.4. Población y Muestra

La población objeto de estudio se encuentra conformada por 117 habitantes de la comunidad y 4 comunicadores sociales, por ser la población mayor a 100 participantes se aplica la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N - 1) + 1}$$

Donde N es la población= 117 pobladores

E= Error Admisible, constante 0,05

A= constante de cálculo

De donde se obtiene que:

$$n = \frac{117}{(0,05)^2 (117 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{117}{(0,0025) (116) + 1}$$

$$n = \frac{117}{1,29}$$

$$n = 90$$

Siendo la muestra que equivale a 90 habitantes de la comunidad.

Descripción	Población	Muestra
Habitantes de la comunidad Lampata Chasqui	117	90
Medios de comunicación local	2	2
<u>TOTAL</u>	<u>219</u>	<u>92</u>

Elaborado por: Proaño, Deysi

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

11.1. Análisis y discusión de la Encuesta a los habitantes de la comunidad

Encuesta a los habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui

Pregunta 1.- ¿Conoce lo que es un medio alternativo?

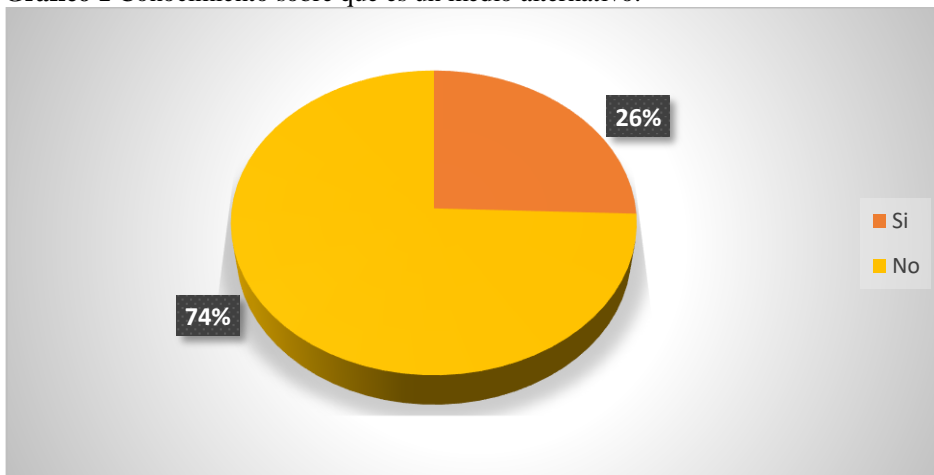
Tabla 1 Conocimiento sobre que es un medio alternativo.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	26%
No	67	74%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 1 Conocimiento sobre que es un medio alternativo.



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

En referencia a la pregunta 1 los resultados obtenidos son, el 26% de habitantes aseguran que, si conocen que es un medio alternativo, mientras que el 74% de habitantes manifiestan no conocer que es un medio alternativo.

Analizados estos datos es posible establecer el bajo nivel de conocimiento de la población acerca de los medios de comunicación alternativa, lo cual resulta negativo pues no se aprovechan las potencialidades de este tipo de comunicación en beneficio de la comunidad.

Pregunta 2.- ¿Cree usted que a través de los medios de comunicación se puede aportar al desarrollo de su comunidad?

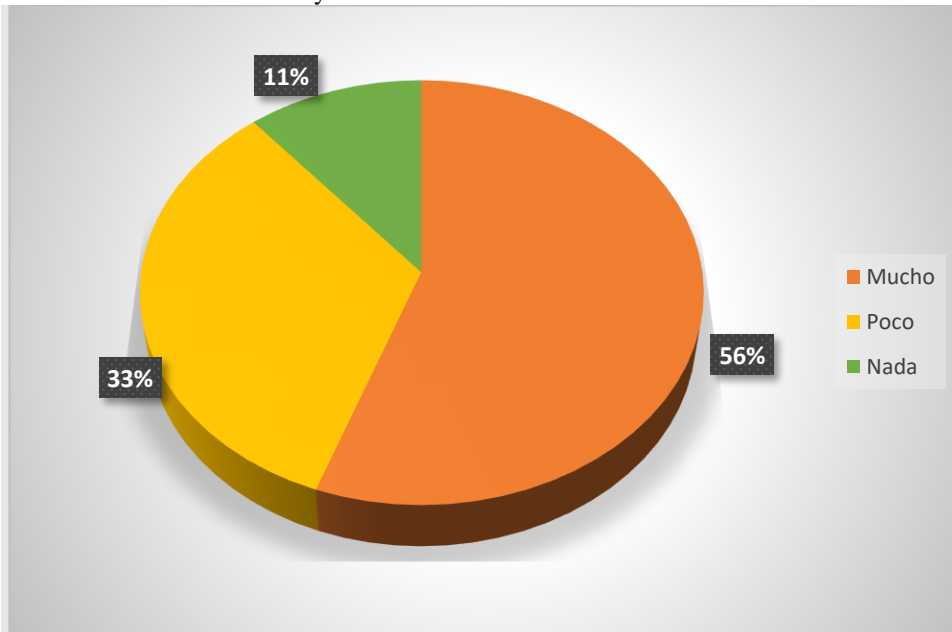
Tabla 2 La comunicación y el desarrollo comunitario.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	50	56%
Poco	30	33%
Nada	10	11%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 2 La comunicación y el desarrollo comunitario.



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 2, el 56% de habitantes aseguran que a través de los medios de comunicación se puede aportar mucho al desarrollo comunitario, el 33% de habitantes afirman que se aportara poco, mientras que el 11% de habitantes manifiestan que no se aportara nada mediante los medios de comunicación al desarrollo de las comunidades.

Los datos recolectados reflejan que un alto porcentaje de la población tiene una buena perspectiva en torno a la labor de los medios de comunicación como eje de desarrollo en la comunidad de Lampata Chasqui, siendo positivo pues se puede establecer una buena relación entre la comunidad y los medios de comunicación.

Pregunta 3.- ¿Cuál es principal medio de comunicación al que usted tiene acceso?

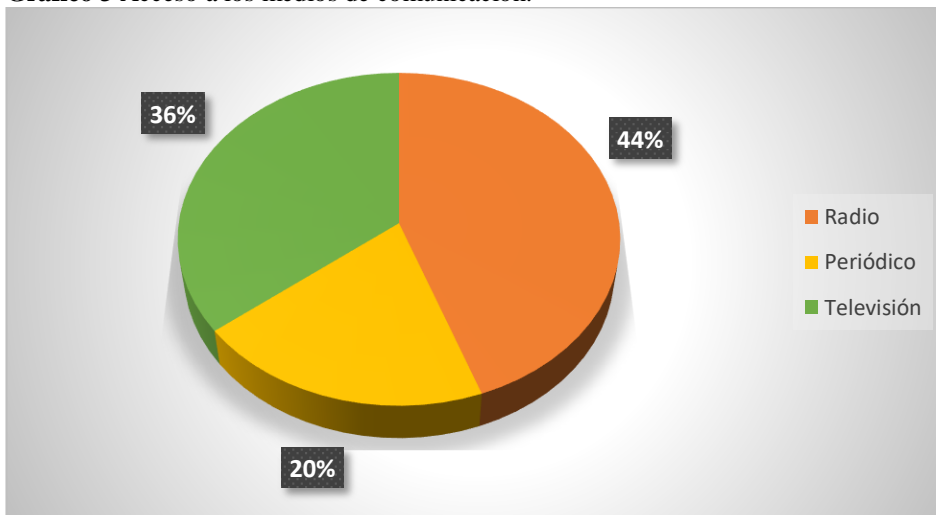
Tabla 3 Acceso a los medios de comunicación.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	40	44%
Periódico	18	20%
Televisión	32	36%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 3 Acceso a los medios de comunicación.



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 3, el 44% de habitantes manifiesta que tiene acceso al radio, el 20% de habitantes afirma tener acceso al periódico, mientras que el 36% de habitantes manifiesta tener acceso a la televisión.

De la información recabada se observa que en la comunidad existe un buen nivel de acceso a los diferentes medios de comunicación con los que cuenta el cantón Salcedo, identificándose también que la radio es el principal medio de comunicación al que tienen acceso los pobladores, por lo cual es conveniente que la comunicación alternativa en la comunidad se desarrolle por este medio.

Pregunta 4.- ¿De los siguientes medios de comunicación alternativos cual le parece que se debería aplicarse en nuestra comunidad?

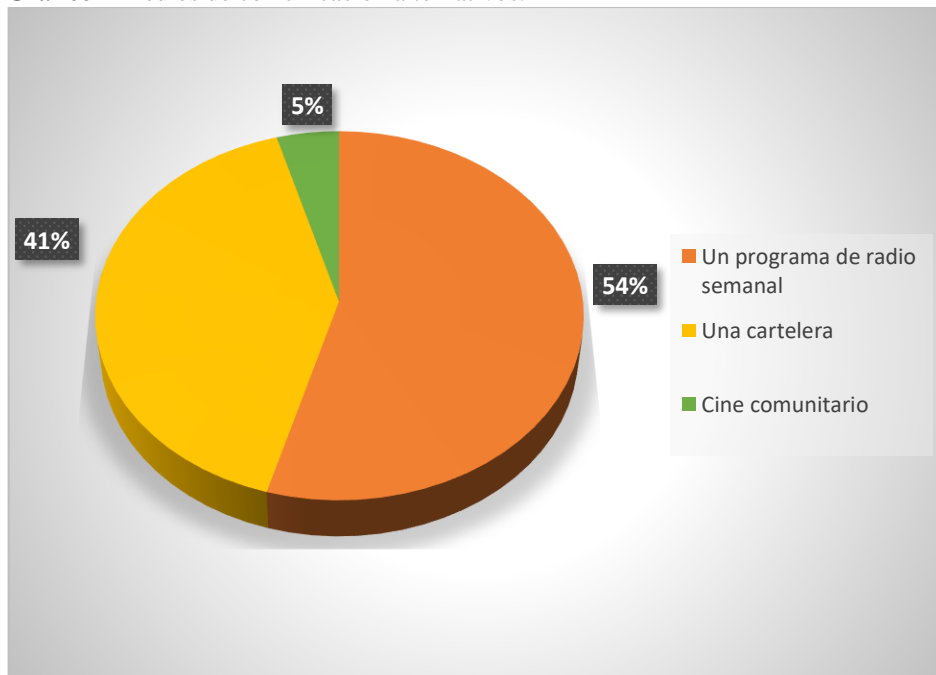
Tabla 4 Medios de comunicación alternativos.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Un programa de radio semanal	49	54%
Una cartelera	37	41%
Cine comunitario	4	5%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 4 Medios de comunicación alternativos.



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 4, el 54% de habitantes asegura que un programa de radio semanal sería el medio de comunicación alternativo adecuado para aplicar en la comunidad, el 41% de habitantes opta por una cartelera, mientras que el 5% de habitantes señala un cine comunitario.

Analizados los datos se establece que el programa radial sería la mejor opción de comunicación alternativa en la comunidad de Lampata Chasqui, siendo este el medio de comunicación de mayor alcance y con mayor posibilidad de prestar espacios para este objetivo.

Pregunta 5.- ¿Usted estaría dispuesto a participar en estos proyectos de comunicación alternativa?

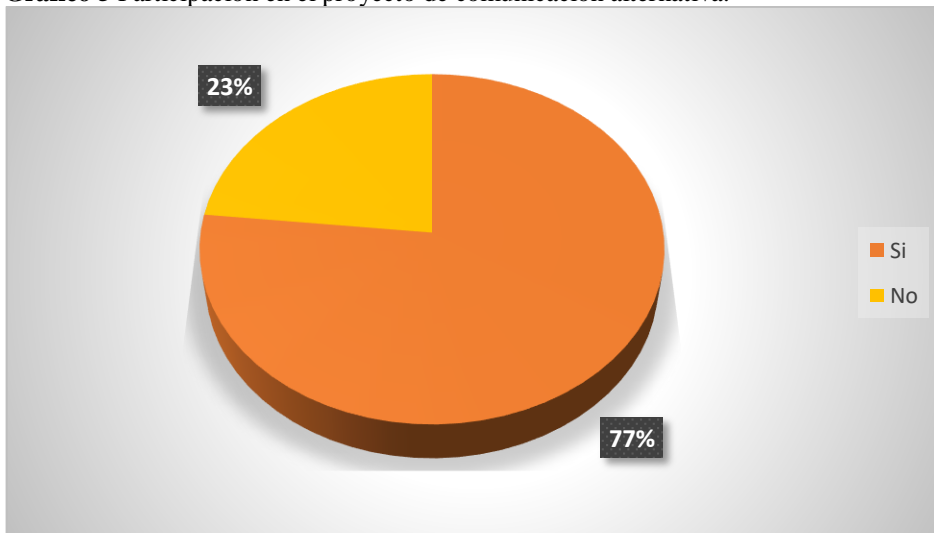
Tabla 5 Participación en el proyecto comunicación alternativa.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	77%
No	21	23%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 5 Participación en el proyecto de comunicación alternativa.



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 5, el 77% de habitantes aseguran que, si están dispuestos a participar en el proyecto de comunicación alternativa, mientras que el 23% manifiestan que no estarían dispuestos.

De los datos recabados se evidencia un alto nivel de predisposición por parte de los habitantes para participar en el caso de ejecutarse un proyecto de comunicación alternativa en la Comunidad, lo cual es positivo pues el recurso humano es el factor primordial para el éxito en este tipo de proyectos, pues son los pobladores los que pueden aportar con la información y los contenidos que se difundan.

Pregunta 6.- ¿Cuál es la principal necesidad de su sector?

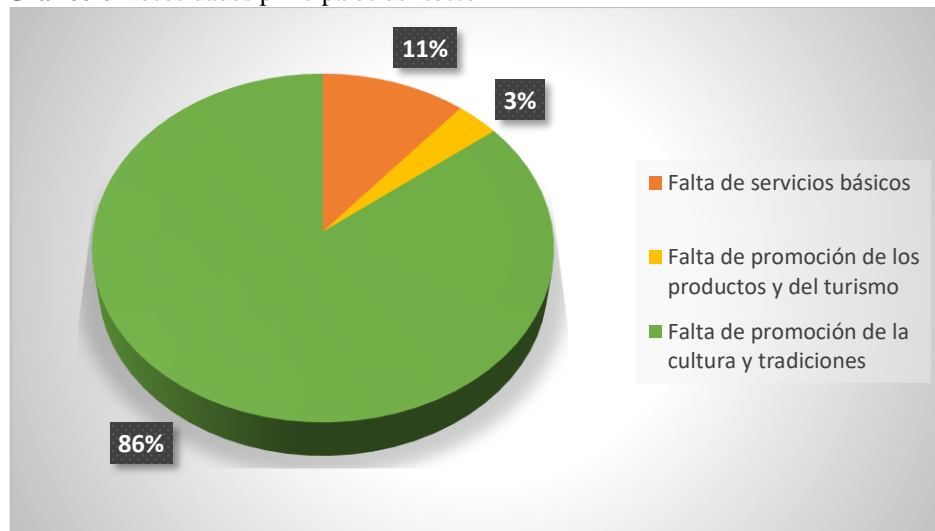
Tabla 6 Necesidades principales del sector

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Falta de servicios básicos	10	11%
Falta de promoción de los productos y del turismo	3	3%
Falta de promoción de la cultura y tradiciones	77	86%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 6 Necesidades principales del sector



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 6, el 11% de habitantes aseguran que en el sector les falta servicios básicos, el 3% de habitantes afirma que les falta promoción de los productos y del turismo, mientras que el 86% de habitantes manifiestan que falta de promocionar la cultura y las tradiciones del lugar.

A partir de la información recabada se evidencia que en la población el aspecto de mayor necesidad es la falta de promoción de su cultura y tradiciones, lo cual es positivo pues este tipo de necesidad puede satisfacerse por medio de la comunicación alternativa, difundiendo la cultura y tradición de la comunidad de Lampata Chasqui.

Pregunta 7.- ¿Con qué frecuencia los dirigentes de la comunidad participan en los medios de comunicación?

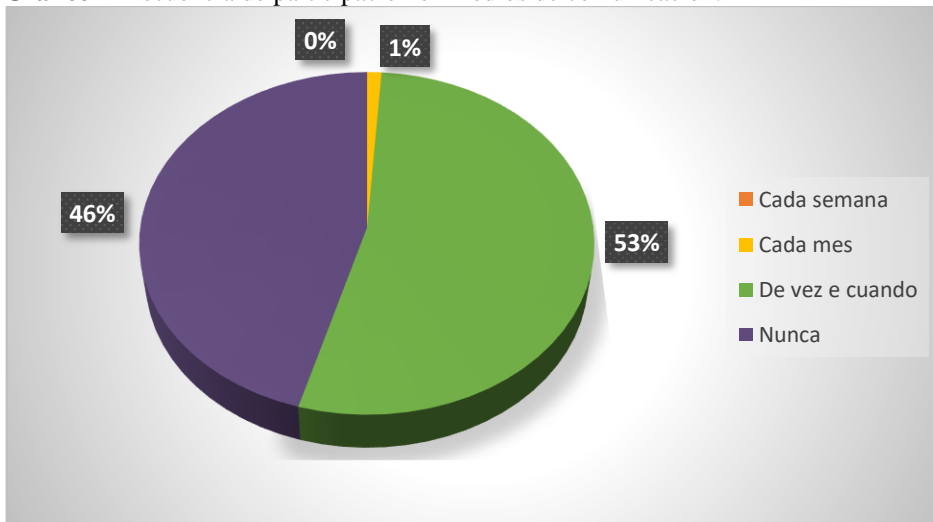
Tabla 7 Frecuencia de participación en medios de comunicación.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	0	0%
Cada mes	1	1%
De vez en cuando	48	53%
Nunca	41	46%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 7 Frecuencia de participación en medios de comunicación.



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 7, el 1% de habitantes afirman que participan en medios de comunicación cada mes, el 53% asegura de vez en cuando participan en medios de comunicación, mientras que el 46% manifiestan que nunca participan en medios de comunicación.

Se puede analizar que la participación de los dirigentes de la comunidad en los medios de comunicación es baja, generalmente sucede en casos excepcionales cuando existe algún programa u obra importante en el sector, lo cual es negativo pues se están desaprovechando los espacios de comunicación en beneficio de la comunidad.

Pregunta 8.- ¿Conoce usted de algún proyecto comunitario que se pueda dar a conocer a través de los medios de comunicación?

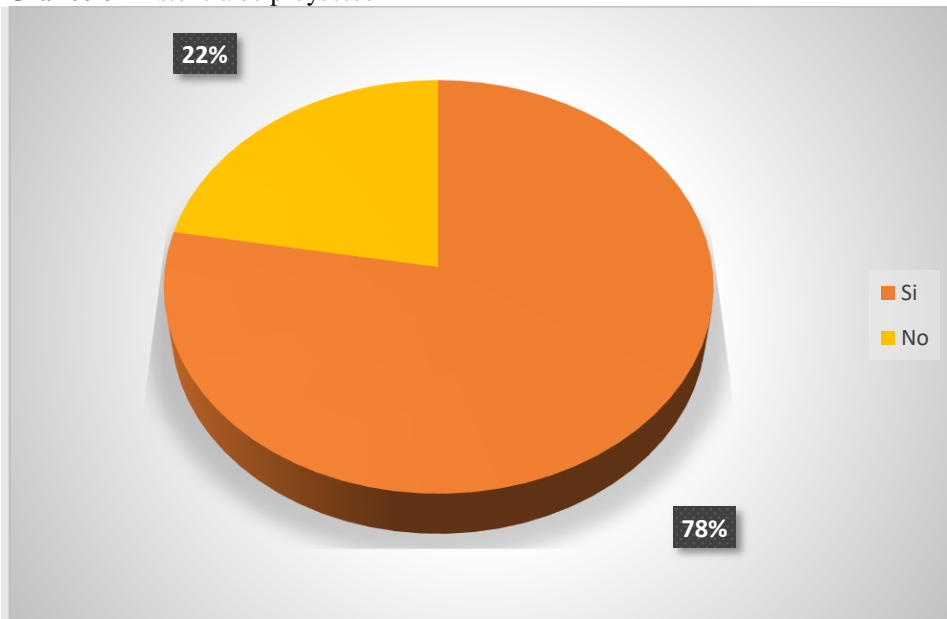
Tabla 8 Existencia de proyectos comunitarios

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	78%
No	20	22%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 8 Existencia de proyectos



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 8, el 78% de habitantes afirman que, si conocen sobre proyectos comunitarios que se puedan dar a conocer a través de los medios de comunicación, mientras que el 22% de habitantes manifiestan que desconocen.

Analizados estos datos se puede evidenciar que en la comunidad se desarrollan algunos proyectos tanto familiares como comunitarios, así como también festividades que son parte de la cultura y tradición de la comunidad y que pueden ser abordados mediante la comunicación alternativa.

Pregunta 9.- ¿Con qué frecuencia observa usted noticias relacionadas a la Comunidad de Lampata Chasqui en los medios de comunicación del cantón Salcedo?

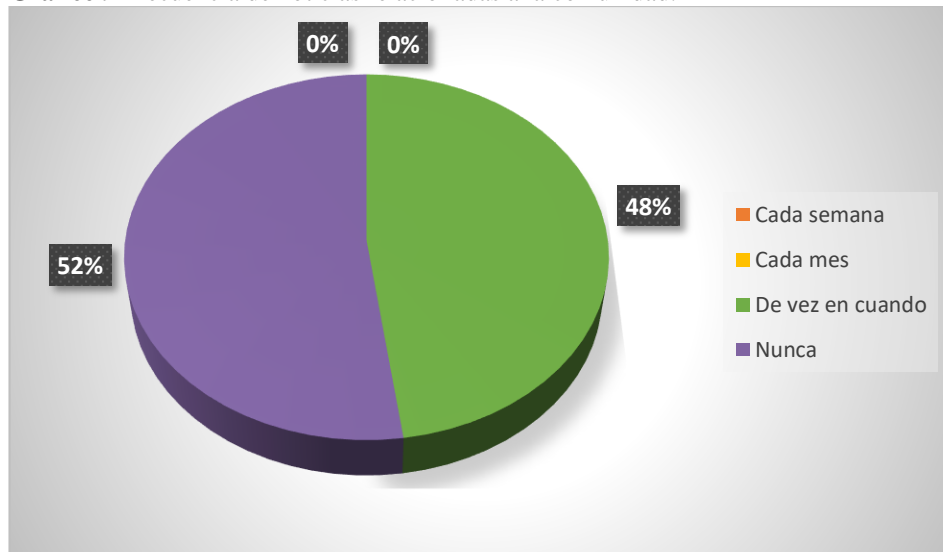
Tabla 9 Frecuencia de noticias relacionadas a la comunidad.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	0	0%
Cada mes	0	0%
De vez en cuando	43	48%
Nunca	47	52%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 9 Frecuencia de noticias relacionadas a la comunidad.



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 9, el 48% de habitantes aseguran que de vez en cuando escuchan noticias relacionadas a la Comunidad de Lampata Chasqui en los medios de comunicación del Cantón Salcedo, mientras que el 52% señalan que nunca escuchan noticias relacionadas con su comunidad.

La información recabada permite establecer que los medios de comunicación no tienen una amplia cobertura en la comunidad de Lampata Chasqui, lo cual resulta negativo pues no se pueden difundir adecuadamente la información desde la comunidad hacia todo el cantón Salcedo.

Pregunta 10.- ¿Si existiera un espacio para la comunidad en los medios de comunicación acerca de qué le gustaría que se hable?

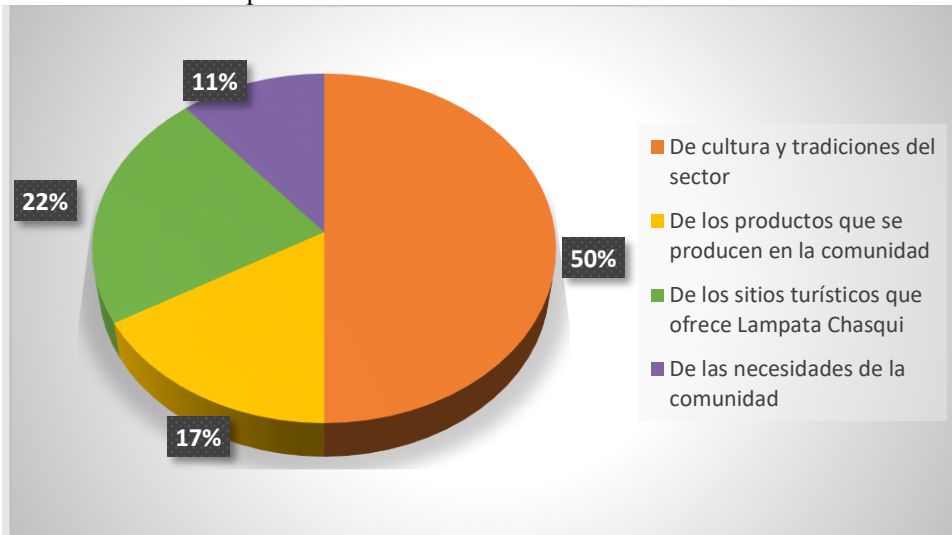
Tabla 10 Temas de preferencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De cultura y tradiciones del sector	45	50%
De los productos que se producen en la comunidad.	15	17%
De los sitios turísticos que ofrece Lampata Chasqui	20	22%
De las necesidades de la comunidad.	10	11%
Total	90	100%

Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Gráfico 10 Temas de preferencia



Fuente: Habitantes de la Comunidad Lampata Chasqui.

Elaborado por: Proaño, Deysi

Análisis e interpretación de resultados:

Con respecto a la pregunta 10, el 50% de habitantes aseguran que si existieran espacios para la comunidad en los medios de comunicación les gustaría hablar de la cultura y tradiciones del sector, el 17% afirman que hablarían de los productos que se producen en la comunidad, el 22% asevera que les gustaría hablar de los sitios turísticos existentes en Lampata Chasqui, mientras que el 11% les gustaría hablar de las necesidades que tiene la comunidad. Se evidencia por lo tanto que a través de la comunicación alternativa se puede aportar de diferentes formas al progreso de la comunidad.

11.2. Análisis y discusión de la Entrevista realizada al comunicador social

Pregunta 1.- ¿Qué es la comunicación alternativa?

Respuesta.- La comunicación alternativa nace justamente como una alternativa a los medios de comunicación comercial, privados, el fin de los medios de comunicación comercial es ganar dinero, en este sentido nace la comunicación alternativa como una respuesta a estos medios de comunicación, para estar con la gente, con el pueblo para hacer otro tipo de comunicación, un tipo de comunicación comunitaria porque luego de la comunicación alternativa viene la comunicación comunitaria, porque esta con la comunidad esta con los problemas, las necesidades, los adelantos de las comunidades. La comunicación alternativa se basa en la gente, en las necesidades de las personas.

Pregunta 2.- ¿Cómo se da la comunicación alternativa en Cotopaxi?

Respuesta. - Es muy complicado decir que en Cotopaxi se da en la globalidad una comunicación alternativa, porque también los medios de comunicación comerciales pueden hacer la comunicación alternativa, por decir en muchos formatos, muchos programas se han copiado de la comunicación alternativa en los medios tradicionales, con el fin de ganar dinero. Aquí en Cotopaxi los medios comunitarios son los que hacen la comunicación alternativa, y no solo hablemos de medios radiofónicos, también tenemos un canal comunitario en la provincia de Cotopaxi, también se puede realizar comunicación alternativa como impresos, periódicos murales, redes sociales, ósea la comunicación alternativa es la respuesta a lo que los medios comerciales hacen.

Pregunta 3.- ¿Cuál es el proceso de formación de un programa de comunicación alternativa de determinada comunidad?

Respuesta. - Para formar un programa, un proyecto de comunicación alternativa con una comunidad, no puede ser un programa impuesto desde unos iluminados, sino es un proceso que nace con la comunidad. Primero una investigación de las necesidades, de las demandas comunicacionales, luego viene un proceso de planificación de cómo debería ser la comunicación alternativa y un proceso de ejecución para ir a la evaluación, en este ciclo de investigación, planificación, ejecución y evaluación, nuevamente vuelve a plantear cómo la comunicación alternativa ha mejorado las condiciones de vida de la gente.

Pregunta 4.- ¿Cómo se evalúa los productos de comunicación alternativa en la radio?

Respuesta.- En las radios se debe tener dos tipos de evaluación: Una evaluación interna con el equipo humano donde vamos mirando el tema de la calidad de contenido, los formatos utilizados, las salidas a las comunidades para hacer con la gente, y una evaluación externa con la comunidad mediante un sondeo de audiencia o a través de grupos focales, el primero nos una cuestión cuantitativa y la otra cualitativa, una vez que tenemos los dos productos unimos y vemos cual ha sido la evaluación con respecto a nuestro producto comunicacional.

Discusión

De las opiniones vertidas por el entrevistado es importante señalar que la comunicación alternativa es un tipo comunicacional que requiere de la predisposición y la participación activa tanto del medio de comunicación, como de la comunidad, en el mismo sentido los proyectos de comunicación alternativa deben nacer desde las necesidades y expectativas de la comunidad, cuando se han evidenciado la existencia de necesidades comunicacionales en las cuales el comunicador social y el medio de comunicación pueden aportar, por medio de espacios para la difusión de ideas, pensamientos, lugares turísticos, necesidades básicas, cultura y tradición.

Por ello es de vital importancia reconocer que en la Comunidad de Lampata Chasqui existen proyectos como la Ruta turística de Uliví inaugurada hace aproximadamente un año, así como las festividades de la comunidad que se celebran año tras año en el mes de mayo y cuya difusión a través de la comunicación alternativa proyectaría mayor afluencia turística en el sector.

11.3. Análisis y discusión de la Entrevista al medio de comunicación Estéreo San Miguel.

Pregunta 1.- ¿Estaría dispuesto en su medio de comunicación a dar espacio a un producto de comunicación alternativa?

Respuesta. - Si desde el inicio de este medio de comunicación hace 17 años que nació, fue con la finalidad de servir a la comunidad del cantón Salcedo, a todas sus parroquias, comunidades. Actualmente, estamos trabajando con algunas organizaciones campesinas también con el propósito de brindarles un espacio donde ellos puedan dar cumplimiento a sus objetivos, sus propuestas, el trabajo mismo que se viene realizando en las diferentes organizaciones con las diferentes autoridades sean estas el GAD Parroquial, el GAD Cantonal y el GAD Provincial así que no es una excepción. Sería importante también inmiscuir este tipo de espacios a las comunidades más cercanas a la parte céntrica del cantón.

Pregunta 2.- ¿Qué tipo de programación tiene usted?

Respuesta.- Diversa programación desde noticiosa, deportiva, musical, radio revistas donde la familia del cantón Salcedo especialmente está ligada, está pendiente de cada uno de los espacios de este medio de comunicación como parrilla tiene estructurado, así desde tempranas horas de la mañana tenemos programación para la gente del campo y lógicamente lo escucha la gente de la ciudad, tenemos tres espacios informativos, segmentos deportivo todos los días, los espacios de música para la familia en sí.

Pregunta 3.- ¿Cuál es el programa que más se escucha?

Respuesta. - Al decir de la gente, ya que yo no puedo afirmar, pero a través de algunas encuestas realizadas por nosotros y algunas empresas nos han sitiado en cuanto a lo deportivo, inicialmente la parte informativa ya que trabajamos con algunas organizaciones campesinas, los GAD parroquiales, el GAD. Municipal, y algunas entidades que así lo requieren este espacio informativo. En la mañana es la de mayor cobertura, luego le sigue al medio día y por la noche también sin dejar escapar lo que tiene que ver la información del campo.

Pregunta 4.- ¿Le interesará trabajar en comunidad?

Respuesta. - Lo estamos haciendo desde el inicio mismo, trabajamos con las diferentes comunidades del cantón Salcedo, así que no sería la excepción, sería un puntal fundamental para ir reafirmar el trabajo que hace este medio de comunicación con las diferentes

comunidades.

Pregunta 5.- ¿De ser el caso si la comunidad Lampata Chasqui se organizara para tener su propio programa de comunicación alternativo usted permitiría el paso?

Respuesta. - No hemos cerrado las puertas a ninguna institución mucho menos a la comunidad del cantón Salcedo a la que este medio de comunicación se debe, sería un privilegio que alguna comunidad se interese en hacer este tipo de programas, se buscaría el horario adecuado.

Discusión

De la entrevista al medio de comunicación del cantón Salcedo se ha podido establecer principalmente que, existe predisposición desde el medio de comunicación para el desarrollo de proyectos de comunicación alternativa. Pues este medio de comunicación desde sus inicios ha buscado desarrollar una programación orientada a abarcar a todo el cantón Salcedo, sus comunidades y organizaciones tanto a nivel de ciudad como del campo, dando respuesta a las necesidades comunicacionales de cada sector, a través de los espacios de noticias que se llevan a cabo tres veces al día, o en el caso de los programas deportivos. Sin embargo, no se han podido concretar espacios específicos en los que la comunidad pueda participar a través de sus dirigentes y moradores para dar a conocer a todo el cantón las necesidades, productos, turismo, cultura y tradiciones de la comunidad Lampata Chasqui.

12. IMPACTOS

El impacto generado por la presente investigación es de tipo social, puesto que ha enfocado en diagnosticar la participación de la comunidad de Lampata Chasqui a través de diferentes medios de comunicación, a través de los cuales se pueda difundir a la población en general los atractivos turísticos, la cultura, la tradición, las necesidades, las opiniones, los problemas y las expectativas que tienen los habitantes de esta comunidad, que constituyen las necesidades comunicacionales del sector y que pueden ser abordadas desde diferentes espacios de comunicación alternativa.

En el mismo sentido se han podido determinar que en los medios de comunicación del cantón Salcedo no existen espacios concretos para la comunicación alternativa, si bien se ha tratado de incluir a las comunidades especialmente a través de los noticieros, no se ha podido concretar un espacio definido para la participación permanente y activa de la comunidad, sin embargo, es importante rescatar que si existe la predisposición para generar estos nuevos espacios si se concreta un proyecto directo de la comunidad.

13. PRESUPUESTO

Actividades	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Resma de A4	\$ 5	3	15
Transporte Publico	\$ 1	8 fines de semana	8
Refrigerios	\$ 2	8 fines de semana	16
Impresiones	\$ 0,10	1	0,1
Esferos	\$ 0,30	4	1,2
Laptop	\$ 1.000	1	1000
Copias	\$ 0,30	107	32,1
Grabadora	\$ 150	1	150
Tablas para encuestar	\$ 2	4	8
Gastos extras	\$ 20	1	20
TOTAL			1250,4

Fuente: Investigativa

Elaborado por: Proaño, Deysi

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Al finalizar el presente trabajo de investigación se puede concluir que:

- La comunicación alternativa representa un enfoque comunicacional que, a diferencia de la comunicación comercial, no se desarrolla con fines de lucro, sino que busca dar espacios a las necesidades populares desde las organizaciones sociales y comunitarias por medio de los espacios de comunicación.
- En la comunidad de Lampata Chasqui el 56% de los pobladores considera que a través de los medios de comunicación se puede aportar al desarrollo de la comunidad, del mismo modo el 54% señala que la estrategia de comunicación alternativa más viable sería un programa radial semanal en el que se puedan difundir las necesidades, atractivos turísticos, la cultura y tradición del sector.
- Para el éxito de un proyecto de comunicación alternativa se deben considerar aspectos previos como la predisposición de la comunidad y la existencia de necesidades comunicacionales, así como la apertura por parte de los medios de comunicación para que se puedan establecer canales de cooperación entre la comunidad y los medios de comunicación.
- En la radio Estéreo San Miguel del cantón Salcedo existe la apertura para concretar espacios de comunicación alternativa que permitan responder a las necesidades de la comunidad de Lampata Chasqui.

Recomendaciones:

- Socializar en la comunidad de Lampata Chasqui acerca de la comunicación alternativa, las características y ventajas que este enfoque comunicacional puede aportar al desarrollo comunitario, por medio de espacios para la difusión de la información propia de la comunidad.
- Incentivar a la organización de la propia comunidad para ejecutar proyectos que comunicación alternativa, como programas de radio, sitios web, redes sociales, carteleras comunitarias, entre otras alternativas que permitan mejorar la difusión de la información propia de la comunidad hacia distintos sectores de la provincia y el país.
- Determinar de forma específica las necesidades comunicaciones en la comunidad de Lampata Chasquí, por medio de un levantamiento de información que permita construir una base de información acerca de los diferentes atractivos turísticos, los emprendimientos familiares y comunitarios del sector, las festividades, entre otros.
- Aprovechar la apertura existente en el medio de comunicación para concretar la creación de espacios radiales específicos en los cuales la comunidad pueda participar de forma activa y permanente como parte de la comunicación alternativa.

15. BIBLIOGRAFÍA

- Aimacaña, J. (20 de Noviembre de 2017). Tv MICC es el primer canal indígena comunitario del Ecuador. *Ecuador Inmediato*, p. 8.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Montecristi, Ecuador: Lewis.
- Asamblea Nacional. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Ecuador: Lewis.
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias. (2008). *Bases para una Política Pública en materia de Libertad de Expresión y Medios Comunitarios*. México: Delegación de la Unión Europea en México.
- Ayala, R., & Bello, D. (2007). *Documentación de la experiencia de ocho colectivos de medios alternativos en México*. Puebla, México: Ciencias de la comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla.
- Campos, M. (2009). *Métodos y técnicas de Investigación Académica, fundamentos de investigación bibliográfica*. Costa Rica: UCR Ediciones.
- Carraro, F. (2000). Movimientos sociales y medios de comunicación alternativos. La experiencia de SODEPAZ. *Psychosocial Intervention*, 9(3), 361-370.
- Carrión, H. (2007). *Radios comunitarias: Situación en el Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- Causse, M. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio - histórico-cultural. *Ciencia en su PC*, 5(7), 12-21.
- Corrales, F., & Hernández, H. (noviembre-enero de 2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, 14(70), 1-35.
- Fernández, A. (enero-abril de 2013). Medios de comunicación y modelos de desarrollo: de la modernización al buen gobierno. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 8(24), 132-157.

- Gutiérrez, B., Rodríguez, M., & Camino, M. (julio-diciembre de 2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 268-285.
- Hamilton, J. (Octubre de 2000). Alternative media: conceptual difficulties, critical possibilities. *Journal of communication Inquiry*, 24(2), 357-378.
- Hernández, I., & Chaguaceda, A. (enero-junio de 2013). La comunicación alternativa y los medios comunitarios en Nicaragua: la experiencia del colectivo Agentes de Cambio. *Quórum Académico*, 10(1), 63-86.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Jimenez, R. (1998). *Metodología de la Investigación. Elementos Básicos para la Investigación Clínica*. La Habana, : Editorial Ciencias Médicas.
- Kaplun, M. (1987). *El Comunicador Popular*. Buenos Aires, Argentina: Humanitas.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- Leal, L. (septiembre-diciembre de 1999). El papel de los medios de comunicación en la construcción de las representaciones sociales en torno a la inseguridad ciudadana. *Espacio Abierto*, 8(3), 389-401.
- Lewis, P. (1995). *Medios de Comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*. Francia: UNESCO.
- López, J. (2008). *Comunicación alternativa en relación al conocimiento de la pobreza y exclusión social, en la aldea los Cubes, Palencia de Guatemala*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala .
- Montesdeoca, J. (2016). Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador. *Congreso de Comunicación, Valores y Desarrollo Social. retos para la universidad del siglo XXI* (págs. 27-33). Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Navarro, G. (2008). *De la concentración a la democratización del espectro Radioeléctrico: Estudio sobre Concesión de radiodifusión de frecuencias en el Ecuador*. Quito,

Ecuador: Abya Yala.

Quintana, A. (2006). Metodología de Investigación Científica Cualitativa. *Psicología: Tópicos de actualidad.*, 3(6), 47-84.

Rodriguez, C. (. (2010). *De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término.* Medellín: Universidad de Antioquía.

Sabrera, S. (2002). *Radio Comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el distrito de San Martín de Porras.* Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor San Marcos.

Socarrás, E. (2004). Participación, cultura y comunidad. En C. Linares, P. Moras, & B. Bisel, *La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano* (págs. 173 – 180). La Habana, Cuba: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello.

Van Dijk, T. (1991). *Estructuras y funciones del Lenguaje.* México: Siglo XXI.

16. ANEXOS

ANEXO 1: HOJA DE VIDA TUTORA

CURRICULUM VITAE



1.- DATOS PERSONALES

NOMBRES Y APELLIDOS: Lorena Catherine Alvarez Garzón

FECHA DE NACIMIENTO: 07 diciembre de 1975

CEDULA DE CIUDADANÍA: 0502182496

ESTADO CIVIL: Casada

NUMEROS TELÉFONICOS: 032804175 / 095042693

E-MAIL: Lorena.alvarez@utc.edu.ec

2.- ESTUDIOS REALIZADOS

NIVEL PRIMARIO : Escuela Sagrado Corazón de Jesús

NIVEL SECUNDARIO: Colegio Sagrado Corazón de Jesús

NIVEL SUPERIOR : Universidad Técnica de Ambato

Universidad Bolivariana

Universidad Tecnológica Equinoccial

Universidad de Extremadura UEX

3.- TITULOS

PREGRADO:

Licenciada en Comunicación Social. - TESIS: Rol de las mujeres en los medios de comunicación de Latacunga.

Licenciada en Ciencias de la Educación Especialización Adultos: Monografía

TITULO/GRADO DE POSGRADO

Diplomado en Comunicación Social: Investigación Formación de la Red de Jóvenes Comunicadores Cristianos de la Diócesis de Latacunga

Magister en Educación y Desarrollo Social: Procesos de visibilización de la participación de las mujeres en diario “La Gaceta” de Latacunga.

CURSANDO

Doctoranda en Ciencias de la Información y la Comunicación en la universidad de Extremadura – España

4.- EXPERIENCIA LABORAL

Coordinadora de la Carrera de Comunicación Social Universidad Técnica de Cotopaxi 2009 hasta la actualidad.

Docente de la carrera de Comunicación Social UTC 2004- 2015

Capacitadora del Colegio de Periodistas de Cotopaxi.

Productora y conductora del Programa “Otra realidad es posible” en Radio Latacunga AM y FM.

Coordinadora y miembro del equipo de Noticias Radio Latacunga 2000- 2009

Corresponsal de Noticias del Diario Nacional “El Universo” 2005-2013

Técnica de Consultorías de Hospiplan 2004-2014

Directora de Noticias de Diario Los Andes Cotopaxi 1998 - 2000

5.- CARGOS DESEMPEÑADOS

Coordinadora de la Carrera de Comunicación Social UTC

Coordinadora de la Sub red Región Centro de la REEDCOM “Red de Carreras de Comunicación social del Ecuador”

Docente de la carrera de Comunicación Social UTC durante 11 años

Coordinadora de Noticias Radio Latacunga

Conductora del Programa radial “Otra Realidad es posible”

Corresponsal de la Red Informativa de la Coordinadora de radios Populares del Ecuador CORAPE

Corresponsal de Noticias de Diario “El Universo”

Presidenta del Colegio de Periodistas de Cotopaxi

Presidenta de la Unión Nacional de Periodistas de Cotopaxi

Técnica de Consultorías de Hospiplan

Productora de productos comunicacionales educativos

Directora de Noticias de Diario Los Andes Cotopaxi

Editorialista del Diario La Hora Cotopaxi

Capacitadora del Colegio de Periodistas de Cotopaxi

6.-CURSOS DE CAPACITACION

- Seminario Taller comunicación e interculturalidad en la universidad Técnica de Ambato – Julio 218
- Seminario Internacional sobre Comunicación en la Era digital, noviembre del 2017
- Periodismo y Transmedia, dicatada por CIESPAL , noviembre del 2016

- Encuentro de Facultades de Comunicación Social de América Latina FELAFACS – Medellín Colombia – Octubre 2015
- Periodismo de Inmersión con Antonio López CIESPAL –UTC mayo 2015
- Nuevas Perspectivas del periodismo – Encuentro Internacional UTC- Universidad de Valladolid
- Jornadas Pedagógicas de Educación- UTC – mayo2015
- Taller de redacción periodística y de artículos científicos, realizados el 5, 6 y 7 de noviembre de 2014, en Latacunga
- Curso: Tutor virtual, en entornos virtuales de aprendizaje MOODLE, realizado en Mayo 2014, en Latacunga.
- Festival de medios: premio UTC a la comunicación comprometida con la verdad, realizado el 17, 18 y 19 de diciembre, en Latacunga.
- Primer Seminario Regional "Perspectivas de la Universidad Ecuatoriana", realizado el 14 y 15 de julio de 2014, en Latacunga.
- Primer Encuentro Nacional de Facultades de comunicación: retos de la enseñanza y la investigación de la comunicación en Ecuador, realizado el 23 y 24 de octubre de 2014, en Quito.
- Desafíos de los Comunicadores en el Contexto actual: Discusiones de la libertad de expresión. UTC. Noviembre
- Uso del MOODLE en las aulas Universitarias 2014
- Seminario Perspectivas de la Universidad Ecuatoriana
- Jornadas académicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi 2012- 2013-2014
- Periodismo digital – Fundación el Universo 2012
- Taller La contraloría General del Estado, Cntrol, Transparencia, ética y participación. 2011
- Periodismo: procesos y herramientas. SEMPLADES
- Actualización Periodística, FUNDACION “EL UNIVERSO”. Agosto del 2009
- La Constitución en la Práctica, CORAPE, AGORA DEMOCRATICA; GOBIERNO DE CANADA, Octubre del 2009.
- Inteligencia Emocional y Risoterapia, Fundación Manantial de Vida, Octubre del 2008
- La Universidad Alternativa y el proyecto Emancipador, UTC, Marzo del 2006.
- Encuentro internacional Ondas Participativas, Radio-Video-Televisión y prensa comunitarias, públicas y educativas, UNIMINUTO Bogotá – Colombia. Agosto 2005

- Relaciones Humanas y Comunicación, Corporación Líderes. Julio 2005.
- Seminario Andino La Comunicación, un derecho de todos, WACC América Latina, Bogotá – Colombia. Septiembre 2005.
- Jornadas Académicas “Las Tendencias Pedagógicas Alternativas en la Educación Superior” UTC. Marzo del 2005.
- Crónicas de Asfalto: el reto del periodismo Urbano. UNESCO. Mayo del 2004.
- Medios de Comunicación Frente al TLC. CAF. Organization of American States. Diciembre del 2004
- Defensa Civil y el Área de información Pública, DEFENSA CIVIL Julio del 2003
- Seminario de Introducción a la Informática –paquetes utilitarios. UTC. Agosto del 2003
- Investigación y comunicación para el afianzamiento de la democracia: un ejercicio transparente y responsable, CIESPAL. Octubre del 2003
- Taller de Negociación y Construcción del Consenso. DIALOGO “! Abril 2001
- Diplomado en Comunicación Social. Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Comunicación social. Bogotá- Colombia Agosto a Diciembre del 2000
- Desafíos de los Medios de Comunicación para la construcción de una Cultura de Paz. FACSO, CIESPAL, PRIVA UILANUD. Mayo 2000
- Radio y Evangelización- ACCE. Mayo de 1999
- Curso - Taller Producción de informativos para radio. CIESPAL. Diciembre del 1998.
- Comunicación Radiofónica, SEVICIO CONJUNTO DE COMUNICACIÓN. Enero de 1997.
- Digitador de Computadoras. Ministerio de Educación Y cultura, departamento de educación popular. Septiembre de 1997.
- Fundamentos Prácticos de Comunicación Social. UTA. Mayo de 1995.
- Producción Radiofónica. Ediciones Paulinas y radio Latacunga. Febrero de 1994.
- Locución Radiofónica. PROA. Ediciones Paulinas. Radio Latacunga. Mayo de 1994.
- Pequeños formatos para Radio. Stereo Latacunga. Septiembre 1993.

7.- PONENCIAS

La comunicación social en el Contexto Actual. Encuentro de Periodismo “Eugenio Espejo, comunicación expresión de la Libertad. Latacunga, UTC.

“Otra Comunicación Posible: la experiencia de la Carrera de Comunicación Social de la UTC” en el IV Congreso Latinoamericano Comunicación y Sociedad Digital.

Desarrollo del rediseño de la carrera de Comunicación Social con enfoque en la comunicación Alternativa. REEDCOM

8.- SEMINARIOS DICTADOS

- Ética en el periodismo.
- Medición en Investigación de audiencias. 2015
- Comunicación y Desarrollo 2012- 2015
- Facilitadora del seminario sobre “Equidad de Género” en la Fundación reinas de Tanicuchí. Noviembre del 2010.
- Ética profesional. Universidad Técnica de Cotopaxi. Agosto del 2009
- Capacitadora en los seminarios del Centro de Capacitación Campesina. CODERECO-UTC. Diciembre del 2002.
- Facilitadora Taller de Locución radiofónica. Colegio de Periodistas de Cotopaxi. Agosto de 1999.

9.- TEXTOS PUBLICADOS

Producción Radiofónica y Libretos de la Serie “Marina la amiga de las madres”. Proyecto Radio Latacunga – Plan Internacional. Noviembre del 2007.

Investigación de la Formación de la Red de Jóvenes Comunicadores Cristianos de la Diócesis de Latacunga. Pontificia Universidad Bolivariana – Medellín Colombia – ITEPAL

Presentación del libro y ponencia “Otra Comunicación Posible: la experiencia de la Carrera de Comunicación Social de la UTC” en el IV Congreso Latinoamericano Comunicación y Sociedad Digital.

Producción y revisión de la revista de la Unidad de Ciencias Administrativas y Humanísticas “Academia UTC” ISBN 978-9942-21-231-3

Artículo “La comunicación Alternativa”, revista Alma Mater de la Universidad Técnica de Cotopaxi-

Artículo Indexado “La cultura oral en estudiantes universitarios”- Revista UTC Ciencia. Latindex.

Artículo Indexado “El tratamiento de la investigación periodística en el programa en carne propia“. DOI: 10.23857/casedelpo.2017.2.6.jun.130-issn 1582550 - 682X POLO DEL CONOCIMIENTO. Latindex

Artículo Indexado “LA RADIO UNIVERSITARIA EN EL ECUADOR“, LATININDEX 242017, issn 2588-0586 REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS VOLUMEN 1. N°1-2017

10.- PROYECTOS REALIZADOS

- Evaluación del Proyecto de Desarrollo de Área PDA, diseño de herramientas para el proceso.
- Producción, elaboración y desarrollo del Proyecto de apoyo al grupo de Mujeres de La Mana. Radio Latacunga – CARITAS Españolas. Julio – Diciembre 2009.
- Coordinación y sistematización del plan estratégico de Radio Latacunga.
- Rediseño de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

11.- ARTICULOS PUBLICADOS

- “La Comunicación en América Latina”. Publicación en la Revista Nosotros del CELAM. Diciembre del 2000. Bogotá – Colombia
- “Universidad y Medios de Comunicación”. Publicación en la Revista Alma Mater N 7 de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
- “La carrera de Comunicación Social” – Publicación en la Página Web de la carrera de Comunicación Social de la UTC.
- Comentario del Libro “Andanzas de Atahualpa Recio”.
- Artículos (60) en Diario La Hora de Cotopaxi, en la sección editorial, sobre temas de actualidad y vivencia provincial.
- Artículo “La comunicación Alternativa”, revista Alma Mater de la Universidad Técnica de Cotopaxi-
- Artículo Indexado “La cultura oral en estudiantes universitarios”- Revista UTC Ciencia.

- Producción y revisión de la revista de la Unidad de Ciencias Administrativas y Humanísticas “Academia UTC” ISBN 978-9942-21-231-3
- Artículo “La comunicación Alternativa”, revista Alma Mater de la Universidad Técnica de Cotopaxi-
- Artículo Indexado “La cultura oral en estudiantes universitarios”- Revista UTC Ciencia. Latindex.
- Artículo Indexado “El tratamiento de la investigación periodística en el programa en carne propia“. DOI: 10.23857/casedelpo.2017.2.6.jun.130-issn 1582550 - 682X POLO DEL CONOCIMIENTO. Latindex
- Artículo Indexado “LA RADIO UNIVERSITARIA EN EL ECUADOR“, LATINDEX 242017, issn 2588-0586 REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS VOLUMEN 1. N°1-2017

12.-MERITOS Y RECONOCIMIENTOS

- Representante de las Universidades de la región Centro del Ecuador a la REEDCOM
- Miembro de la Federación de Facultades de Comunicación Latinoamericanas FELAFACS capítulo Ecuador
- Presidenta del Colegio de periodistas de Cotopaxi
- Beca para el diplomado en Comunicación Social realizada en la Pontificia Universidad Bolivariana en Bogotá – Colombia
- Beca para participar en la reunión de la WACC en el Encuentro internacional Ondas Participativas, Radio-Video-Televisión y prensa comunitarias, públicas y educativas, UNIMINUTO Bogotá – Colombia. Agosto 2005
- Reconocimiento por 10 años de trayectoria como docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi
- Premio festival de Medios de la UTC con el proyecto de radio alternativa
- Primer lugar en la feria Utciencia 2018 con el Proyecto de rescate del Patrimonio -

ANEXO 2: HOJA DE VIDA INVESTIGADORA

PROAÑO VITE DEYSI LORENA

INFORMACIÓN PERSONAL:



NOMBRES:	DEYSI LORENA
APELLIDOS:	PROAÑO VITE
FECHA DE NACIMIENTO:	30 DE DICIEMBRE DE 1985
NACIONALIDAD:	ECUATORIANA
CEDULA DE IDENTIDAD N°:	0502771785
TIPO DE SANGRE:	ORH POSITIVO
ESTADO CIVIL:	SOLTERA
EDAD:	30 AÑOS
TELEFONO:	032 276328/ 0958822791/
CORREO ELECTRÓNICO:	moens1986@gmail.com
DIRECCIÓN ACTUAL:	Cotopaxi-Salcedo
NIVEL ACADÉMICO	
PRIMARIA:	ESCUELA PEDRO VICENTE MALDONADO.
SECUNDARIA:	COLEGIO EXPERIMENTAL NACIONAL SALCEDO
SUPERIOR:	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
CURSOS REALIZADOS	

- SEMINARIO DE ACTULIZACION PROFESIONAL
 - DURACIÓN: 24 HORAS
- SEMINARIO DE FESTIVAL DE MEDIOS
 - DURACIÓN: 40 HORAS
- SEMINARIO DESAFIOS DE LOS COMUNICADORES SOCIALES EN EL CON TEXTO ACTUAL
 - DURACION: 20 HORAS

REFERENCIAS PERSONALES:

Ing. Daniel Lopez 098 4744475

Lic. Juan Velázquez 0987285018

**ANEXO 3: ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD
LAMPATA CHASQUI**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

F acultad de Ciencias Humanas y Educación

Carrera de Comunicación Social

Encuesta dirigida a los pobladores de la comunidad de Lampata Chasqui, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi

Objetivo: Identificar el nivel de acceso y utilización de la comunicación alternativa por parte de los habitantes de la comunidad.

Instrucciones:

Lea atentamente cada pregunta y seleccione solamente una opción en cada pregunta.

Pregunta1. ¿Conoce lo que es un medio Alternativo?

SI ()

NO ()

Pregunta 2. ¿Cree usted que a través de los medios de comunicación se puede aportar al desarrollo de su comunidad?

Mucho () Poco () Nada ()

Pregunta 3. ¿Cuál es principal medio de comunicación al que usted tiene acceso?

Radio () Periódico () Televisión ()

Pregunta 4. ¿De los siguientes medios de comunicación alternativos cual le parece que se debería aplicarse en nuestra comunidad?

Un programa de radio semanal ()

Una cartelera ()

Cine comunitario ()

Pregunta 5. ¿Usted estaría dispuesto a participar en estos proyectos de comunicación alternativa?

SI ()

NO ()

Pregunta 6. ¿Cuál es la principal necesidad de su sector?

Falta de servicios básicos ()

Falta de promoción de los productos y el turismo ()

Falta de promoción de la cultura y tradiciones ()

Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia los dirigentes de la comunidad participan en los medios de comunicación?

Cada semana ()

Cada mes ()

De vez en cuando ()

Pregunta 8. ¿Conoce usted de algún proyecto comunitario que se pueda dar a conocer a través de los medios de comunicación?

SI ()

NO ()

Pregunta 9. ¿Con qué frecuencia observa usted noticias relacionadas a la Comunidad de Lampata Chasqui en los medios de comunicación del cantón Salcedo?

Cada semana () Cada mes () De vez en cuando ()

Pregunta 10. ¿Si existiera un espacio para la comunidad en los medios de comunicación acerca de qué le gustaría que se hable?

De la cultura y tradiciones del sector ()

De los productos que se producen en la comunidad ()

De los sitios turísticos que ofrece Lampata Chasqui ()

De las necesidades de la comunidad ()

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO 4: ENTREVISTAS REALIZADAS AL DIRECTOR DE RADIO LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, MSC. EDUARDO GUERRERO

¿Qué es la comunicación alternativa?

La comunicación alternativa nace justamente como una alternativa a los medios de comunicación comercial, privados, el fin de los medios de comunicación comercial es ganar dinero, en este sentido nace la comunicación alternativa como una respuesta a estos medios de comunicación, para estar con la gente, con el pueblo para hacer otro tipo de comunicación, un tipo de comunicación comunitaria porque luego de la comunicación alternativa viene la comunicación comunitaria, porque esta con la comunidad esta con los problemas, las necesidades, los adelantos de las comunidades. La comunicación alternativa se basa en la gente, en las necesidades de las personas.

¿Cómo se da la comunicación alternativa en Cotopaxi?

Es muy complicado decir que en Cotopaxi se da en la globalidad una comunicación alternativa, porque también los medios de comunicación comerciales pueden hacer la comunicación alternativa, por decir en muchos formatos, muchos programas se han copiado de la comunicación alternativa en los medios tradicionales, con el fin de ganar dinero. Aquí en Cotopaxi los medios comunitarios son los que hacen la comunicación alternativa, y no solo hablemos de medios radiofónicos, también tenemos un canal comunitario en la provincia de Cotopaxi, también se puede realizar comunicación alternativa como impresos, periódicos murales, redes sociales, ósea la comunicación alternativa es la respuesta a lo que los medios comerciales hacen.

¿Cuál es el proceso de formación de un programa de comunicación alternativa de determinada comunidad?

Para formar un programa, un proyecto de comunicación alternativa con una comunidad, no puede ser un programa impuesto desde unos iluminados, sino es un proceso que nace con la comunidad. Primero una investigación de las necesidades, de las demandas comunicacionales, luego viene un proceso de planificación de cómo debería ser la comunicación alternativa y un proceso de ejecución para ir a la evaluación, en este ciclo de investigación, planificación,

ejecución y evaluación, nuevamente vuelve a plantear cómo la comunicación alternativa ha mejorado las condiciones de vida de la gente o en qué puntos se debería dar más énfasis.

¿Cómo se evalúa los productos de comunicación alternativa en la radio?

En las radios se debe tener dos tipos de evaluación: Una evaluación interna con el equipo humano donde vamos mirando el tema de la calidad de contenido, los formatos utilizados, las salidas a las comunidades para hacer con la gente, y una evaluación externa con la comunidad mediante un sondeo de audiencia o a través de grupos focales, el primero nos una cuestión cuantitativa y la otra cualitativa, una vez que tenemos los dos productos unimos y vemos cual ha sido la evaluación que hemos tenido con respecto a nuestro producto comunicacional.

ENTREVISTA REALIZADA AL PROPIETARIO DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN ESTÉREO SAN MIGUEL.

¿Estaría dispuesto en su medio de comunicación a dar espacio a un producto de comunicación alternativa?

Si desde el inicio de este medio de comunicación hace 17 años que nació, fue con la finalidad de servir a la comunidad del cantón Salcedo, a todas sus parroquias, comunidades. Actualmente, estamos trabajando con algunas organizaciones campesinas también con el propósito de brindarles un espacio donde ellos puedan dar cumplimiento a sus objetivos, sus propuestas, el trabajo mismo que se viene realizando en las diferentes organizaciones con las diferentes autoridades sean estas el GAD Parroquial, el GAD Cantonal y el GAD Provincial así que no es una excepción. Sería importante también inmiscuir este tipo de espacios a las comunidades más cercanas a la parte céntrica del cantón.

¿Qué tipo de programación tiene usted?

Diversa programación desde noticiosa, deportiva, musical, radio revistas donde la familia del cantón Salcedo especialmente está ligada, está pendiente de cada uno de los espacios de este medio de comunicación como parrilla tiene estructurado, así desde tempranas horas de la mañana tenemos programación para la gente del campo y lógicamente lo escucha la gente de la ciudad, tenemos tres espacios informativos, segmentos deportivo todos los días, los espacios de

música nacional, música para jóvenes, música para adultos, música para la familia en sí.

¿Cuál es el programa que más se escucha?

Al decir de la gente, ya que yo no puedo afirmar pero a través de algunas encuestas realizadas por nosotros y algunas empresas nos han sitiado en cuanto a lo deportivo, inicialmente la parte informativa ya que trabajamos con algunas organizaciones campesinas, los GAD parroquiales, el GAD. Municipal, y algunas entidades que así lo requieren este espacio informativo. En la mañana es la de mayor cobertura, luego le sigue al medio día y por la noche también sin dejar escapar lo que tiene que ver la información del campo.

¿Le interesaría trabajar en comunidad?

Lo estamos haciendo desde el inicio mismo, trabajamos con las diferentes comunidades del cantón Salcedo, así que no sería la excepción, sería un puntal fundamental para ir reafirmar el trabajo que hace este medio de comunicación con las diferentes comunidades.

¿De ser el caso si la comunidad Lampata Chasqui se organizara para tener su propio programa de comunicación alternativo usted permitiría el paso?

No hemos cerrado las puertas a ninguna institución mucho menos a la comunidad del cantón Salcedo a la que este medio de comunicación se debe, sería un privilegio que alguna comunidad se interese en hacer este tipo de programas, se buscaría el horario adecuado donde ellos propiamente ellos así lo requerirían.

ENTREVISTA REALIZADA A LLA RADIO BRISA AL LIC. PATRCIO QUINTUÑA

¿Estaría dispuesto en su medio de comunicación a dar espacio a un producto de comunicación alternativa?

Si desde el inicio de este medio de comunicación hace 17 años que nació, fue con la finalidad de servir a la comunidad del cantón Salcedo, a todas sus parroquias, comunidades. Actualmente, estamos trabajando con algunas organizaciones campesinas también con el propósito de brindarles un espacio donde ellos puedan dar cumplimiento a sus objetivos, sus propuestas, el trabajo mismo que se viene realizando en las diferentes organizaciones con las diferentes

autoridades sean estas el GAD Parroquial, el GAD Cantonal y el GAD Provincial así que no es una excepción. Sería importante también inmiscuir este tipo de espacios a las comunidades más cercanas a la parte céntrica del cantón.

¿Qué tipo de programación tiene usted?

Respuesta.- Diversa programación desde noticiosa, deportiva, musical, radio revistas donde la familia del cantón Salcedo especialmente está ligada, está pendiente de cada uno de los espacios de este medio de comunicación como parrilla tiene estructurado, así desde tempranas horas de la mañana tenemos programación para la gente del campo y lógicamente lo escucha la gente de la ciudad, tenemos tres espacios informativos, segmentos deportivo todos los días, los espacios de música nacional, música para jóvenes, música para adultos, música para la familia en sí.

¿Cuál es el programa que más se escucha?

Al decir de la gente, ya que yo no puedo afirmar pero a través de algunas encuestas realizadas por nosotros y algunas empresas nos han sitiado en cuanto a lo deportivo, inicialmente la parte informativa ya que trabajamos con algunas organizaciones campesinas, los GAD parroquiales, el GAD. Municipal, y algunas entidades que así lo requieren este espacio informativo. En la mañana es la de mayor cobertura, luego le sigue al medio día y por la noche también sin dejar escapar lo que tiene que ver la información del campo.

¿Le interesaría trabajar en comunidad?

Lo estamos haciendo desde el inicio mismo, trabajamos con las diferentes comunidades del cantón Salcedo, así que no sería la excepción, sería un puntal fundamental para ir reafirmar el trabajo que hace este medio de comunicación con las diferentes comunidades.

¿De ser el caso si la comunidad Lampata Chasqui se organizara para tener su propio programa de comunicación alternativo usted permitiera el paso?

No hemos cerrado las puertas a ninguna institución mucho menos a la comunidad del cantón Salcedo a la que este medio de comunicación se debe, sería un privilegio que alguna comunidad se interese en hacer este tipo de programas, se buscaría el horario adecuado donde ellos propiamente ellos así lo requerirían.

ANEXO 5: FOTOGRAFÍAS



Fuente: Evidencia de los instrumentos aplicados.



Fuente: Evidencia de los instrumentos aplicados.



Fuente: Evidencia de los instrumentos aplicados.



Fuente: Evidencia de los instrumentos aplicados.



Fuente: Evidencia de los instrumentos aplicados.



Fuente: Evidencia de los istrumentos aplicados.