



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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN DEL CANAL
COMUNITARIO TV MICC.”**

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

Autora:
González Ulloa Elvia Marcela

Tutor:
Ms.C. Toro Bravo Juan Pablo

Latacunga - Ecuador

Febrero 2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Elvia Marcela González Ulloa, declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: Redes sociales como estrategia de interacción del canal comunitario TV MICC, siendo Juan Pablo Toro, tutor (a) 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.



.....
González Ulloa Elvia Marcela

C.I: 150110504-1

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN DEL CANAL COMUNITARIO TV MICC, elaborado por **GONZÁLEZ ULLOA ELVIA MARCELA**, estudiante de la carrera de **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 Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero, 2018.



.....
MSc. JUAN PABLO TORO BRAVO

CC: 050234401-3

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 Facultad de Ciencias **HUMANAS Y EDUCACIÓN** de la Universidad Técnica de Cotopaxi, la postulante: **GONZÁLEZ ULLOA ELVIA MARCELA**, con el título de Proyecto de Investigación: **REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN DEL CANAL COMUNITARIO TV MICC**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.


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

Latacunga, 09 de febrero del 2018

Para constancia firman:


Lector 1 (Presidente)
Lic. Alex Mullo
CC: 050184834-5


Lector 2
Arq. Enrique Lanas L. Mg.C
CC: 050164759-8


Lector 3
Lic. Cristian Torres
CC: 050234049-0

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos a los docentes de la carrera de Comunicación Social, especialmente al Licenciado Juan Pablo Toro por haberme guiado durante el desarrollo de este este proyecto y a la Licenciada Yesenia Cabrera por todos sus conocimientos impartidos en las cátedras de proyectos. Así mismo hago extensivo mi agradecimiento y gratitud a mi querida familia por su constante apoyo durante el proceso académico en mi querida Alma Mater UTC. Haga extensivo mi agradecimiento al señor Gabriel Orozco, quién me apoyó en momentos duros en este trayecto, sus consejos fueron sin duda alguna un gran aliciente para seguir luchando día a día por alcanzar mi objetivo planteado; graduarme de Licenciada en Comunicación Social, hoy te doy gracias mi amor por todo eso y mucho más. Gracias les doy aquellas personas que formaron parte de mi vida en estos cinco años, aquellas personas que estuvieron extendiéndome su mano amiga en momentos difíciles, un Dios le pague a todos ustedes.

DEDICATORIA

Este trabajo quiero dedicarlo al motorcito de mi vida, a mi querida hija Roxy, aquella pequeñita que me inspira y motiva a ser mejor cada día, mi corazoncito hermoso este trabajo te lo dedico con mucho cariño mi frijolita, en reconocimiento a tu compañía durante su realización.

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TITULO:” REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN DEL CANAL COMUNITARIO TV MICC”

Autora: González Ulloa Elvia Marcela

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo encaminar al estudio del uso de las redes sociales como una estrategia de interacción que el medio comunitario Tv MICC emplea, para el desarrollo de esta investigación se pretende abordar desde la rama de la sociología y tecnológica, debido a que su estudio se basa estrechamente al estudio y comportamiento que tiene el ser humano con la aparición de las nuevas tecnologías, que facilitan y mejoran el proceso comunicativo entre las masas.

Este trabajo de investigación, abordará conceptos relacionados con la televisión, redes sociales, la Web 2.0, medios comunitarios, con la finalidad de poder argumentar o sustentar científicamente posibles hipótesis o conocimientos empíricos que se presenten a lo largo de la investigación. “Las redes sociales actúan como puntos de encuentro donde es posible acceder a información, compartir impresiones, consultar archivos y recursos disponibles a tiempo real, como es el caso de Facebook, Twitter y YouTube”. (Nass, 2011, p.133). En efecto las redes sociales en la actualidad juegan un papel importantísimo dentro de la sociedad; esto se debe a que los seres humanos han adoptado las redes como un instrumento que genera y ha mejorado el proceso comunicativo en la sociedad.

Hoy en día en Ecuador los medios televisivos comunitarios han empleado las plataformas virtuales con la finalidad de crear un nuevo espacio de difusión de información para su audiencia, a través de la Web 2.0, una herramienta útil que le ha permitido al medio de comunicación subir y compartir información en (audios potscats, video, texto, fotografías).

Para esta investigación se empleará la metodología cualitativa; esta permitirá observar, describir y analizar comportamientos y actitudes de las personas que han sido consideradas para este estudio, la aplicación de esta metodología, permitirá recopilar información la cual se pretende contrastar con el marco teórico de este proyecto, para ello se hará uso de la matriz de análisis de contenidos y la realización de un grupo focal, la aplicación de estos instrumentos ha permitido obtener información relevante de este medio de comunicación, entre estos se identificó la falta de recursos económicos y humanos que este canal posee, un factor que impide el uso y manejo adecuado de las páginas virtuales que tiene el medio.

Palabras claves: Redes sociales, Tv MICC, sociología, tecnología, Facebook, Twitter, YouTube, Web 2.0.

ABSTRACT

The present research aims to direct the study of the use of social networks as an interaction strategy that the community media Tv MICC employs, for this research is intended to address from the branch of sociology and technology, because it's the study is closely based on the study and behavior of the human being with the appearance of new technologies that facilitate and improve the communication process among the masses.

This research work will address concepts related to television, social networks, web 2.0, community media in order to argue or sustain scientifically possible hypotheses or empirical knowledge that arise throughout the investigation. "social networks act as meeting points where it is possible to access information, share impressions, consult files and resources available in real time, such as Facebook, Twitter and YouTube" (Nass, 2011, p.133). In fact, social networks today play an important role in society; this is because human beings have adopted networks as an instrument that generates and has improved the communication process in society.

Nowadays in Ecuador the community television media have used virtual platforms with the purpose of creating a new space for the dissemination of information for their audience, through WEB 2.0, a useful tool that has allowed the media to go up and share information in (audio potscats, video, text, photographs). For this research the qualitative methodology will be used; this will allow observing, describing and analyzing behaviors and attitudes of the people who have been considered for this study, the application of this methodology, will allow gathering information which is intended to contrast with the theoretical framework of this project, for this purpose it will make use of the matrix of content analysis and the realization of a focal group, the application of these instruments has allowed us to obtain relevant information from this means of communication, among which we identified the lack of economic and human resources that this channel has, a factor that prevents the proper use and management of the virtual pages that the medium has.

Keywords: Social networks, Tv MICC, sociology, technology, Facebook, Twitter, YouTube, Web 2.0.



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 del Proyecto de Investigación al Idioma Inglés presentado por la señorita Egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: **GONZÁLEZ ULLOA ELVIA MARCELA**, cuyo título versa “**REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE INTERACCION DEL CANAL COMUNITARIO TV MICC**”, 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, Febrero del 2018.

Atentamente,

.....
Lic. José Ignacio Andrade
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 050310104-0

www.utc.edu.ec

Av. Simón Rodríguez s/n Barrio El Ejido /San Felipe. Tel: (03) 2252346 - 2252307 - 2252205



CENTRO
DE IDIOMAS

ÍNDICE

Contenido

ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PROYECTO DE TITULACIÓN I.....	1
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
Título del Proyecto:	1
Lugar de ejecución:	1
Facultad que auspicia	1
Proyecto de investigación vinculado:.....	1
Equipo de Trabajo:	1
Autora: Marcela González	1
Área de Conocimiento:.....	1
Línea de investigación:.....	2
Sub líneas de investigación de la Carrera:.....	2
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	5
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:	5
6. OBJETIVOS	7
General	7
Específicos	7
✓ Analizar qué red social es la que más emplea el medio comunitario	7
✓ Identificar el tipo de contenido que el medio televisivo difunde a través de las redes sociales..	7
✓ Evaluar el impacto de las redes sociales desde los actores internos del medio comunitario.....	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	7
TABLA #1. Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados	7
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	8
8.4. Redes Sociales.....	19
8.6. Dispositivos móviles	24
8.7. Medios comunitarios	25
8.8. Canal Tv MICC.....	32
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS:.....	37
➤ ¿Qué tipo de contenido difunde el medio televisivo en sus redes sociales?.....	37
➤ ¿Cómo evaluar el impacto de las redes sociales en los seguidores del medio televisivo	

comunitario?.....	37
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO NO EXPERIMENTAL:	38
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	40
12. IMPACTOS.....	95
13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO:	96
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
15. BIBLIOGRAFÍA.....	102
16. ANEXOS.....	104

ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PROYECTO DE TITULACIÓN I

El proyecto de investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi esta adapta al formato de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo y consta con 14 secciones obligatorias que se detalla a continuación:

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Las redes sociales como estrategia de interacción del canal comunitario Tv MICC.

Fecha de inicio: 04 de abril del 2017 inicio de asignatura Proyecto de Titulación I

Fecha de finalización: febrero del 2018 finalización de Proyecto de Titulación II.

Lugar de ejecución:

Barrio El Loreto - parroquia Ignacio Flores - cantón Latacunga - provincia Cotopaxi - zona 3 Canal Tv MICC.

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Carrera que auspicia: Comunicación Social

Proyecto de investigación vinculado:

Proyecto de la Carrera Comunicación Social

Equipo de Trabajo:

Autora: Marcela González

Tutor: Mg. Juan Pablo Toro

Primer lector: Mg. Alex Mullo

Segundo lector: Ing. Enrique Lanas

Tercer lector: MSC. Cristian Torres

Área de Conocimiento:

El área de conocimiento obedece a las ramas del saber de la profesión en función de la

cual se hacen los aportes fundamentales del proyecto.

Línea de investigación:

Historia y análisis de los procesos mediáticos de televisión, radio, medios impresos, internet y nuevas tecnologías.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Procesos mediáticos de televisión, radio, medios impresos e internet.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Los medios comunitarios a nivel nacional, no han tenido mucha apertura en el campo comunicacional, como otros medios televisivos, sean públicos y privados. Las oportunidades de desarrollo de estos medios, ha sido escasa debido a que los medios comunitarios tienen financiamiento propio, así lo señala en el Artículo 85 de la Ley de Comunicación, “Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades” (Asamblea Nacional, 2013, citado por Galán, 2014, p.29).

Estos medios se deben única y exclusivamente a los pueblos, o comunidades urbanas y rurales, los cuales están encargados de producir el desarrollo de mencionados grupos de personas. Es por tal motivo que estos medios de comunicación se ven obligados a utilizar otros mecanismos para la difusión de información a través de las nuevas pantallas tecnológicas, estas pantallas permiten a los medios comunitarios acercarse más a su comunidad.

El canal comunitario Tv MICC, cuenta con su propia financiación, este medio posee comunicadores comunitarios, los cuales han ido aportando con su trabajo de manera positiva al desarrollo de muchos pueblos o comunidades rurales y urbanas, a las cuales van encaminados la programación emitida por el medio.

Tv MICC no cuenta con recursos económicos, pero dentro de su proceso comunicativo, ha aplicado estrategias que han dado cabida a receptar la participación de su público objetivo, a

través de la aplicación y uso de redes sociales dentro de su proceso comunicativo, con la finalidad de compartir la información generada en el medio, con más usuarios; las redes sociales les permite al usuario situar todo tipo de información de manera fácil, usable y ágil. A esta plataforma se la considera como un espacio en el cual se fomenta la democratización de información, a través de la difusión de contenido en (textos, audios potcasts, videos y fotografías), esto genera un espacio de participación e interacción entre el emisor y receptor, una ventaja que los medios tradicionales televisivos no poseen.

Por ello es que los medios convencionales se han visto en la necesidad de apoyarse en este nuevo modelo de comunicación, particularmente el canal comunitario Tv MICC, ha ido adaptándose favorablemente a los cambios tecnológicos que se han dado en las últimas décadas, en la actualidad este medio comunitario ha incursionado en el mundo virtual. Este sitio web le ha permitido al medio de comunicación brindar a sus usuarios información accesible y propicia para el desarrollo y fortalecimiento de la comunidad.

Las redes sociales es una forma de entender internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose a estas no solo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar. (Ruíz, 2015, pág.1)

Las redes sociales en la actualidad permite a los medios de comunicación hacer uso de todas sus herramientas, innovando el tradicional modelo comunicativo que poseían los medios de comunicación en el cual se cumplía exclusivamente con el rol de emisor de información a través de sus pantallas, por otro lado, está la web 2.0, esta facilita y mejora el proceso comunicativo, no solo en la inmediatez que tiene un usuario para adquirir todo tipo de información que sea colgada en la web, y a su vez las personas puedan generar contenidos o comentarios de la información publicada en los diferentes sitios web; una participación que contribuye en este nuevo modelo de comunicación.

Tv MICC, un medio televisivo comunitario en el país que ha sabido acogerse a los nuevos cambios tecnológicos presentados en los últimos tiempos; apoyarse en la web 2.0 ha generado

cambios positivos en este medio de comunicación, sus publicaciones (audio, texto, fotografía y video) en los diferentes sitios web que posee este medio, el uso de sus herramientas ha permitido y ha mejorado el flujo de información de este canal en la web.

Palabras claves: Ley Orgánica de Comunicación, medios comunitarios, WEB 2.0, Facebook, Tv MICC.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En la provincia de Cotopaxi, en el cantón Latacunga, no existen estudios realizados referentes a los medios comunitarios, por tal motivo este proyecto va encaminado específicamente al canal televisivo comunitario Tv MICC, el cual en la actualidad se ha visto en la necesidad de apoyarse en las redes sociales como una estrategia empleada como medio de participación e interacción con su público objetivo.

La señal de este medio televisivo comunitario es transmitida, en diferentes sectores urbanos y rurales de la provincia de Cotopaxi; Latacunga, Pujilí, Saquisilí y otros sectores, los cuales son beneficiados de la señal por la ubicación de su antena en la loma de Putzalagua. Tv MICC, es un medio comunitario que en la actualidad se ha visto en la necesidad de acudir a las nuevas pantallas tecnológicas, las que permiten receptor y emitir información de una manera rápida y efectiva, fortaleciéndole al medio de comunicación en su rol con la sociedad.

“Social Tv es un término emergente, vinculado a los nuevos medios, que se utiliza para designar un conjunto de tecnologías, servicios y prácticas que hacen evolucionar el tradicional consumo de televisión a través de la interacción del espectador con el producto televisivo, directamente en la pantalla o mediante dispositivos auxiliares”. (Gallegos, 2013, pág.3)

El acceso a internet que hoy en día poseen las personas tanto del sector urbano y rural de la provincia, les permite hacer uso de estas nuevas pantallas tecnológicas para receptor y emitir información de los medios de comunicación y de toda una sociedad; a través de la WEB 2.0, se ha generado un nuevo proceso comunicativo virtual, al que los medios de comunicación han tenido que adaptarse, con la finalidad de estar a la vanguardia de su audiencia.

Tv MICC es uno de los medios de comunicación televisivos comunitarios que se han visto en la obligación de migrar a los diferentes sitios web que hoy en día existen, con la finalidad de transmitir su programación por estas nuevas pantallas, mismas que se encuentran a la vanguardia de sus telespectadores. Este medio de comunicación ha considerado a la red social Facebook y YouTube como una estrategia comunicativa, la cual le permite estar cerca de la comunidad.

Facebook, una red social que ha evolucionado con el proceso comunicativo en los últimos tiempos; esta red social contribuye con la comunicación y la relación entre seres humanos, un medio virtual que le permite al canal comunitario crear el feedback con su audiencia.

Hacer uso de la red social Facebook, le ha permitido a este medio tener una ventaja frente a otros medios televisivos situados en la ciudad de Latacunga, este medio comunitario se ha ido adaptando a los nuevos cambios tecnológicos que se han presentado en la actualidad, por tal motivo es que este canal comunitario se ha visto fortalecido en el campo comunicacional a nivel regional.

En la actualidad todo medio de comunicación se encuentra en la necesidad de fomentar espacios de participación, en el cual los seguidores de estos medios puedan participar e interactuar con el mismo, basándose en la programación que es difundida a través de la web 2.0 que son empleadas por los medios televisivos, con la finalidad de que su medio tenga mayor apertura en diferentes sectores a nivel local.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Canal comunitario Tv MICC

Público interno y externo del medio comunitario en la ciudad de Latacunga.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

Nass (2011) mencionada que “Las redes sociales actúan como puntos de encuentro donde es posible acceder a información, compartir impresiones, consultar archivos y recursos disponibles a tiempo real, como es el caso de Facebook, Twitter”. (p.133). La globalización ha incidido de manera directa a este cambio drástico que se ha presentado dentro del proceso

comunicativo, en el cual se ha podido generar y facilitar información relevante, actual, de interés y lo más importante de manera inmediata, con el uso de cada una de las herramientas que el internet brinda hoy en día a sus usuarios.

Las redes sociales se encuentran inmersas a las necesidades que tiene el ser humano de comunicar y ser comunicado sobre la realidad del entorno en el que se desenvuelven, el internet ha permitido que las personas puedan intercambiar información con otras a grandes distancias, especialmente sobre lo que suscita en cada uno de los lugares que se encuentran.

Las redes sociales han tenido un gran auge dentro de la sociedad, pues este ha funcionado como una vía alterna que permite promover y generar todo tipo de contenidos, esta brinda a la sociedad la posibilidad de concebir la retroalimentación. Las redes sociales hoy en día son consideradas como una herramienta muy importante y eficaz, dentro del proceso comunicativo, las cuales tienen como objetivo conocer y tener acceso al conocimiento, a la información y al entretenimiento, según las necesidades de comunicar y ser comunicado en la sociedad.

El medio comunitario Tv Micc, se ha visto en la necesidad de apoyarse en las redes sociales, especialmente en Facebook y YouTube, en donde encuentra y dispone de herramientas importantes para que este medio pueda subir información referente a la programación que el medio transmite a través de la pantalla, con la finalidad de fortalecer su proceso comunicativo con la comunidad, este medio ha realizado publicaciones tanto en texto, fotografías, audios y videos, difundiendo los contenidos a través de las redes sociales de Facebook y YouTube para poder “aportar desde el ejercicio pleno del derecho a la comunicación, en la construcción de una mejor calidad de vida para la población que habita en el centro del Ecuador, basándose en los principios políticos organizativos del Movimiento indígena y campesino de Cotopaxi como son la solidaridad, comunidad y autodeterminación de los pueblos” (Tv Micc, 2009).

6. OBJETIVOS

General

- ✓ Determinar el uso de las redes sociales como estrategia de interacción del medio comunitario Tv Micc, en la ciudad de Latacunga.

Específicos

- ✓ Analizar qué red social es la que más emplea el medio comunitario.
- ✓ Identificar el tipo de contenido que el medio televisivo difunde a través de las redes sociales.
- ✓ Evaluar el impacto de las redes sociales desde los actores internos del medio comunitario.

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

El objetivo puede desplegarse en una o varias actividades, cada actividad puede tener un resultado y varias actividades pueden sintetizarse en un solo resultado, cada actividad debe desarrollarse con una metodología específica que está en relación con el tipo de investigación que se está desarrollando.

TABLA #1. Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)
Objetivo general	Estudio de las cuentas de Facebook y YouTube que posee el medio. Entrevista al gerente para conocer el ¿por qué emplean más determinada red social?	Obtener información propicia, sobre el uso de las redes sociales, mismas que contribuyan al desarrollo de esta investigación.	Matriz de análisis de contenido. Entrevista (Grupo Focal)
Objetivo 1	Entrevista a funcionarios del medio en el medio de comunicación para conocer si la red social que emplean, cuenta con una actualización constante de información.	Verificar si los funcionarios de este medio, se dedican a la actualización de información en la red social.	Entrevista (Grupo Focal)

Objetivo 2	Revisión de los contenidos televisivos que genera el medio a través de las redes sociales.	Clasificación de los tipos de contenidos que difunde el medio comunitario en la red social.	Matriz de análisis de contenido.
Objetivo 3	Revisión de publicaciones realizadas por el medio y ver la aceptación que las redes tienen por sus usuarios a través de compartir like y comentarios.	Conocer el índice de aceptación por parte de los usuarios sobre la información que es publicada en la red social.	Matriz de análisis de contenido.

Fuente: Elaborada por Marcela González

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

La siguiente investigación abordará la temática de “las redes sociales como estrategia de interacción en el canal comunitario Tv Micc”. Este es uno de los primeros medios comunitarios creados a nivel nacional y forma parte de los tres medios televisivos que existen en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi. Para la siguiente investigación se ha considerado varios artículos científicos y artículos de revisión, estos serán empleados para la sustentación y argumentación científica de este proyecto

8.2.2. La Globalización

Como punto de partida para la argumentación de este estudio, se ha tomado en consideración a la globalización; considerada como un fenómeno la cual ha propiciado grandes transformaciones en la sociedad, varios son los factores que se encuentran inmersos a este fenómeno global, entre ellos están: factor político, económico, social y cultural. Estos han contribuido al desarrollo del ser humano a través de los diferentes canales de difusión de información, tanto como lo era años atrás la televisión y en la actualidad los diferentes sitios Web o redes sociales, las cuales son consideradas como un nuevo modelo de comunicación que posee el ser humano para comunicarse a corta y larga distancia.

8.2.3. Televisión, globalización y cambio social

Por otro lado Miguel Ángel Ortiz, en su artículo elaborado “**Globalización, televisión y Cambio Social**”, permite darle más profundidad a la temática planteada.

Ortiz (2005) en su artículo menciona que:

Estamos inmersos en una sociedad en permanente transformación tecnológica y social en la que la televisión no sólo debe ser testigo de los acontecimientos, sino que es absolutamente necesario que se adapte y sea protagonista esencial de este proceso de cambio. De igual forma, la transformación técnica y social de ahora está propiciando nuevas formas de consumo en televisión que exigen un replanteamiento de la relación entre los emisores y los receptores. (p.80)

Con el aporte de Ortiz, se puede aludir que los cambios que se han presentado en la sociedad han sido drásticos, debido al gran auge que la tecnología ha tendido dentro del campo comunicativo, en el cual la televisión debe tener una participación directa de los cambios generados por la tecnología, acoplándose y haciendo uso de las herramientas y mecanismos tecnológicos que son otorgados a los medios de comunicación, con la finalidad de que la televisión pueda ser partícipe directo de los cambios que se generan en la sociedad.

Si los medios televisivos se adaptan a las nuevas transformaciones que se presentan a través del desarrollo de la tecnología, la relación entre emisores y receptores, puede mejorar dentro del proceso comunicativo, generando una retroalimentación entre estos actores, se debe tomar en cuenta que un medio de comunicación se debe tanto a su público interno (encargados de generar todo tipo de contenido para su difusión) y, el público externo (es quién recepta toda la información que se transmite por el medio, estos últimos son los encargados de juzgar o valor dicho contenido, tomando la decisión de continuar consumiendo el contenido de un canal), es decir que un medio de comunicación debe estar abierto a sugerencias y peticiones del público, con la finalidad de que los medios de comunicación puedan mejorar o fortalecer su proceso comunicativo, el cuál será beneficioso para ambos.

En definitiva la globalización ha ido desplazando a los medios televisivos de la sociedad,

otorgándoles nuevas herramientas de empleo a las personas para acceder a otro tipo de fuentes de información a las que pueden acudir en cualquier momento, y de manera inmediata. Por tal motivo es que la televisión debe adaptarse de manera inmediata a los cambios que han sido proporcionados por este gran fenómeno global, el cual tiene como finalidad la conservación de audiencias en los medios televisivos y, esto la televisión y los diferentes medios de comunicación en el mundo, lo pueden lograr estando a la vanguardia de su ciber-audiencia a través del uso de las nuevas herramientas creadas para fortalecer el proceso comunicativo, generando la participación activa de los televidentes y a su vez que el medio contribuya en el desarrollo de la sociedad.

Si se analiza el fenómeno de la globalización desde la perspectiva de la comunicación, podría decirse que los modelos de interacción social y los flujos de información están aumentando de manera notable, por encima incluso de sus límites para formar nuevas identidades políticas y culturales. Esto se contrapone con una tendencia histórica marcada por unos medios de comunicación que llevan a cabo una integración vertical de las sociedades dentro del ámbito nacional o estatal. (Ortiz, 2005, p.81)

La teoría de “integración vertical” que los medios televisivos utilizaban dentro de su rol comunicativo en la sociedad, ha ido quedando en desventaja frente a este fenómeno conocido como “Globalización”, este ha ido rompiendo barreras dentro del campo de la comunicación y, a su vez ha ido construyendo nuevos paradigmas como la intercomunicación creando nuevas autopistas en las cuáles la información puede viajar de manera inmediata, hacia diferentes destinos a nivel mundial.

Si bien es cierto, “la globalización constituye un proceso creciente de complejas interconexiones entre sociedades, culturas, instituciones e individuos a escala mundial”. (Ortiz, 2005, p.80). En efecto la globalización ha permitido que las fuentes y los medios de comunicación, vayan evolucionando, pero, ¿Cómo el ser humano, identifica si la fuente de información que encuentra en las redes sociales es confiable? ¿Qué tipo de información nos brinda este medio social? ¿Cómo clasificar esta información? ¿Qué fuentes debemos usar para informarnos? Estas son muchas de las interrogantes planteadas a lo largo de la revisión

del artículo elaborado por Miguel Ángel Ortiz, la cual se pondrá a consideración para relacionar con las ideas y teorías planteadas referentes a la temática propuesta, por diferentes autores, que tengan esta misma línea de investigación, estas servirán como soporte para avanzar positivamente en el desarrollo de esta investigación.

8.2.4. La globalización y las tecnologías de información comunicación en la sociedad ciber-sociedad

Camino, 2012 menciona “Las transformaciones que asociamos a la globalización no pueden entenderse sin tener en cuenta el desarrollo tecnológico masivo que se produce en la práctica totalidad de los ámbitos de la operatividad económica y que va afectar a todos los órdenes de la actividad humana” (pág.2).

En efecto la globalización ha sido el autor principal en el desarrollo tecnológico dentro de la sociedad; por tanto se puede decir que esta no solo ha participado de manera directa con la tecnología, esta a su vez ,ha favorecido a la sociedad en el aspecto económico, social, y cultural. La tecnología ha acortado largas distancias, favoreciendo en el proceso comunicativo, ha permitido que los usuarios puedan establecer negocios a través de un aparato tecnológico que posea acceso a internet.

Boar (1994, pág.15) citado por Silva (2008) define a la Tecnología de Información y Comunicación (TIC) como “La reparación, recolección, transporte, consulta, almacenamiento, acceso, presentación, transformación, de la información en todas sus formas (voz, gráficos, videos, textos e imágenes)” pág.5. La globalización es un fenómeno que en la actualidad es empleado como un medio de transporte de información, la cual es generada por los seres humanos y estos tienen la necesidad de comunicarse a corta o larga distancia; por tanto este ejercicio comunicativo se lo puede transferir a través de una máquina, haciendo este proceso útil y de fácil acceso para las personas que requieren contar con este servicio.

Este fenómeno ha ido construyendo un gran tejido dentro de la sociedad, y esta radica en la evolución sorprendente que la tecnología ha tenido en los últimos años, de manera rápida y sorprendente las TIC han ido cubriendo las necesidades que dentro de la sociedad y en su

entorno como tal han surgido, para poder comunicarse entre ellos y con otras personas que se encuentran a larga distancia. Internet se ha convertido en el corazón de este nuevo modelo virtual comunicativo, al cual los seres humanos se han adaptado fácilmente y acuden a ella para adquirir información o a su vez difundirla a su entorno social.

8.2.5. La globalización, un riesgo para la comunicación

La globalización implica también riesgos de la transferencia de la información. La información puede servir al desarrollo pero también puede servir a la manipulación. La transferencia de la información europea occidental hacia América trajo como consecuencia cambios importantísimos para la configuración de las comunidades sociales que habitaban en el continente recién descubierto, pero también la información llevada de América hacia Europa, transformó la sensibilidad de la cultura europea respecto a su posición en el mundo. (Casas, 2014, pág.2)

En efecto, este fenómeno ha contribuido en el desarrollo de la sociedad tanto en el ámbito, económico, social, cultural, entre otros. Pero sin embargo este tiene sus repercusiones al mismo tiempo, cuando se transmite todo tipo de información a través de la red, un lugar en el cual las personas pueden encontrar todo tipo de información, misma que puede servir como un instrumento de manipulación para los seres humanos; estos usualmente son empleados por gobiernos o minorías a nivel mundial con poder. Las personas que usan el internet, deben conocer y tener en cuenta que no toda la información que se encuentra en este sitio WEB es confiable, por ello es recomendable que los usuarios que emplean estos sitios virtuales como una fuente de información, puedan clasificarla y seleccionarla correctamente, sin que esta sea perjudicial para el usuario.

La persona que tiene acceso a internet, es como que esta navegara en un océano, y hay un sin número de información a la que el usuario puede acudir. Y por ello se requiere que el internauta tenga los conocimientos básicos para navegar en la web, haciendo que la información encontrada contribuya al desarrollo de cada persona y de esta manera se pueda evitar que los usuarios sean víctimas de manipulación por la información masiva que se

encuentren en la web.

La globalización es un fenómeno que ha sido empleado como un instrumento de transformación, de cambio y desarrollo en la sociedad, tanto en la tecnología, en lo económico, social y cultural. Esta ha ido abriendo un amplio camino para los seres humanos, puede ser que este fenómeno tenga sus desventajas, pero eso solo depende de las personas que formen parte de ella, toda persona está en la capacidad de discernir lo bueno de lo malo que se encuentre en el internet. En la actualidad internet se ha convertido en una herramienta indispensable como una fuente de información y una fuente para obtener recursos económicos; la globalización a través de la tecnología ha beneficiado al mundo, con el extraordinario mecanismo de información que la sociedad puede hacerlo uso hoy en día, para comunicarse con las personas que forman parte de su entorno y las de su mundo exterior.

8.2.6. Impacto de la televisión en la sociedad

La televisión es un medio de comunicación que ha generado gran impacto en las masas debido al contenido de información que se genera dentro de este, poco a poco se ha ido insertando en las problemáticas sociales, en la cultura y valores que poseen sus televidentes, este es un factor importante que tiene la televisión, pues este le ha garantizado al medio la obtención de mayor audiencia y sobre todo que cada uno de ellos, se sientan identificados con cada uno de los programas que son transmitidos por la pantalla de televisión.

La Tv se ha convertido en un instrumento audiovisual fundamental en cada uno de los hogares a nivel mundial, debido al contenido de programación que se basa desde programas infantiles que son difundidos específicamente para los más pequeños del hogar, y si nos fijamos en el resto de programación televisiva, abarca temas netamente comerciales y de entretenimiento, los cuáles ocupan mayor espacio en la parrilla de programación en la Tv, dejando de lado los temas culturales y educativos, este caso, también se presenta en nuestro país Ecuador, así como en los diferentes países que conforman la región latinoamericana específicamente, la televisión ha ido aumentando, más horas de su programación en entretenimiento tales como: (Telenovelas, programas de espectáculo, anuncios comerciales,

entre otros), otorgándoles más espacio en su medio, y dejando escasas horas de programación para la difusión de contenido informativo, cultural y educativo.

Hoy en día, la televisión nos proyecta muchas cosas de otros países, son contenidos que están fuera de la realidad, se puede decir que se basa más en la fantasía y, es en ese momento en el que se puede dar cuenta de cómo el ser humano es influenciado por estos medios de comunicación, a través del contenido que se difunde en las pantallas televisivas. Oomkes, 1986 menciona que “la televisión ejerce influencia sobre nuestras normas en dos maneras: las cambia, pero las consolida también” (pág.393).

Oomkes hace referencia a que los medios de comunicación televisivos deben cumplir con la consolidación de información, debido a que estos deben anticiparse a los valores que poseen cada uno de sus espectadores, es por ello que cuando vemos la televisión, esta nos ofrece lo que queremos ver, al menos, lo que la mayoría de su audiencia desea ver reflejada en sus pantallas.

Sin duda alguna, la televisión ha ido modificando nuestra imagen del mundo, una imagen incompleta y desmenuzable la que tiene como finalidad que su audiencia tome ciertas partes del contenido que el medio de comunicación otorga a sus televidentes, unas talvez tengan mucho valor y generen un aporte positivo en las masas y otras partes que no resultan ser beneficiosas para sus televidentes.

“La televisión cambia el patrón de qué hacemos en nuestro tiempo libre. Muchas veces, la gente considera ver la tele como su pasatiempo favorito. En consecuencia de eso, dedica menos tiempo a sus contactos sociales” (Cerezo, 1994). Este medio de comunicación ha ido modificando su contenido de programación con la finalidad de que su audiencia utilice su tiempo libre para ver la televisión, lo que ha incidido como un factor negativo en los televidentes, pues las personas en la actualidad dedican menos tiempo para la realización de sus actividades diarias y el compartir con su círculo social. Este efecto se produce en el momento que las familias adquieren estos aparatos para tenerlos en sus hogares.

8.2.7. Teorías de la televisión

Cerezo con su artículo de “Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión”, menciona:

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad occidental, lo que ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos de comunicación social, lo cual repercute para que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan. El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual. (Cerezo, 1994)

La televisión desde sus inicios ha ido ganando grandes espacios en el proceso comunicativo, a través de la difusión de contenido audiovisual que se transmiten en cada uno de ellos, esto ha permitido que estos medios de comunicación sean considerados como un pilar fundamental para la sociedad. Los medios televisivos son considerados como los transportadores de contenidos informativos para la sociedad, a través de la difusión de productos audiovisuales; el tipo de contenido que se difunde en las pantallas televisivas se basa a los intereses, políticas y estrategias que cada uno de ellos poseen para generar impacto en las masas.

En efecto los medios televisivos, han contribuido en el desarrollo de la sociedad desde hace varios años atrás, en la actualidad estos medios de comunicación han ido sufriendo una gran decadencia y esto se debe a la necesidad de cambiar el antiguo modelo de negocio que muchos de estos poseen y obligatoriamente la televisión debe irse adaptando a los nuevos cambios y modelos de comunicación que su audiencia requiere de manera inmediata. Su programación debe estar basada en acontecimientos que se aproximen a la realidad y necesidad de su audiencia, esto puede generar un nivel de confianza el cual pueda mejorar y fortalecer el antiguo modelo de comunicación de este medio.

Para que el medio de comunicación pueda generar en su audiencia un nivel aceptable de confiabilidad, requiere urgentemente la modificación de su parrilla de programación con la finalidad de mejorar su contenido audiovisual y, a su vez este contribuya en el desarrollo íntegro del ser humano, un medio de comunicación no debe olvidarse que su existencia se

debe a toda una sociedad, es por ello que su contenido de programación debe estar encaminada a velar y garantizar los derechos de su audiencia.

8.1. La programación en televisión

En este apartado se hablará sobre la importancia que tiene la audiencia dentro de la programación en la televisión.

La audiencia es el motor de las televisiones. Los anunciantes pagan por los espacios publicitarios y, el valor de dichos espacios se establece en función de la cantidad de posibles consumidores que sea capaz de concentrar ante el televisor: la audiencia, aunque existen –la veremos- otras formas de financiación, pero todas ellas persiguen satisfacer el interés de la audiencia, escurridizo concepto entendido de múltiples maneras. (Careras, 2009, pág.1)

En la actualidad los medios de comunicación se han llenado de muchos espacios publicitarios, los cuales se han ido insertando estratégicamente en el desarrollo de programas que han concentrado mayor número de audiencia. Con el aporte de Careras notablemente se puede llegar a aludir de que el interés de los medios en la actualidad se basa en la difusión de contenidos publicitarios, su prioridad se basa en la venta de espacios publicitarios, los cuales generan más ingresos a su medio de comunicación y logran distraer a su audiencia con esa publicidad, engañándola o distrayéndola, haciéndola olvidar de sus verdaderos intereses como ser humano o sociedad en sí.

El trabajo de programación tiene tres facetas: una primera de planificación, encargada de fijar la visión general de la televisora y las necesidades de producción y compra; una segunda, relacionada con el marketing, encargada de definir el punto de vista de los anunciantes y, a una tercera centrada en confeccionar la parrilla de la televisora y estudiar los resultados de audiencia conseguidos. (Careras, 2009, pág. 2)

Dentro de la planificación de la parrilla de programación de un medio televisivo, como prioridad

esta velar sus propios intereses y cubrir en sí las necesidades de producción que su medio posee, es decir que el medio se dedica a vender más espacios de publicidad y propaganda a empresas, instituciones y personas, los cuales tienen como finalidad vender un producto o servicio a través de la publicidad, o por el contrario vender la imagen de una persona o ideologías a través de las propagandas que son difundidas en su medio. En efecto se puede decir que posiblemente el medio adquiere mayores ganancias económicas en beneficio de la sostenibilidad de su medio.

Según el aporte de Careras, dentro de la planificación de la parrilla de programación de un medio televisivo la audiencia es considerada como última alternativa, en la actualidad la televisión ha dejado de lado la difusión de contenidos relevantes y de interés colectivo, brindando mayor espacio en su medio a la publicidad y propaganda, esta es una estrategia que posiblemente para el medio sea buena en cuanto a su sostenibilidad se refiere, pero hay que considerar o tomar en cuenta que la audiencia tiende a ser cambiante y, esta puede optar por elegir otros medios de comunicación o por ver la programación de otros medios televisivos: aquellos que tienen como prioridad el desarrollo de la sociedad, es por ello que se generan contenidos audiovisuales, basados en los acontecimientos que se suscitan alrededor de la colectividad, es decir su contenido se basa a temas sociales, culturales, políticos, económicos, entre otros.

En la actualidad los medios de comunicación televisivos deben estar a la vanguardia de su audiencia, debido a que estos corren el riesgo de perder su autenticidad, es decir, que perderá el interés total de sus televidentes, lo que incide de manera negativa para un canal televisivo, pues corre el riesgo de que no exista un público quién consuma sus productos comunicacionales, especialmente la publicidad y propaganda que difundían y las que eran consideradas como su primera fuente de ingreso, es un riesgo. Hoy en día la audiencia posee muchas herramientas y mecanismos que le permite acudir a varias fuentes de información, dejando de lado a este tradicional medio de comunicación, como lo es la televisión.

8.2.8. La televisión en Ecuador

Guerrero, 2010 en su artículo "Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja", hace mención que "la televisión es el medio de comunicación más usado en todo el mundo. La televisión tiene una gran variedad de aplicaciones tanto en la sociedad, como industria, en los negocios y en la ciencia" (pág.1). En la actualidad en nuestro país se puede visualizar que los medios de comunicación televisivos en su contenido, han otorgado mayor espacio a los negocios, dejando de lado a la ciencia y los intereses sociales del pueblo

ecuatoriano.

La televisión ecuatoriana ha sido un gran invento, el cual ha tenido gran acogida por parte del público ecuatoriano, en 1960 se dio lugar a la creación de la primera televisión ecuatoriana, esta fue denominada así debido a que en aquel tiempo no había competencia alguna, esta tuvo como sede en la ciudad de Guayaquil, este es el canal 4 RTS.

En la actualidad en Ecuador se puede presenciar la evolución que este medio de comunicación ha tenido, y esto se ve reflejado en los diferentes canales televisivos que existen a nivel nacional y local, los cuales tienen como finalidad, brindar información a sus televidentes con índole de interés público.

8.3. La WEB 2.0

La WEB 2.0 es considerada como un nuevo paradigma comunicativo, con el que hoy en día cuentan las personas para poder comunicar y comunicarse de una manera libre y democrática, con la sociedad. Mohammed (2009) define a la WEB “como la siguiente generación en donde las aplicaciones son más interactivas y provee la participación, colaboración e interacción en línea de los usuarios” (pág.2).

Este nuevo modelo de comunicación, abre un amplio camino para sus cibernautas; estos pueden acceder a los diferentes sitios virtuales que posee la web 2.0, para adquirir información o a su vez para difundirla. La mayoría de los usuarios han hecho uso de las diferentes plataformas virtuales que promociona este sitio web, como un medio de difusión de información, de participación, de inclusión y de dinamismo con el contenido que se crea en este sitio virtual, del que puede ser participe toda una sociedad, a través de las diferentes aplicaciones virtuales existentes.

La WEB 2.0 ha ganado gran apertura dentro de la sociedad, dejando en desventaja a los tradicionales medios de comunicación existentes a nivel mundial, debido a todas las herramientas que este sitio virtual otorga a sus usuarios para que sean protagonistas de la construcción de su información, la cual genere impacto y contribuya al desarrollo de las masas. Sus publicaciones no estarán sujetas a limitaciones o restricciones, como lo están en

un medio de comunicación tradicional.

El sitio web, es considerado como un soporte de datos para los usuarios a la cual pueden acudir para la obtención de información publicada en cada uno de sus sitios web; varias son las ventajas que brinda la web a sus usuarios, esto con la finalidad de receptor mayor participación de cibernautas, ellos son los encargados de darle vida y movimiento a estos sitios virtuales. Varios son los roles que cumple un usuario en la web, en donde es considerado como un generador de información, es el encargado de subir esa información para posterior a esto compartirla a través de las diferentes plataformas virtuales, que permiten realizar la difusión de información con su entorno social y el mundo entero.

8.4. Redes Sociales

Por otro lado, Ingrid Nass de Ledo, en su artículo “Las Redes Sociales”, la autora considera a las redes sociales como un nuevo medio de comunicación alternativo al cual acude un sin número de personas para adquirir todo tipo de información que este medio le pueda proporcionar.

Nass (2011) mencionada que “Las redes sociales actúan como puntos de encuentro donde es posible acceder a información, compartir impresiones, consultar archivos y recursos disponibles a tiempo real, como es el caso de Facebook, Hi5, Twitter, My Space, etc”. (p.133). La globalización ha incidido de manera directa a este cambio drástico que se ha presentado dentro del proceso comunicativo, en el cual se ha podido generar y facilitar información relevante, actual, de interés y lo más importante de manera inmediata, con el uso de cada una de las herramientas que el internet brinda hoy en día a sus usuarios.

Las redes sociales se encuentran inmersas a las necesidades que tiene el ser humano de comunicar y ser comunicado sobre la realidad del entorno en el que se desenvuelven, el internet ha permitido que las personas puedan intercambiar información con otras a grandes distancias, especialmente sobre lo que suscita en cada uno de los lugares que se encuentran.

Las redes sociales han tenido un gran auge dentro de la sociedad, pues este ha funcionado como una vía alterna que permite promover y generar todo tipo de contenidos,

brindando a la sociedad la posibilidad de concebir la retroalimentación. Las redes sociales hoy en día son consideradas como una herramienta muy importante y eficaz para los medios televisivos tradicionales.

A los medios tradicionales se les considera ejes centrales de la mediación social, de la difusión de información, de la propagación de conocimiento y del impulso democrático. Su trascendencia es incuestionable, hasta el punto de caracterizar lo que desde hace casi un siglo se denomina como sociedad mediática de masas. ¿La incorporación de las redes sociales, consideradas como nuevos medios, enriquece y mejora el menú mediático? De entrada, el nuevo escenario, mediático o postmediático, a pesar de su ampliación y apertura, no deja de provocar también otras muchas inquietudes e incertidumbres. (Campos, 2008, p.278)

Al estar de acuerdo con lo que menciona Campos en su artículo, los medios televisivos se han posesionado como líderes de la comunicación en la sociedad, han sido considerados como mediadores de la transmisión de información, contenido, originar conocimientos y democracia. Pero Ortiz en su artículo *“Televisión, globalización y cambio social”* conserva y se mantiene con la idea de que la globalización es la protagonista de grandes cambios en el proceso comunicativo, implementado con herramientas necesarias al ser humano para que pueda desenvolverse favorablemente en su entorno.

8.4.1. Redes sociales en ventaja ante la televisión

Los medios televisivos hace un par de años atrás, eran considerados como las mejores fuentes de información que se podía encontrar en los medios de comunicación, pero la tecnología ha ido evolucionando de manera eficaz, fortaleciendo y mejorando las vías de la comunicación, dándole la apertura y participación directa de las personas, a través de las herramientas que la tecnología pone a disposición de la sociedad, para la búsqueda y publicación de información, a través de las diferentes plataformas virtuales, que hoy en día se encuentran estrechamente ligados con los medios televisivos y es de fácil acceso para el público en general.

Las redes sociales brindan muchas ventajas al usuario en el momento de comunicarse, permite que la relación de las personas se potencialice y, esto se logra en el instante de que los usuarios empiezan a interactuar de manera fluida con personas que talvez no puedan coincidir, sea por el tiempo o la distancia. Por estos factores y ventajas, es que varios medios de comunicación se han visto en la necesidad de acudir o migrar a las redes sociales, como una herramienta de apoyo para innovar el tradicional método comunicativo que solían manejar los medios de comunicación.

Bonano (2015) considera “las redes sociales como fuente de información”, y en eso se han convertido hoy en día, estas han ido ganando su espacio en la sociedad, en los medios de comunicación y en los diferentes dispositivos tecnológicos que posee en su mayoría el ser humano. Las redes sociales están al alcance de todas las personas en el momento que sea o requieran los usuarios para poder informarse o comunicarse con el mundo exterior.

8.4.2. Medios televisivos en las redes sociales

Los medios televisivos han tenido que acudir de manera emergente a las redes sociales, debido a que estos les ha otorgado las herramientas necesarias para que la televisión pueda evolucionar satisfactoriamente en su proceso comunicativo, permitiéndole al medio vincularse de manera más efectiva con la audiencia.

El concepto de televisión social engloba varias tendencias o fenómenos que, en torno al mundo de la televisión y muy vinculadas al crecimiento en importancia y visibilidad de la tecnología en la sociedad actual, se están dando: televisión conectada, aplicaciones móviles, redes sociales y segundas pantallas. (Gallegos, 2013, pág.16)

En efecto, la televisión social se presenta como un fenómeno que ha ido trastocando el modelo comunicativo que tiene la televisión a nivel mundial, este le ha ido fortaleciendo debido a que la información y programación emitida por la televisión, se la puede adquirir a través de aplicaciones móviles, en las redes sociales que se convierten en la segunda pantalla, las cuales son de fácil acceso hoy en día para las personas, ahora solo se requiere

que los medios televisivos empleen correctamente todas las herramientas con la finalidad de fomentar el interés en su audiencia en cuanto al proceso comunicativo que tiene como principio, subiendo información de interés colectivo la cual genere la participación de todos sus televidentes y ahora seguidores.

Las redes sociales son considerados como un fenómeno que ha ido revolucionando el concepto clásico que solíamos tener de las relaciones sociales en la inversión de nuestro tiempo libre, en las redes sociales buscamos contactarnos nuevamente con personas que hemos perdido contacto hace muchísimo tiempo atrás, una red social nos permite conservar amistades, podemos conocer gente de diferentes partes del mundo o incluso se puede utilizar como una posible fuente para encontrar trabajo, para entretenerse o a su vez para buscar información relevante para la sociedad actual digital.

8.5. Plataformas virtuales

Las plataformas virtuales le están permitiendo a los medios televisivos dar una nueva alternativa a su audiencia, a través de las diferentes redes sociales que les permiten generar la participación activa de su público y la interacción entre ellos, dándole un plus a los medios frente a los nativos digitales que se encuentran vinculados a más de una red social, muchos la pueden tener en su celular o un Pc, dispositivos en los cuales encuentran todo tipo de información sin necesidad de sentarse frente a un televisor en horarios establecidos que tienen los medios de comunicación, para difundir su programación diaria.

Para darle mayor profundidad a los medios sociales, Francisco Gallegos, en su artículo “Social Tv Analytics: nuevas métricas para una nueva forma de ver televisión” contribuye de manera efectiva con la temática planteada.

La integración de los nuevos medios sociales en los programas de televisión se ha convertido ya en esencial para la industria televisiva. No cabe duda de que el uso e interacción que se produce en las redes sociales es una forma efectiva de implicar a la audiencia en una conversación bidireccional y de permitir a los seguidores

comentar el programa, lo que suele incrementar los ratings de audiencia y los ingresos publicitarios. (Gallegos, 2013, pág.14)

La inserción de los medios sociales en la programación televisiva le ha dado un plus a los medios tradicionales, debido a que en estos en la actualidad se han visto en la necesidad de apoyarse en las redes sociales, convirtiéndose así en nuevo modelo de industria televisiva, la cual otorga espacios de interacción del medio con su audiencia, sin duda alguna una forma muy efectiva, que genera la participación activa de los televidentes, lo que incrementa el número de su audiencia y especialmente los ingresos publicitarios de todo medio televisivo.

La dinámica que tienen en la actualidad los medios de televisión y las redes sociales, posibilitan la convergencia en cada uno de ellos, esto les da un valor más significativo e interesante para su público, aplicando todas las herramientas que tanto la televisión posee como las redes sociales, para la difusión de contenidos, informativos, entretenimiento, culturales, educacionales y especialmente sociales; la programación que se crea en el medio televisivo, es difundido en las redes sociales en texto, audio, fotografía y video, brindándole la oportunidad al usuario de contar con información más completa y a su vez que puedan emitir sus comentarios, creando un feedback entre el medio y su audiencia.

La integración de las redes sociales en la promoción de los productos televisivos es ya un hecho consolidado y cada día es más habitual que dicho uso se encuentre en la base conceptual de los guiones de los programas y series de televisión y también, algo muy importante, en los modelos de negocio que se plantean para explotar los diferentes productos. (Gallegos, 2013, pág.14)

Los medios televisivos en la actualidad se han visto en la obligación o necesidad de migrar a las redes sociales, específicamente para poder promocionar sus productos comunicacionales, adaptándose a los requerimientos de su audiencia virtual, aquella que opta por estar al pendiente de la programación de su canal favorito a través de las redes

sociales, sin necesidad de estar frente a un televisor, sino más bien, obtener todo tipo de información a través de su dispositivo móvil o Pc, que cuenten con acceso a internet para visualizar la programación emitida por la Tv.

En Ecuador se puede observar como la mayoría de medios televisivos a nivel nacional poseen una cuenta oficial en las diferentes redes sociales como “Facebook, Twitter e Instagram”, estas han sido creadas con el propósito de emitir información más completa e instantánea para cautivar a los televidentes y conozcan lo que el medio difunde en tiempo real, el uso de las redes sociales por parte de los medios televisivos ha sido una de las mejores estrategias que han sido adoptadas y aplicadas, para la conservación de su audiencia, a su vez les ha permitido generar un espacio único para que su audiencia opine y participe sobre los temas que aborda el medio en las diferentes redes sociales, considerada como una de las mejores estrategias que ha empleado en la actualidad la televisión, para la conservación de sus televidentes a través de estos sitios Web, fortaleciendo el tradicional método comunicativo de los medios televisivos.

8.6. Dispositivos móviles

La creación de estos aparatos, en la actualidad contribuyen al desarrollo del proceso comunicativo del ser humano, estos nuevos instrumentos de comunicación están a la vanguardia de las nuevas generaciones y los diferentes medios de comunicación.

El sector de los medios de comunicación, también están experimentando una revolución, gracias a la proliferación de dispositivos digitales y puntos de acceso, entre los que incluyen televisores, televisores conectados, teléfonos inteligentes, PC, tablets y videoconsolas. Los límites tradicionales entre los dispositivos y formatos se han difuminado, y el contenido, antes limitado a un solo dispositivo, se puede entregar ahora a través de múltiples plataformas. Y no solo los dispositivos ni las plataformas compiten por nuestro tiempo y nuestra atención, la fragmentación también se está produciendo en los medios. (Nielsen, 2015, pág. 3)

Varias son las opciones que hoy en día tiene una persona para poder visualizar todo tipo de contenido; por tanto se puede decir que los avances tecnológicos contribuyan favorablemente al desarrollo de una comunicación efectiva entre las personas y, esto se puede lograr contando con fácil acceso a internet, permitiendo a través de estos dispositivos buscar todo tipo de información que requiera el usuario dentro de la red.

En la actualidad los medios de comunicación han ido quedando en desventaja con la aparición de estos nuevos dispositivos móviles, debido a que la televisión requiere de todo el tiempo y atención de una persona, mientras que una persona que cuenta con un dispositivo móvil y este tiene acceso a internet, el receptor puede acudir a cierto contenido en el momento que este desee, en el lugar que se encuentre, sin tener que suspender las actividades que esté realizando. La tecnología de una manera increíble ha ido cubriendo las necesidades del ser humano que se han generado en su diario vivir, las que se han desarrollado en su entorno laboral y en el momento de comunicarse.

Si realizamos un análisis de la televisión y los dispositivos móviles, se puede decir, que la televisión es importante para la sociedad, pero para adquirir a la programación que se difunde a través de su pantalla, este medio requiere contar con toda la atención del televidente, es decir, que la persona debe dejar de realizar otras actividades, para sentarse frente a un televisor con la finalidad de recibir la información que es emitida en su pantalla. Por otro lado están los dispositivos móviles, aquellos que son portátiles y una persona los puede llevar a todo lugar en cualquier momento, ya sea en el bolsillo de una cartera, mochila o en el bolsillo de una prenda de vestir que lleve una persona; la cual puede hacer uso de estos equipos cuando así lo requiera el usuario, estos solo deben contar con acceso a internet y a su vez debe tener la batería suficiente la cual le permita realizar su actividad.

8.7. Medios comunitarios

Por otro lado, encontramos los medios televisivos comunitarios, el cual es uno de los ejes fundamentales dentro de esta investigación, por ello se ha tomado en consideración el artículo de Milán en el cual aborda a los “Medios comunitarios y regulación como una

perspectiva de comunicación para el desarrollo”.

Los medios comunitarios tienen normalmente (y deberían tener según la mayoría) un carácter no lucrativo, han de estar integrados por voluntarios y personal no asalariado, representando así un “modo no comercial de hacer comunicación”, independiente de las presiones económicas y políticas. Sin embargo, la ausencia de un sistema de subsidio privada de larga duración o gestión estatal ponen en peligro la misma existencia de este tipo de medios. (Milán, 2006, pág.273)

Las personas que forman parte de un medio comunitario, está compuesto por un grupo de personas que realizan su labor periodística de manera voluntaria, sin intereses monetarios, el cual personalmente es un riesgo con el que posee todo medio comunitario, debido a que no posee recursos económicos para poder conservar el medio ante la audiencia, este es un factor que si no es bien tratado por los directores encargados de dirigir un medio comunitario, tiene el riesgo de ser abolido por otros medios, sean públicos y privados que forman parte del proceso comunicativo.

Un medio comunitario, pese al déficit de recursos que posee, tienen totalmente prohibido crear y difundir publicidad dentro de su programación, debido a que este medio se debe únicamente a su comunidad y su programación va dirigida exclusivamente a esta, la cual está encaminada a generar el desarrollo de la misma, por tal motivo es que un medio comunitario debe difundir contenidos netamente de interés colectivo para su comunidad.

“En la televisión comunitaria, la tarea es mayor, pues hay pocas experiencias en ese ámbito, porque si bien es cierto, existen universidades que poseen concesiones de frecuencias, desde las comunidades la experiencia es casi nula” (Galán, 2014, p.30). En Ecuador los medios comunitarios y en especial los televisivos, no tienen mucha experiencia dentro del proceso comunicativo en el país, debido a que la asignación de frecuencias para este tipo de medios en el país ha sido escasa, lo que le ha puesto en gran desventaja a la televisión comunitaria, frente a la televisión pública y privada, en el Ecuador.

Unos de los primeros medios televisivos comunitarios que empezó a operar en el año 2010 es el Canal del Movimiento Indígena Campesino de Cotopaxi, que se ha constituido en una experiencia interesante, porque da la voz a ciudadanos que antes estuvieron marginados de los mass media. La operación, organización, administración, financiamiento, y producción de contenidos de ese canal, está en manos de los comunicadores comunitarios. (Galán, 2014, p.30)

En la actualidad este medio de comunicación televisivo comunitario, continua cumpliendo con su objetivo propuesto, aportar al derecho del ejercicio pleno de comunicación, contribuyendo a la construcción del desarrollo de su comunidad, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de cada uno de los integrantes que habitan en el centro del Ecuador, “basándose en los principios políticos organizativos del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi como son la solidaridad, comunidad y autodeterminación de los pueblos”. (Tv Micc, 2010)

8.7.1. Rol del medio comunitario con la sociedad

Un medio de comunicación televisivo comunitario, juega un papel importante dentro del proceso comunicativo en la sociedad, debido a que su función es completamente diferente a la de los medios públicos y privados, los medios comunitarios deben brindar un proceso comunicativo que sea inclusivo, democrático y liberadora, en medida de que los protagonistas de la producción de sus contenidos sea la comunidad. Un medio comunitario es el encargado de ser y dar voz al pueblo, mientras que, en los medios públicos y privados, la voz del pueblo ha sido ignorada, beneficiando a las personas o instituciones que forman parte de la pirámide del dominio político, artístico y deportivo.

La experiencia que este medio televisivo ha tenido en el Ecuador dentro del proceso comunicativo, es considerada como muy buena, debido a que su desarrollo de actividades le ha permitido estar vigente en su audiencia, pese a no contar con el apoyo del estado ecuatoriano, este se ha visto en la necesidad de hacer gestión propia para poder adquirir

recursos humanos como técnicos, elementos que le han permitido crear productos comunicacionales encaminados a las comunidades.

Este y muchos otros medios comunitarios han considerado como una estrategia, hacer uso de las redes sociales, en especial Facebook, un medio social que hoy en día se encuentra a la vanguardia de todos sus usuarios, facilitándoles herramientas necesarias para que puedan subir y compartir información dentro de esta red social, la cual permite realizar publicaciones tanto escritas, como en audio, video y fotografías. El uso de Facebook, es un medio de comunicación comunitario que permite tener mayor alcance con la comunidad, debido a que su contenido no será transmitido únicamente por una pantalla de televisión, su programación también se la puede obtener en esta red social, en cualquier momento que los usuarios requieran ver los contenidos.

“La comunicación alternativa es una respuesta no autoritaria a la voluntad del cambio social, gracias a ella conocemos la voz de los actores sociales: hombres y mujeres que viven, piensan y sienten, y que buscan ser escuchados” (Corrales; Hernández, 2009, pág.1). Los medios comunitarios al igual que los medios alternativos tienen el mismo propósito, difundir la voz de los diferentes actores sociales que requieren ser escuchados por la ciudadanía y autoridades, a través de estas dos pantallas, dando a conocer los acontecimientos que suscitan dentro de su entorno.

8.7.2. Medios comunitarios fortalecidos con el avance tecnológico

Los medios comunitarios tanto como los alternativos, han tenido gran auge con el avance tecnológico, especialmente del internet; este es un nuevo modelo de comunicación que se presenta en la actualidad dentro del proceso comunicativo, el cual es considerado como una herramienta esencial dentro de un canal comunitario, pues la programación que es creada en este medio va encaminada a democratizar el derecho que por Ley le corresponde a todo ser humano, el de comunicar y ser comunicado, un derecho que se lo puede adquirir a través de las pantallas de un medio comunitario.

Se debe tener en cuenta que la sociedad siempre va a tener la necesidad de comunicarse, de poder expresar las inconformidades propias de su entorno, y en base a esta necesidad es

que surgen los medios comunitarios, aquellos que tienen como objetivo dar a conocer acontecimientos que se generan en su localidad; la difusión de información que se emite en un canal comunitario que no tiene fines de lucro, su interés principal es generar información que aporte a la construcción del desarrollo de la sociedad y especialmente en los sectores que cubre la señal de un medio comunitario.

Se conoce que los medios comunitarios son creados con la finalidad de brindar un servicio a la sociedad, el cual no tiene fines de lucro, y es ese el factor que incide en que muchos medios comunitarios en el mundo se encuentren en la triste realidad de cerrar, debido a que la tv comunitaria no cuentan con ingresos suficientes que puedan solventar los recursos técnicos y humanos; elementos fundamentales para que un medio comunitario pueda cumplir el rol comunicativo con la sociedad, el informar a su comunidad, esta tarea sin lugar a duda no se ha podido cumplir debido a que muchos de los medios comunitarios por la asfixia de la falta de recursos, ha sido un gran impedimento para que estos puedan consolidarse en el seno de su comunidad.

La creación de varios medios comunitarios se debe a la iniciativa propia de las comunidades, grupo de personas que forman parte del sector y que han decidido crear un medio con la finalidad de poder tener su propio espacio para difundir su voz a través de la pantalla comunitaria, con la finalidad de que la sociedad pueda conocer parte de las necesidades y problemáticas que tiene cada uno de sus pueblos, y este tenga un resultado positivo y pueda garantizar el desarrollo de su comunidad, por ello, Dragón, 2005 menciona que: "La comunicación comunitaria no puede existir, si no es en función de la dinámica social en la que se desarrolla"(pág. 8). En efecto un medio comunitario está estrechamente establecido por una audiencia y en su proceso comunicativo se encuentra inmersa la participación comunitaria, esta es la que justifica la creación de un medio televisivo comunitario.

8.7.3. Sostenibilidad de medios comunitarios

Talvez se pregunten como es que un medio comunitario puede conservarse en el seno de la ciudadanía, si estos no cuentan con recursos económicos y mucho menos con el apoyo

económico por parte del estado, posterior a la revisión del artículo redactado por Dragón con el nombre de **“Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios”** se hace mención que el mejor aporte que tiene un medio comunitario es el trabajo voluntario, considerado como uno de los factores más importantes dentro de un medio comunitario, pero a su vez también es considerado como un factor de riesgo, debido a que las personas o la asociación que esté a cargo del medio, deben invertir su tiempo capacitando a personas que quieren formar parte de voluntarios en la programación del canal, pero muchas de estas personas que son capacitadas, usualmente optan por abandonar el medio, la dedicación y esfuerzo que han realizado los integrantes del medio es innecesario; considerado como un factor negativo dentro de un canal televisivo comunitario, el cual puede hacer que el proyecto fracase debido a la escases de recursos humanos.

Para que el proyecto de un medio comunitario pueda tener éxito, se requiere de que autoridades o las personas que estén a cargo del medio, puedan tener un equilibrio entre la sostenibilidad social, económica e institucional, para ello Dragón, 2005 menciona que “Los procesos participativos que comprometen a las comunidades y contribuyen a fortalecer la organización local, tienen mejores perspectivas de sostenibilidad que aquellos proyectos institucionales que dosifican el acceso y la participación” (pág.18).

La inserción de la participación de la comunidad permite que el medio comunitario se vea fortalecido, dentro del proceso comunicativo que se lleve a cabo dentro de un canal comunitario, debido a que es un medio que se debe a su comunidad y este debe trabajar estrictamente a la difusión de información de este grupo de personas, con la finalidad de contribuir al desarrollo de cada uno de sus pueblos. En sí es la comunidad la encargada de consolidar a un medio de comunicación comunitario, es decir, cuando la comunidad adquiere la responsabilidad tanto de la política comunicacional, la tecnología y administrativa, el éxito de un medio comunitario es que todos puedan contribuir de manera efectiva con un medio comunitario, el mismo que será el encargado de dar a conocer las necesidades de las comunidades y especialmente de que la voz de su pueblo sea escuchada por los distintos sectores.

Dragón (2005) en su artículo recomienda que un medio comunitario deba iniciar con

todos sus recursos de manera limitada, esto con la finalidad de que el medio pueda crecer junto a su comunidad, y que no se requiere establecer proyectos verticales y mucho menos que sean sobredimensionados; elementos que limitarían los espacios de participación de la comunidad. Por ello, entre una de las estrategias que posee un medio comunitario, es el acudir a la comunicación alternativa, esta se mantiene cumpliendo la importante labor de fortalecer a todas las identidades culturales, favoreciéndoles en el desarrollo de cada una de sus comunidades, debido a que su sostenibilidad es el resultado del compromiso político que todo actor social tiene con la comunidad.

Los medios alternativos brindan apoyo a los medios comunitarios, debido a que ambos poseen los mismos intereses, brindar estabilidad y garantizar el desarrollo de cada uno de los sectores que han sido marginados por parte de los medios hegemónicos, otorgarles un espacio donde puedan tener libertad de expresión, es una de las misiones que tienen en común estos dos medios, solo que la participación de la comunidad se ve reflejada en diferentes pantallas tales como: la pantalla de tv, Pc, dispositivo móvil, entre otras.

Por otro lado, Milán (2006) expresa que “Los medios comunitarios representan un aporte en los procesos de desarrollo y juegan un papel muy importante en la democratización, en las reivindicaciones sociales y en la generación de conocimiento, pues inciden en las dimensiones culturales y sociales del cambio” (pág. 269). El aporte de la autora, permite sustentar lo que anteriormente se había plasmado en el proyecto, pues como se lo identifica a un medio comunitario, este se debe en sí a su comunidad y tiene la dura tarea de representarlos a través de sus pantallas o micrófonos en la cual se pueda crear un eco con la voz de las comunidad, haciendo que esta llegue a todos los sectores posibles con la finalidad de que puedan tener respuestas positivas a los llamados que se hagan, un medio comunitario es el encargado de garantizar el pleno derecho de la libertad de expresión, otorgándoles el espacio que necesitan en el medio para que la comunidad pueda expresarse libremente, esto es lo que realmente beneficiaría a toda su comunidad, tanto en sus dimensiones culturales y sociales, estas son encargadas de garantizar el cambio de cada uno de los individuos que formen parte de la comunidad.

Los medios comunitarios proporcionan comunicación

pública dentro de un contexto, que es la comunidad, entendida esta no solo como escenario geográfico sino primariamente como un escenario social. Sus especificidades no pueden ser captadas a partir de una teoría de la comunicación convencional porque la comunicación mediada e interpersonal esta interconectada y tanto receptores como emisores son parte de un mismo sistema social. (Hollander, 2002, p.23)

El aporte del autor permite argumentar que un medio de comunicación comunitario se encuentra estrictamente ligado y destinado a reproducir y representar a un grupo de personas, los cuales tienen los mismos intereses que posee un medio comunitario, en este caso la comunidad es considerada como un punto de referencia en el cual debe basarse el medio comunitario, para poder desarrollar favorablemente su proceso comunicativo en beneficio de su comunidad.

Todos los esfuerzos realizados por un medio comunicacional comunitario está enfocado a representar a un grupo de personas que son considerados por otros medios como una minoría las cuales no han podido tener acceso al poder, es por ello que el discurso de un medio comunitario se focaliza en temas que tienen gran relevancia dentro de este grupo de personas, los cuales con frecuencia han sido ignorados por los principales medios de comunicación “privados y públicos” en el mundo.

El desarrollo de su comunidad es el objetivo primordial de un canal comunitario, y realmente resulta muy complejo para un medio de estos, poder insertar dentro de su contenido de programación basados en la comunidad, por la comunidad y para la comunidad, para ello se requiere que este medio de comunicación sea utilizado como un canal de participación que represente a la “voz sin voz” y a través de este espacio se le otorgue a la comunidad para generar sus propias iniciativas en busca del cambio para su pueblo.

8.8. Canal Tv MICC

El medio de comunicación comunitario Tv MICC, es uno de los primeros medios

televisivos comunitarios en el Ecuador, el cual se encuentra ubicado en la región centro del país, este medio se encuentra operando desde el año 2010, hasta el día de hoy, un medio que se ha convertido en una experiencia muy interesante dentro del proceso comunicativo en la sociedad cotopaxense, es un medio creado con la finalidad de ser el vocero de ciudadanos que por mucho tiempo estuvieron marginados por los mass media.

Tv MICC es un canal comunitario que se encuentra en manos de comunicadores comunitarios; están encargados de la operación, organización, financiamiento y la producción de contenidos que se crean dentro de este medio de comunicación, para su difusión en diferentes sectores rurales y urbanos de la provincia de Cotopaxi.

Es un canal comunitario, el cual no tiene fines lucrativos y su sostenibilidad se debe a la autogestión del medio con la creación de convenios y proyectos con diferentes actores sociales, mismos que se han convertido en el sustento del medio, estos han podido garantizar la existencia y conservación del medio en el seno de la sociedad cotopaxense.

A excepto de los convenios y proyectos que este medio ha firmado con diferentes actores sociales, ha podido mantenerse vigente gracias a la labor voluntaria que recepta este medio, con la finalidad de garantizar la estabilidad del medio a su comunidad, muchos de los recursos humanos, económicos y técnicos, los cuales han sido adquiridos por la propia comunidad y gestión de los directores del medio.

El canal de televisión del MICC, pretende ser un espacio democrático que posibilite la comunicación entre las diferentes culturas, la afirmación de la identidad y la recuperación de tradiciones propias de la vida del pueblo andino. Espacio que permita construir el Sumak Kawsay (Buen Vivir). Que implica el ejercicio pleno de los derechos colectivos de los pueblos y también de las personas, siendo un aporte a la lucha organizada del pueblo pobre. (Tv MICC, 2009)

La programación que se emite en las pantallas de este medio comunitario, va dirigidas a

las costumbres y tradiciones de cada una de los sectores rurales y urbanos que cubre la señal el medio, a su vez su contenido es educativo y cultural, los cuales van dirigidos a la comunidad con la finalidad de que este sea un aporte al desarrollo de cada uno de los sectores que han sido marginados por la sociedad y el poder que se mantiene en el monopolio de los medios en el sector.

8.8.1. Tv MICC y su impacto en la sociedad

La existencia de este medio televisivo ha causado un gran impacto en su audiencia y ha puesto en alerta a otros medios de comunicación televisivo que están ubicados en la ciudad de Latacunga al igual que Tv MICC, debido a que este medio comunitario se ha ido adaptando a las nuevas tecnologías; han sido los protagonistas de fortalecer el proceso comunicativo de este medio con la comunidad, para ampliar su impacto, ha recurrido al uso del internet para poder brindar un nuevo espacio de participación con sus televidentes, teniendo una respuesta favorable por parte de la audiencia, esto se debe gracias a la creación de una cuenta oficial del canal en la red social Facebook, una red que le ha permitido difundir su contenido de programación, Facebook ha permitido generar un espacio de participación activa de la comunidad y a su vez se ha podido consolidar la interacción de la audiencia con el medio y con el resto de personas que comentan, comparten y le ponen un me gusta a la información publicada por Tv MICC <https://www.facebook.com/tvmicc/>.

8.9. Facebook

“La red social Facebook se creó en el año 2004 con el objetivo de conseguir que el mundo fuera más abierto y la gente estuviera conectada online. Las personas utilizan Facebook para estar conectadas con sus amigos y familia y descubrir que está pasando en el mundo y para compartir y expresar lo que les importa” (Facebook, 2012). Facebook se ha convertido a lo largo del tiempo en una herramienta indispensable para la difusión de información, para personas, empresas e instituciones a nivel mundial; lo cual le ha permitido estar al tanto de todo tipo de información que se crea y se comparte en esta red social.

(Castrejón, 2012) hace mención de que Facebook, “sin duda es una red social que sigue

creciendo y que aún sigue ofreciendo innovaciones, gracias a toda la nueva expansión que ha tenido a nivel mundial y sobre todo a la compra de nuevas aplicaciones que llegan a complementar aún más la red social”. Los cambios que se han ido generando en este medio social ha permitido que tenga mayor acogida por sus usuarios a nivel mundial, este ha logrado generar una participación activa de sus integrantes con el resto de personas que han creado una cuenta en esta red, Facebook se ha ido acoplando a las necesidades que tiene el ser humano, por tal motivo es que en los últimos años se han visto modificaciones en esta red, con la finalidad de que sus participantes puedan sentirse a gusto con los servicios que esta red brinda.

Facebook es una red social, que permite conocer, subir y compartir información de interés a sus integrantes, en la cual ellos pueden participar de manera directa, con un comentario, con un me gusta, a través de la suscripción a alguna página que le haya gustado que se difunda en este medio social.

La Web 2.0, también conocida como red social, está abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, audio, vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad que enriquecen los modelos de comunicación interactiva. (Cebrián, 2008, p 34 citado por Goyzueta, 2011)

En la actualidad los internautas son partícipes de todos los beneficios que las redes sociales les otorgan, con la finalidad de que cada uno de ellos pueda ser partícipe del proceso comunicativo que se fomenta a través de este medio social, el cual les permite generar información, para poder difundirla, este también permite que sus usuarios puedan receptar todo tipo de información y a su vez esta se pueda intercambiar, sea en textos, audios, videos o fotografías, brindándoles la oportunidad de generar información más completa, a través de la web 2.0.

Por medio de la red social Facebook, una persona, empresa, institución o un medio de comunicación, puede crearse una cuenta de fanpage, una opción diferente que le permite la promoción de su página y contar con un mayor número de seguidores, lo cual le fortalece a una empresa o medio de comunicación, pero para ello se requiere de que los administradores de la página se encuentren constantemente actualizando la información que se difunde en su fanpage, lo que permite conservar a su audiencia.

Las redes sociales ha permitido que sus usuarios puedan interactuar entre ellos, el cual ha sido un factor primordial dentro del proceso comunicativo, debido a que con los medios tradicionales antes no se lo podía hacer, pero en la actualidad estos se han visto en la necesidad de apoyarse en estos medios sociales, con la finalidad de conservar a su audiencia televisiva o radiofónica, otorgándoles un espacio de participación dentro de sus medios de comunicación, a través de una red social.

“La web 2.0 ha sido un fenómeno muy estudiado en los últimos años. Si los blogs fueron su primer elemento destacable, en 2008 ha habido un importante aumento de la utilización, difusión y estudio de los sitios de redes sociales (en adelante SRS)” (Margaix, 2008). Los SRS han receptado mayor participación de usuarios, esto se debe a que las redes sociales se han mostrado como una fuente diferente de información, a la cual acuden con la finalidad de obtener información, sino también de verse beneficiados por el resto de servicios que las redes sociales brindan a su público.

Todo ser humano tiene la necesidad de comunicarse con otras personas, mismas que establecen nuevos vínculos con personas de lugares diferentes, es en ese momento donde vemos en nuestro entorno amigos, conocidos, amigos de nuestros amigos y así es como vamos creando nuestra propia red social, como resultado de esto se tiene los SRS, el cual surge de la necesidad que tiene el ser humano en estar conectado con su círculo social, y conocer acontecimientos que suscitan en su entorno, una necesidad que ha sido atendida de manera efectiva por parte de las redes sociales, debido a que estas les ha otorgado a sus usuarios las herramientas adecuadas para que este proceso comunicativo se lleve a cabo favorablemente.

¿Quiénes han acudido a estas redes sociales?, varios se han visto en la necesidad de recurrir a las redes sociales, con la finalidad de poder estar conectado con sus amigos y el mundo, pues una red social en la actualidad no solo brinda la posibilidad de establecer nuevas amistades en este medio, esta a su vez brinda a sus usuarios la oportunidad de adquirir todo tipo de información, la cual es emitida hasta por los propios medios de comunicación tradicionales, empresas públicas, privadas, medios comunitarios entre otros, con la finalidad de dar a conocer a su empresa o medio.

8.10. Facebook: protagonista en el proceso comunicativo.

Al hablar de la red social Facebook, la cual se ha convertido en la protagonista principal dentro del proceso comunicativo a nivel nacional, esta red social ha sido adoptada por los diferentes medios tradicionales de comunicación social en Ecuador, con la finalidad de conservar a su audiencia a través de la difusión de información emitida por el medio en esta red social, con la que cuentan la mayoría del pueblo ecuatoriano.

Para los medios tradicionales ha sido una de las mejores estrategias trabajar con las redes sociales que han empleado, la finalidad que buscan los medios es seguir teniendo el mismo interés por parte de la audiencia, a través de la difusión de información en esta nueva pantalla virtual, la que permite a sus usuarios tener una información más detallada y completa que la que se transmite en sus medios tradicionales, el beneficio a su vez que tienen los usuarios o seguidores de un medio en la red Facebook, cuenta con la facilidad de encontrar información que ellos requieran, pues la información que se publique en la red queda a disposición de su público para que este pueda adquirirla en todo momento.

9. PREGUNTAS CIENTIFICAS:

- ¿Por qué las redes sociales han sido empleadas como una estrategia de interacción en el canal comunitario Tv MICC?
- ¿Cuál es la red social más emplea el medio comunitario?
- ¿Qué tipo de contenido difunde el medio televisivo en sus redes sociales?
- ¿Cómo evaluar el impacto de las redes sociales en los seguidores del medio televisivo comunitario?

10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO NO EXPERIMENTAL:

La Universidad Naval (2016) “Metodología de la Investigación, es una herramienta en el campo de la investigación, que por su estructura y contenidos abordan los elementos básicos que guían un proyecto de manera metodológica y didáctica” (p.9). Se ha tomado en consideración el aporte de la Universidad Naval y a su vez lo comparto, debido a que toda investigación científica requiere emplear el uso de un diseño metodológico, el cual dota de instrumentos, técnicas y estrategias al investigador para que este pueda identificar si su investigación es o no es viable para su ejecución.

La metodología que se empleará en esta investigación es la cualitativa; Murillo y Garrido (2010) mencionan que este método “consiste en detallar situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe” (p.2). La metodología cualitativa, permitirá describir e interpretar cada uno de los comportamientos y actitudes que sean transmitidos y difundidos por el grupo de comunicadores comunitarios que forman parte del Canal Tv MICC, en especial de las personas que están encargadas de administrar las páginas en las redes sociales que posee este medio.

La aplicación de esta metodología se dará a nivel micro, debido a que esta investigación se aplicará en el medio de comunicación, del cual se ha seleccionado un grupo específico, con el que se pretende trabajar en esta investigación; sus actitudes y comportamientos contribuirán a la investigación. Para la aplicación de esta metodología se requiere de la participación del investigador, quien es el encargado de llevar a cabo la aplicación de esta metodología, empleando las técnicas e instrumentos que esta posee para la obtención de resultados.

Esta metodología posee dos tipos de técnicas, entre ellas se ha considerado la aplicación de la entrevista a través de la realización de un grupo focal, en el cual participa todo el personal del medio, posterior a ello se realizará un análisis de contenido, a través de una matriz que permite la recopilación de datos importantes de las diferentes redes sociales que

emplea este medio de comunicación.

10.2. Tipo de diseño No experimental “Ciencias Sociales”

Para el siguiente proyecto de investigación, se ha tomado en consideración el diseño no experimental “Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos” (Escamilla, 2013).

El diseño no experimental, nos presentan los hechos de forma natural basados en el comportamiento y actitudes que tienen los participantes en el momento de desarrollar la entrevista llamada “grupo focal”, debido a que todos los sujetos o elementos que se encuentran inmersos en el proyecto se presentarán de manera espontánea, dependiendo la orientación que se le dé a la investigación, en la cual posiblemente surjan diferentes tipos de diseño; con los que se puede basar y encaminar la investigación.

Del diseño no experimental se deriva el diseño transversal, este es empleado con la finalidad de recolectar datos en un momento específico dentro de esta investigación, esto permitirá realizar un análisis para verificar si las variables establecidas que se encuentran en estrecha interrelación con la investigación sobre el medio comunitario Tv Micc.

En este diseño se deriva en transversal descriptivo y correlacional, a continuación se detalla los dos 2 tipos de diseños, los que se han considerado importantes para esta investigación:

Descriptivo: en esta investigación se pretende describir cada uno de los elementos que sean emitidos por los sujetos que se encuentran inmersos en este proyecto, el aporte que se genere posterior a la aplicación de este diseño, permitirá conocer o identificar si la investigación que se está realizando es viable; esto solo se puede deducir en el momento que se trata de relacionar esos resultados con los conceptos y variables que han sido consideradas como ejes para la realización de esta investigación, basándose en la temática central “Redes sociales como estrategia de interacción del canal comunitario Tv MICC”.

Correlacional: este estudio permitirá determinar el grado de relación que tienen las variables establecidas en esta investigación, a través del estudio y análisis de cada una de

ellas con el medio comunitario, para luego establecer las posibles relaciones que se den entre las variables consideradas.

El enfoque que se le dará a esta investigación es el cualitativo, debido a que este nos permitirá obtener información referente a lo que piensan y sienten cada uno de los sujetos que han sido considerados para el desarrollo de la investigación. El investigador tiene la oportunidad de interactuar con este grupo de personas, una estrategia que beneficia y contribuye en el estudio del medio comunitario, con este enfoque se puede estudiar al público interno de Tv MICC.

La población que se ha considerado para esta investigación, son todas las personas que forman parte del medio comunitario, administradores, directores, periodistas, entre otras personas que laboran voluntariamente en el medio.

Para el muestreo se considerará una parte esencial dentro de la población que será tratada en la investigación y para eso ha delimitado exclusivamente a las personas encargadas de manejar la cuenta oficial del medio en las redes sociales, Facebook y YouTube, el estudio de este grupo permitirá tener resultados sobre el manejo que el medio tiene en sus diferentes sitios virtuales.

El muestreo no probabilístico; se ha considerado este muestreo debido a que no todos los casos tienen la misma probabilidad de que sean seleccionados, en esta investigación se elegirán los casos que presenten mayor importancia en el proyecto: uso de las redes sociales por este medio comunitario.

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Análisis de resultados grupo focal interno

CÓDIGOS	TEXTOS	OBSERVACIONES
HISTORIA DEL CANAL TV MICC		

RELHIS	<p>¿Me podrían hablar sobre los inicios del medio de comunicación?</p> <p>German Ugsha...</p> <p>Bueno según el documento, la adjudicación de la concesión de frecuencia, antes de eso el consejo de gobierno en el año 2002 han tomado la decisión en el periodo del expresidente Jorge Herrera persona que en ese entonces fue presidente del movimiento indígena de Cotopaxi, en el año 2005 más bien ya empezaron con ese proceso del planteamiento para que consideren antes el Artel en esa concesión, quién adjudicaba el contrato, entonces el 24 de septiembre del 2008 ya acordaron entre el representante legal de esta institución y del movimiento indígena para un lapso de diez años, porque antes con Artel el contrato esta hecho por diez años, desde ese entonces, no recuerdo claramente el contrato pero indicaban que daban un plazo determinado para que este medio de comunicación dentro de cinco a siete meses pueda sacar al aire oficialmente la cobertura, entonces en junio del 2009 ya empieza a sacar oficialmente porque según el documento interno que revisé fue por los equipos porque por la parte técnica del movimiento indígena no disponía con los equipos y recursos necesarios para poder instalar de inmediato, entonces por ese motivo, por las cooperaciones internacionales fue que la</p>	<p>Los integrantes que formaron parte del grupo focal, mostraron interés en hablar sobre los cimientos del medio de comunicación comunitario, del que son parte.</p>
--------	---	--

	<p>secretaria ejecutiva antes del codente habían financiado otras cooperaciones para que este medio de comunicación disponga de los transmisores y de los implementos sobre todo los equipos de aquí de la institución y para la emisión de la señal en el cerro Pilizurco, entonces en base a eso ya había una comisión designada, lo que es un organigrama estructurado, entonces empieza el primer representante legal ha sido la asamblea general, entonces posteriormente viene el consejo de gobierno del MICC, quien es representante legal de la institución y luego viene la gerencia general de la institución, entonces así ya empezaron a trabajar, entonces más bien usted Luchito igual que por varios años ha trabajado, ha prestado este servicio, también la parte presentación, porque eso también considero que fue importante conocer primero el no contar de pronto con las tecnologías de punta por ejemplo, tener equipos Mac, cámara, por ejemplo hoy por hoy pensamos que el tener una cámara grande es más valiosa, de pronto en esos procesos ya de la señal abierta que se dio, hubo un proceso no cierto Luchito, entonces..... no recuerdo bien, pero si revisé en varias ocasiones, créame que tuve que aprenderme de eso, inclusive tanto el reglamento interno tanto la función del representante legal y cuál debe ser la función de gerencia también, entonces inclusive los</p>	
--	---	--

	<p>principios en este caso del canal comunitario, por ejemplo en ese documento, una de las cláusulas del contrato estaba de que este canal comunitario, que no era a principio de pronto las políticas con otros medios de comunicación por ejemplo, no hacen el pautaaje de los productos transgénicos de las grandes empresas, entonces este medio de comunicación busco otra alternativa de fortalecerse y solventarse, primero para el mantenimiento de la institución y de esa manera también para disponer de las noticias y hacer coberturas de acuerdo a las programaciones que tenían y entonces eso la verdad son políticas y principios son algunos más bien eso sería bueno Luchito ayudarle con el documento, para que la compañera pueda apoyarse en ellos.</p>	
	<p>¿A través de la creación de la ley de comunicación, este medio de comunicación se vio fortalecido o se vio en desventaja?</p> <p>Luis Aimacaña...</p> <p>Yo quisiera aportar dos cosas más a lo que dijo Herman, haber una en la parte técnica instalar una estación de televisión es tremendamente difícil, ósea para no repetir lo que dijo Herman, fíjate para instalar el transmisor la antena que está ubicada en el Pilizurco se tuvo que hacer una negociación con el movimiento indígena de Tungurahua y con la organización que es</p>	

<p>RELHIS</p>	<p>propietaria de los predios, ahí veo que fue una cuestión bastante clave para el movimiento indígena el aprovechar esos espacios organizativos, porque es tremendamente complejo y costoso, y el otro tema era el asunto del personal refiriéndome al inicio del canal, gran parte que realizó la diócesis de hecho de los que estamos aquí, por lo menos el cincuenta por ciento hemos tenido alguna relación coyuntural o una relación de dependencia de trabajo directa con radio Latacunga, entonces eso fue una especie de escuela de formación de la radio, Gonzalo por ejemplo ahí fue reportero, parece que Jaime también, Hilda también trabajó ahí y Alicia que hoy está ayudándonos también estuvo por ahí y, bueno yo estuve como más de diez años en la radio Latacunga, entonces me parece que ese fue un aliado muy importante para poder arrancar porque en definitiva claro nosotros estábamos empezando de cero, oséa no teníamos digamos un conocimiento ya tácito, ya bueno yo hacía televisión en Ambavisión pero en cambio hacerse cargo de un medio de comunicación comunitario, un medio televisivo era absolutamente difícil. Bueno ahora esas dos puntualizaciones quería dar génesis del canal y los temas que refería Herman, hay una escritura la cual podríamos darle mejor esa escritura para que no se divague en cuanto tiene que ver a la fecha misma, hay una escritura pública y más</p>	<p>El aporte del gerente del medio de comunicación, llamó la atención de los participantes del grupo focal; historia que para ciertas participantes era desconocida.</p>
---------------	--	--

	<p>bien esa que sea el respaldo, ahí faltó nombrarle a Abraham Salazar por ejemplo yo recuerdo que le puso mucho, muchísimo entusiasmo a ese tema y osea la prefectura de Cotopaxi en aquel entonces de la fecha que estamos hablando, pues por ejemplo compro esta casa donde hoy está el canal, compró con recursos del estado y me pareció muy clave también un apoyo de esta naturaleza, claro en ese momento teníamos un buen número de autoridades muy comprometidas con la idea, pero el medio del asunto, bueno esa es una cuestión personal que yo quisiera decirlo es que radio Latacunga antes era el parlante del movimiento indígena, radio Latacunga era digamos la voz oficial no, de todas las actividades y claro la radio fue cambiando su opción preferencial que antes se llamaba desde la última encíclica que se realizó en Medellín y después en Puebla para que claro los medios de comunicación tengan cierta preferencia y Monseñor Ruiz por ejemplo el que regendaba la radio Latacunga en la década de los setenta y ochenta decía, radio Latacunga es hecha para los más pobres de entre los pobres que somos nosotros los indígenas, entonces para cambiar de Obispo viene el Monseñor Raúl López Mayorga quien decía, radio Latacunga está hecha para evangelizar a todo el pueblo católico de Cotopaxi, entonces a raíz de eso mucha gente salió de ahí no, en caso del actual prefecto Jorge Guamán, salió Olmedo</p>	
--	--	--

	<p>Isa actual secretario de SENAGUAS, salió Edgar Jiménez que llegó a ser presidente de la empresa eléctrica, Dina Morales, Maritza Salazar, José Venegas, claro entonces era una cuestión ya diferente, se acuerda Gonzalo que usted estaba también en este proceso que con el Monseñor Raúl López Mayorga era otra onda, la cual tenía que darse énfasis no en el proceso organizativo, sino más bien en la cuestión de formación religiosa, pues de ahí tuvimos que abandonar la lucha y esas personas fuimos las que venimos al canal por el gusto de hacer comunicación es más durante todo ese tiempo no habíamos ganado un sueldo, más bien era una cuestión de Hobby, voluntario, yo por ejemplo siempre estaba viniendo por las noches a presentar las noticias pero como una cuestión de gusto más que de sobrevivencia, entonces eso es lo que yo quisiera añadir y no sé si alguien más quiere decir algo respecto a la historia del canal, sería bueno pero.....</p> <p>Blanca, después yo respondería la pregunta que tiene que ver con el asunto de la Ley de Comunicación, entonces Blanca y don Gonzalo que son los más antiguos aquí en el medio (risas).</p>	
	<p>Gonzalo Rojas...</p> <p>De lo que Lucho topaba en este caso el tema de la radio Latacunga, radio Latacunga nace un 8 de diciembre no sé, parece que es del ochenta y</p>	<p>La difusión de información del ex-presidente del MICC, fue considerado como un nuevo aporte para</p>

<p>RELHIS</p>	<p>dos por ahí, pero radio Latacunga viene a nombre de movimiento indígena porque el movimiento indígena a más de crear la educación intercultural bilingüe, era importante seguir difundiendo las inquietudes que tiene el movimiento indígena, entonces que pasa de lo que el movimiento indígena como ahora cada dos años, un año o cada seis años, cada dirigente llegaba a tener sus políticas, entonces transcurre los tiempos cuando llega la radio Latacunga, viene un dirigente les interesaba la radio Latacunga, viene otro dirigente no les interesaba la radio Latacunga, entonces por eso es de que la radio Latacunga como era para el movimiento indígena, el movimiento indígena no hace los trabajos como debe de ser, entonces ahí se posesiona la iglesia en este caso la diócesis de Latacunga, entonces ahí siguió hasta cuando estaban las hermanas Paulinas, ahí estaba la Alma Montoya, Lucelia Grilla, entonces todas ellas en ese entonces trabajaban como eran los reglamentos de la radio Latacunga, de estar juntos con el pueblo, por eso era la Voz del pueblo en marcha, ya entonces hasta ahí el movimiento indígena de Cotopaxi con los dirigentes que estábamos ahí.... Ehhh apropiábamos, pero ya a la larga sigue yendo en este caso viendo Xavier Herrán, entonces propone para que sea el un reportero Juanito Caisaletín, entonces él trabaja para el movimiento indígena, pero ya como le digo la</p>	<p>algunos compañeros del medio de comunicación, especialmente en el momento que el señor Gonzalo mencionaba que el medio de comunicación tiene sus raíces en la radio Latacunga; muchos de los participantes concordaban con la argumentación de su compañero Gonzalo en cuanto a las dificultades que el medio de comunicación ha tenido a lo largo de su existencia con los cambios de autoridades del MICC.</p>
---------------	---	---

	<p>directiva va cambiando cada periodo, algunos les interesa a otros no, entonces el resultado de eso la radio llega a la iglesia católica, entonces ahí yo me acuerdo estuve de dirigente un tres de febrero del año mil novecientos noventa y siete, ahí yo llegué a ser presidente del MICC, entonces como yo conocía los procesos de la radio Latacunga, entonces a mí me interesaba que el MICC vea que hace para seguir difundiendo, pero ya ahí yo ya tenía ciertas reglas, yo no podía cualquier rato denunciar lo que pasaba, por ejemplo los levantamientos, todos eso, entonces no podía hablar en este caso Eduardo Guerrero que es hasta hora el director tenía que pasar por el filtro de él, pero él también no era por lo que él quería sino que era porque ya existían normas en las que debía basarse, entonces desde esa temporada ya se venía hablando no solamente por mí, sino todas las organizaciones de segundo grado decían, como sacamos a radio osea a más un medio televisivo para el movimiento indígena, desde ahí se viene discutiendo y se ha venido analizando, uno de las instituciones que acogió esta voz era Cedis, con todos ellos veníamos trabajando y viendo como podíamos hacer, entonces desde ahí viene madurando, vienen los dirigentes desde esa temporada estar máximo dos años en la dirigencia, la gente que venía participando veíamos necesario la difusión de un medio sea televisivo, prensa escrita o puede</p>	
--	--	--

	<p>ser radio, que el movimiento indígena debe tener, entonces hasta ahí seguían manteniendo la idea, yo le voy a pasar el listado de las dirigencias que venían después de mí, la creación del canal se dio después de unos cinco dirigentes, es decir se hizo efectiva la creación del canal después de unos diez años.</p>	
<p>RELHIS</p>	<p>Germán Ugsha... Claro porque en manos de Jorge Herrera empieza esa ejecución, pero ya oficialmente la instalación y todo ese trámite de la adjudicación de la concesión de frecuencia empieza en la dirigencia de Abraham Salazar.</p>	<p>Nuevo aporte que fortalece la historia del medio en los integrantes del medio de comunicación, muchos de ellos acotaban con información importante y que ha pasado desapercibida por su equipo de trabajo, en relación a la dirigencia en la que se obtuvo la adjudicación de concesión de frecuencia. Muchos de los participantes se mostraron prestos a colaborar con más argumentos para fortalecer el aporte del Sub-gerente del medio.</p>

	<p>Blanca Naula...</p> <p>Yo llegué acá al canal, bueno antes de que hubiera el canal en el año mil novecientos noventa y siete, un domingo el primero de marzo, pero cuando ya nació el canal fue un primero de febrero del dos mil nueve, cuando se apareció a la pantalla, así digámoslo, pero no así con programaciones, sino fue solo emisiones de prueba pero con la señal de las wipalas que decían eso era desde Pilizurco cuando yo recibía acá y pero ya cuando salió al aire inicialmente ya ante el público haciendo como una tipo inauguración, así digámoslo eso fue en junio donde que se fue digámoslo en el año dos mil nueve en manos del compañero Jorge Herrera que hicieron todas las gestiones, pero la inauguración se dio en la directiva de Abraham Salazar cuando oficialmente se hizo todo, cuando se abrió la frecuencia y luego ya fue pasando a las manos de la compañera Dioselinda Isa, luego pasó a las manos del compañero Mario Alomoto, luego fue de Julio Cesar y en la actualidad está el compañero Leónidas Isa y de igual así mismo ha sido con el primer gerente Ángel Tibán, luego fue como gerente encargado José Venegas, luego paso a manos de Gabino Vargas, luego pasó al Germán Ugsha y ahora en la actualidad que está el Luis Aimacaña y así han pasado cada año, por ejemplo el consejo de gobierno del MICC, cada</p>	<p>Participantes del grupo focal, concuerdan y fortalecen el argumento de Blanca, quién habla de ¿cómo se empezó a emitir la señal de este medio de comunicación?, a su vez ellos contaban las experiencias que vivieron en aquel momento dentro del medio comunitario.</p>
--	---	---

RELHIS	<p>dos años iban cambiando, pero de ahí así mismo tanto los gerentes bueno ya de acuerdo iban para decir la creación del canal así mismo digamos súper complicado desde cuando iniciamos, no era como cuando está viendo aurita, por ejemplo cuando yo llegué no hubo este departamento,, era solo una casa de una planta, es decir solo la parte de abajo con todas las oficinas que llevan debajo de ahí con el apoyo del consejo provincial se logró construir este departamento digamos ya, pero no con la opción precisamente para el canal, sino era para... adelante donde que es la sed ahí era para sala de reuniones, ahí ya hacían la sala de reuniones y todas estas cosas eran para oficinas, no era precisamente para un canal de televisión pero ya cuando dieron la frecuencia ya se abrió la frecuencia en ese momento cuando era el tiempo del compañero Abraham decían todos, aquí está el Luchito que él sabía estar siempre constante y algunas personas más, el compañero Olmedo, la Cecilia Velásquez, habían casi como unas veinte personas que andaban al frente para decir ya nació el bebé, pero ahora donde lo ponemos o cómo hacemos, cuando ya llegó el ingeniero Santander el día sábado cuando ya salió la frecuencia y vinieron con los equipos y ahora donde ponemos acá o ponemos acá, y cuando ya hicieron de instalar esta oficina que está acá a lado al fondo ahí era donde teníamos una portátil un poquito más</p>	
--------	---	--

	<p>grande que la suya, con eso proyectábamos porque no teníamos los equipos adecuados, digámoslo así para poder hacer así tal como estamos aurita, más antes teníamos problemas con una máquina, la computadora que teníamos era de años y años pero eso le hacíamos servir para poder proyectar algo no, porque no teníamos dinero, no había apoyo de nadie y cuando ya así era pero solo en esa partecita, teníamos una portátil, una cámara y los estudios era al fondo donde que es la gerencia en estos momentos, tanto para el noticiero de kichua y el noticiero de español, lo primero que teníamos era eso, de ahí así había mucha gente osea era la emoción que salió el canal, osea digamos que la mayoría de personas osea venían y decían tal vez de pronto le sirve este documental o de pronto sirve esta película les ayudamos, les regalamos, de eso nosotros íbamos emitiendo al aire y de así poco a poco siguió creciendo, sería casi un año y medio o más estábamos acá de ahí ya hicimos de pasar a más escenario dijimos que eso ya estaba muy corto, es decir cuando más se hizo de abrir es cuando hicieron la inauguración en junio ahí ya hicieron de abrir más escenarios para poder hacer más programas y así con algunos que nos ayudaron, yo creo que en ese momento nos ayudaron ATN, nos daba así como un poquito de financiamiento para poder así mismo comprar yo que sé cámaras, de pronto una máquina, cuando</p>	
--	--	--

	<p>hicieron la inauguración ahí hay algunas personas que mandaron en un escritorio para ver con qué nos pueden ayudar, algunos dieron DVD, unos dieron máquinas y así lo que podían dar, todo ha sido súper complicado digamos para poder sostener este medio, usted sabe que este es un medio comunitario que osea digámoslo no tiene fines de lucro, el movimiento indígena no tiene dinero y eso la gente de afuera no entendía y así mismo cuando inició este medio la gente venía muchísimos pidiendo trabajo, pero gentes así, personas de alta categoría ellos decían que tenían veinte o treinta años de experiencia y que ellos podían manejar el canal, pero el movimiento indígena decía no, porque nosotros los indígenas también si podemos y en realidad si hay gente preparada para poder llevar al medio y así sucesivamente no querían a las personas, otra gente de afuera vengan talvez de pronto a manejar el medio, pero de ahí así con lo que daban las resoluciones del consejo de gobierno, la misma gente de las organizaciones ya fueron preparándose, les han dado así talleres de ahí algunos así como estaba diciendo el compa Gonzalo, así la Hildaco y así algunas personas que poco a poco fueron preparándose, por ejemplo de mi parte yo no estaba osea preparada, pero con lo que se ve y con lo que pasó el tiempo ya fui aprendiendo y aurita ya es una responsabilidad muy grande para mí llevar</p>	
--	--	--

	esto no, eso Marcelita.	
LEY DE COMUNICACIÓN		
	<p>Luis Aimacaña...</p> <p>Bueno ahora sí del tema de la Ley de comunicación, el canal nace antes de la aprobación de la Ley de comunicación, pero ya que la pregunta se circunscribe al tema de cómo no cierto la Ley de comunicación a aportado o en su defecto, yo diría que es un avance la Ley de comunicación en la medida en que permite la democratización del espectro radioeléctrico, eso que quiere decir, quiere decir que cualquier grupo social puede tener acceso a una frecuencia de radio y televisión, hasta ahí perfecto y estamos de acuerdo desde esa entrada la Ley de comunicación es muy positiva, donde no es positiva en el momento de la distribución del pastel publicitario o sea a ti te dan un medio, pero te dan como cuando tú le pones a un cerdo una soga no lo suficientemente larga para que se vaya o lo suficientemente corta para que se ahorque, a nosotros nos han dado una soga corta es decir nos está ahorcando la falta de recursos económicos, porque hasta este día diez años vamos ya casi no ha entrado una publicidad nacional del gobierno peor aún</p>	<p>Participantes muestran inconformidad con las desigualdades que existe por parte de la Ley Orgánica de Comunicación, en cuanto se refiere a la desventaja que queda los medios comunitarios frente a los medios públicos y privados; desigualdades que todos los</p>

	<p>de las empresas que tienen que ver con la publicidad nacional, llamémosle de las grandes empresas que normalmente se maneja a través de las instituciones que generan los recursos económicos, porque la ganancia de un medio de comunicación está ahí, entonces yo cuestiono al estado y a la misma Ley de comunicación claro nosotros estamos sujetos a cumplir todo lo que exige el COORDICOM, el ARCOTEL y la SUPERCOM, todo pero en cambio no estamos en la posibilidad de que por lo menos nos den el uno por ciento de la publicidad, no nos dan absolutamente nada, el otro concepto que a mí me llama la atención personalmente esto lo digo y tiene que ver con la comunicación como un servicio público, yo pienso que ahí hay un error conceptual de fondo el querer controlar por ejemplo a la prensa en torno al gobierno de turno, ahí me parece que hay un error en eso yo no estoy de acuerdo con la Ley de comunicación, por lo demás yo pienso que los medios de comunicación siempre serán un escenario de un antipoder digámoslo no, no siempre un medio de comunicación salvo algunas excepciones he visto medios comerciales que están siempre a favor del gobierno de nuevo turno, ellos siempre están alentando eso no, pero al menos las políticas que vienen dadas por las treinta y tres organizaciones del consejo de gobierno del MICC, nos lleva a</p>	<p>integrantes del medio han vivido con la creación del medio, así como lo manifiesta el gerente del medio.</p>
--	--	---

RELLOC	<p>decir que nosotros siempre estaremos del lado de la gente que le hace falta algo que es la gran mayoría de compañeros indígenas y campesinos que vivimos en la provincia de Cotopaxi y Tungurahua.</p>	
RELLOC	<p>German Ugsha... Bueno una cuestión quería agregar ahí, este Luchito en junio del dos mil trece Ley de comunicación entra en vigencia no cierto, pero para Tv MICC créame que no fue nada nuevo cuando hablaron de la interculturalidad de las programaciones, entonces cumplir en ese espacio, no recuerdo completamente pero en uno de los artículos me parece la treinta y seis, declaran de que los medios privados, medios públicos y medios comunitarios tienen que regir de acuerdo a Ley de comunicación, pero en la constitución dice que los medios tienen la facultad con las mismas posibilidades y los mismos derechos, entonces pero en el código orgánico ya buscaron la división; propio código orgánico de comunicación dice los medios comunitarios deben sostener con autofinanciamiento como sin fines de lucro y entonces por eso no tiene mayor peso para reclamar a las diferentes carteras del estado, por ejemplo pero si una parte Luchito donde que estipulan la adjudicación de la distribución del treinta y tres por ciento para medios públicos y privados y el treinta y</p>	<p>Los participantes expresan orgullo y satisfacción porque el medio televisivo comunitario al que pertenece rebasa el porcentaje que la Ley de Comunicación otorga a todos los medios de comunicación, ellos sienten que la difusión del contenido intercultural que difunde el medio de es</p>

	<p>cuatro por ciento para medios comunitarios, ahí como que si le dan la ventaja pero lamentablemente no hay ese equilibrio no es cierto, te dan pero te quitan, eso talvez de pronto no ha permitido sacar el presupuesto desde el informe o gestión de los gobiernos autónomos descentralizados, lo que pasa es que en periodo del compañero Julio Cesar casi el total de presupuesto de las cooperaciones internacionales, quizá no fueron del movimiento indígena sino que ya fue por el estado mismo que ya no querían que las cooperaciones internacionales sigan cooperando con estas organizaciones, entonces ahí el movimiento indígena casi queda con una o dos cooperaciones internacionales, ahí es donde Tv MICC ya no tenía la posibilidad de acceder a esas cooperaciones porque ellos también tenían el presupuesto recorte, justamente como todo es sistematizado ahí es donde nosotros tuvimos un complejo más de treinta y tres mil dólares, ellos querían que la mitad saquemos , pero como podemos sacar ese presupuesto con previa justificación, nos permiten sacar del banco, entonces imagínese hasta ese problema había y finalmente Tv MICC ya no disponía de ese presupuesto de las cooperaciones internacionales, más bien tuvimos la facilidad de acceder del presupuesto de los gobiernos parroquiales, ellos nos han ayudado un poco y</p>	<p>su fuerte.</p>
--	--	-------------------

	<p>también los gobiernos municipales y prefectura, entonces últimamente eso y las empresas privadas pequeñas que no les dan mucho pero en base a eso si se ha podido sostener en cuanto a valor económico se refiere.</p>	
<p>RECURSOS ECONÓMICOS DEL MEDIO</p>		
	<p>¿Cómo el medio de comunicación ha logrado sostenerse, pese a las dificultades que este atendió por falta de recursos económicos, como Tv MICC ha logrado mantenerse al aire hasta ahora?</p> <p>Jaime Isa...</p> <p>Bueno, yo llegué acá a trabajar en representación de mi organización Hatarishum, bueno en ese entonces los compañeros que trabajaban aquí en ese entonces no recibían nada de sueldo por vario tiempo, los compañeros, especialmente Mario Alomoto el andaba en su motito venía desde su comunidad que es de la parroquia Cochapamba del cantón Saquisilí, que queda más o menos a unas tres horas, en ese tiempo era una vialidad fatal, bueno ahora ya es asfaltado por lo menos no; él tenía que salir de allá acá todos los días, el salía terminando el programa porque el hacía el programa en kichua, osea que nadie recibían sueldo no y así</p>	<p>Varios participantes se sentían identificados con los argumentos del compañero Jaime Isa, muchos de ellos han</p>

RELREC	<p>estando un poquito ya más o menos por ahí ya consiguieron apoyo de las ONGS en ese tiempo estaba mi hermana de presidencia, logró buscar un poco de recursos económicos y logró comprar una vitara que hasta hoy tenemos esa vitara, compraron unas cámaras y lograron ya poder dar una bonificación a los señores que trabajaban aquí, una bonificación por lo menos para los pasajes, así venían pasando el tiempo, bueno se cambió la directiva y llegó al poder el que trabajaba aquí en el Tv MICC, el pasó a ser presidente del movimiento indígena de Cotopaxi y el también gracias de eso avanzó a gestionar en APN ahí logró sacar una partida para Tv MICC y gracias a eso a nosotros ya nos aseguraron, es decir fuimos ya trabajadores seguros, ya asegurados y todo eso.... De ahí nos sabían pagar puntualito en ese tiempo, pero con bonificaciones de ONGS, ahí en ese tiempo todavía publicidad no había mucho, bueno también hay que reconocer que el señor gerente en ese tiempo que era el compañero Ángel Tibán el hacia todos los esfuerzos así para las cosas tener bien y poder sacar el canal en adelante y de ahí ya se terminó el periodo de ellos, pasó a periodo de don Julio Cesar Pilalum, pasó allá y cambiaron de gerente del Tv MICC, ahí lastimosamente el canal hay que decirlo en realidad se fue al piso en ese periodo, él pensó que va a sostener el canal</p>	<p>vivido y palpado las necesidades que el medio de comunicación tenía.</p>
--------	---	---

	<p>con publicidades y dijo ONGS como decir me valen y eso era mentira, ya pues el señor no pudo administrar y se fue dejando ahí el canal de ahí justo dejan encargando el canal al señor German Ugsha, dejan encargando a él por un tiempo y después el también ya dejó el cargo y las organizaciones ya pidieron legalizar al gerente de Tv MICC y justo le apoyaron al compa Lucho y hasta el momento él está a cargo y gracias a eso, este año hemos estado obteniendo recursos de los gobiernos municipales, provinciales y con eso nos hemos estado abasteciendo, estamos abasteciendo a lo tope...tope y ahí estamos dando.</p>	
<p>EXPERIENCIA DE LOS COMUNICADORES EN EL MEDIO</p>		
	<p>Liliana Cofre...</p> <p>Bueno yo me acuerdo que cuando estaba en cuarto ciclo, la profe, una profesora nos mandó a investigar sobre un medio de comunicación entonces había comunicación comunitarios, radio Latacunga, privados y también públicos he recién creo que estaban apareciendo los Andes así creo, entonces yo dije recién íbamos como que a investigar un poco sobre la comunicación comunitaria y a mí siempre me ha gustado las costumbre y tradiciones de estar más cerca de los pueblos, conocerlos porque como decía ellos son los</p>	

	<p>más olvidados y para que sacar a las mismas personas que son las autoridades, porque cuando yo veía Tv MICC, decía eso, oséa Tv MICC, tiene que ser el canal de la diversidad, el canal en donde todos puedan hablar y no simplemente porque sea una autoridad va a tener la potestad para hablar e inclusive se toma más importancia a la persona que no tiene voz que nunca ha hablado en un televisor, entonces al mirar esas imágenes y al saber el pronunciamiento que se reflejaba en las pantallas yo vine con un grupo de compañeras acá hacer la entrevista, en ese entonces yo tuve la acogida del Licenciado José Venegas, también de Blanquita Naula, entonces yo empecé le entrevistamos, conocimos un poco de Tv MICC, él nos explicó la historia igual estaba ahí la señora Marisa Salazar, y el gerente José Venegas nos dio la oportunidad de que vengamos aquí de que podamos repasar, de que podamos nosotros también aportar con noticias con todo lo que nosotras queramos y a partir de su ciclo entonces yo empecé a venir como voluntaria, venía sábados y domingos, a veces venía más sábados unos que otros días a veces no podía y venía solo a visitarles, después hubo la oportunidad y gracias a la apertura igual de Blanquita, de en ese entonces estaba el señor Gabino Vargas entonces ahí el me dio la oportunidad para yo poder hacer mis</p>	<p>Los integrantes del grupo focal, escuchan con atención cada una de las historias de sus compañeros muchos de ellos acotan con más información de la llegada de cada uno de ellos al medio comunitario.</p>
--	--	---

RELEXP

pasantías, entonces bueno yo siempre le he dicho don Gabino y a usted también don Luis así que nada ha cambiado (risas), entonces ahí yo vine hacer mis pasantías en el tiempo de hacer mis pasantías bueno fui yo al sector rural en donde me siento más cómoda también porque ahí se puede ver y apreciar las necesidades, la realidad de todo el pueblo de todas las comunidades, yo empecé a ir de pasantías con Jaime íbamos al sector rural recorríamos los cantones y nos dábamos cuenta de lo que pasaba, luego de terminar mis pasantías tuve la oportunidad de ahí pasó a manos del compañero German Ugsha en la dirigencia de él estaba también la Licenciada Lucía Pérez he con ella estábamos aquí y yo gracias a ellos pude ingresar a trabajar acá, entonces justo también se abrió el programa de Guagua Cuna Tv conducíamos con la compañera Elsa Ugsha que ella también igual venía ligada a este proceso organizativo porque ella también trabajaba en radio Latacunga, conocía al personal, entre las dos conducíamos el programa y dada las circunstancias de que a mí gracias a Dios me contrataron bueno solo Dios sabrá hasta cuando con los gerentes y presidentes y bueno desde esa época yo he venido laborando, en marzo voy a cumplir dos años, son casi dos años que yo llevo aquí trabajando y bueno a pesar de las dificultades del presupuesto, del

	<p>dinero económico bueno siempre entre los compañeros no... estamos y decimos ¿por qué salimos? Estamos por la gente, porque no queremos que el canal se cierre y como le digo a los chicos, muchos de los que nos escuchan hablar también nos odian, aquí en el sector urbano inclusive don Gonzalito con Lorena Guamaní que antes trabajaba, ella decía que no era fácil poner el micrófono de Tv MICC en una rueda de prensa porque siempre los empujaban, o siempre sacaban el micrófono, siempre los rechazaban a ellos no les tomaban en cuenta e inclusive había personas que les negaban a dar entrevistas porque, porque no tomaban en cuenta al canal y hasta ahora se continua con esa lucha no pero ahí está el compañero German que eran más racistas e incluso escuchar hablar en su propio idioma su propio kichua, ellos se reían e incluso cuando nosotros vamos a cobertura el Riky Pérez nos dice verdad Picushimis o nos dicen kichuashimipi, es un término que ellos inventaron pero no dicen el idioma kichua, entonces yo pienso que como ya existe historia del canal también está en nuestras manos la responsabilidad de que cada persona de cada comunidad o proceso organizativo y en sí de un servicio social que no sea de forma de lucro que esté en nuestras manos para poder salir adelante, porque hay que entender que nuevos retos también se vienen, al canal</p>	
--	---	--

	<p>hay que irle innovando, si la Blanquita dice estamos con una computadora y ahora ya estamos con estos equipos, pero si ahora estamos con estos equipos también tenemos que conseguir otros quipos para estar al nivel, entonces a pesar de esas dificultades yo creo que aquí también se ha hecho una familia a pesar de millones de pleitos, a veces hay caras buenas, a veces hay caras malas, pero aquí hemos pasado y aquí es nuestra segunda casa o tercera casa, que después de la escuela, colegio o universidad y aquí estamos para seguir este comunicando y haciendo lo que nos gusta.</p>	
<p>RELEXP</p>	<p>Alguien que quiera acotar algo más, yo también a medida que iba investigando el medio y observaba a todos ustedes, veía a muchos de ustedes pasar por varias dificultades laborales y económicas, en este caso me gustaría que Hilda me cuente su experiencia dentro de este medio de comunicación.</p> <p>Hilda Toaquiiza...</p> <p>Bueno así como comentaba la compañera Blanca y el compañero Gonzalo, no me acuerdo en que año era pero fue en época de Abraham Salazar yo era secretaria del MICC, en el momento en que estaban instalando aquí todo, andaba detrás de Ángel Tibán pasando cables sin saber ni conocer que era lo que</p>	<p>Mientras escuchaban la experiencia de su</p>

	<p>estaba haciendo, no conocía absolutamente nada y de ahí justo andaba estudiando en la UTC, claro que en ese entonces yo sabía la teoría pero no la práctica, por ejemplo como editar absolutamente ni la grabadora conocía, nada. Entonces yo me acuerdo clarito instalo aquí adentro y puso un DVD y televisión, a mí me encargaron que tengo que programarme y debía pasar todo el día programando, así una hora, dos horas, yo pasaba así todo el día, después ni siquiera almuerzo nos sabían dar (risas) de ahí así una temporada el Ángel Tibán dijo así no pueden pasar las compañeras dijo a la Hilda vamos a pagar cincuenta dólares para que ella pase abajo en secretaría y programando aquí, entonces me pagaban cincuenta dólares creo que fue por unos tres meses, que mensual me pagaban cincuenta dólares, después cuando vino los compañeros por esa época para nombrar Tv MICC era Corporación Ashiguara se llamaba, no era Tv MICC canal cuarenta y siete, entonces yo me acuerdo cuando vinieron los compañeros de Otavalo que trabajaban en radio Iluman y el otro compañero que trabajaba en el municipio, los dos compañeros vino acá y ellos dijeron que estaban gestionando para sacar televisión allá en Cayambe y ellos nos mencionaban que la Fundación Sumak Causay en Quito financian ellos dan así presupuestos y tenemos que hablar con ellos y no sabíamos</p>	<p>compañera Hilda, muchos de sus compañeros participaron con argumentos y risas de la experiencia vivida en el medio de comunicación, y de cómo con tan bajos recursos económicos aún siguen formando parte del medio de comunicación, muchos de ellos decían que lo que les mueve es la pasión por hacer periodismo y a su vez poder ser vocero de la gente o sectores que son marginados por los otros medios de comunicación.</p>
--	--	---

	<p>absolutamente nada, ya fueron instalando los programas para quienes supuestamente ya sabían editar, el tipo de programa por ejemplo para poder grabar el programa de voces de identidades Ñucanchi Yuyay, desde que nació el canal son programas demasiado buscados los nombres para sacar en el canal, nosotros absolutamente no teníamos nada de experiencia, nada... Nada en todo mismo y ahí los compañeros de la Fundación dijo los compañeros tienen que ir hacer intercambio de experiencias, tienen que ir a practicar a algún medio de comunicación porque sin eso ustedes no pueden manejar canal, ya dejo instalando todo ahí es lo que dijo la Maritza Salazar en esa época ella sabía todo lo que es radio así todo, decía que queremos aprender de televisión no de radio, ellos querían enviarnos así estaban averiguando en Quito en donde tenemos que ir hacer prácticas y nunca por ejemplo yo me acuerdo clarito cuando fueron a preguntar en Coorpan ellos dijo nosotros podemos capacitar lo que es manejo de cámara pero de ahí no más, entonces justo cuando Sumak Causay decía que en España en país Vasco así mismo hay canal comunitario que tenemos que ir a practicar y la Lourdes nos gestionó, dijo ustedes tienen que ir aprender allá nos mandó a mí, a Ángel Tibán, a la compañera Marisa y al compañero Abraham Salazar como presidente que</p>	
--	--	--

	<p>encabeza el MICC, ya a cuatro personas nos mandó al país Vasco durante quince días pasamos allá y ahí es lo que primera vez yo aprendí, conocía, bueno que tipo de programa, como editan, como manejan, como hacen los programas, como salen al aire, todo..... todo, quince días de práctica de ahí regresamos y así mismo ya con esa práctica empezamos con Mario Alomoto justamente Mario Alomoto venía y con esa práctica empezamos ya más o menos el mismo video que nos regalaron los compañeros de la organización, capturados sabíamos bajar este en programa para poder editar eso, aunque sea cortando sabíamos mandar, corte por corte así sabíamos mandar y después ya casi un año con el Mario Ayora con el compañero reportero Mario Alomoto la cobertura era demasiado lindo ese momento con la gente de las comunidades como nunca no sabían ver una imagen de una persona a través de un televisión en las comunidades demasiado contentos, nosotros siempre sabíamos ir por ejemplo más la señal era en Tungurahua en todas las comunidades de Tungurahua en Cotopaxi mismo demasiado, sabíamos trabajar durante un año pero yo ganaba sueldo de cincuenta dólares y de secretaria del MICC después ya acabó el proyecto Heifer creo que se llamaba en esa época que trabajaba ya no me pagaban y pasaba seis meses sin sueldo nada, Mario</p>	
--	---	--

	<p>Alomoto también lo mismo ya justo como teníamos un poco de experiencia y todo me llamaron a radio Latacunga, me llamaron a radio Latacunga y me fui a trabajar en radio Latacunga y ahí me fui dejando a Tv MICC (risas), dentro de cuatro años regresé nuevamente ahora estoy hasta actualmente y sigo colaborando y otra vez me tocará abandonar (risas), pero seguiré siempre aportando a Tv MICC eso no más (risas).</p>	
<p>DISCRIMINACIÓN A COMUNICADORES DE TV MICC</p>		
<p>RELDIS</p>	<p>Gonzalo Rojas...</p> <p>Verá yo quiero dar a conocer sobre la lucha entre reporteros, verá eso era una cosa tremenda yo me acuerdo cuando Jaime decía que si habíamos reporteros aquí, yo hablo del año dos mil once y doce, verá ahí con Mario Alomoto éramos los reporteros, él era camarógrafo y yo hacía todo lo que era reportajes y yo me acuerdo cuando llegó acá al terminal aéreo este el difunto Correa no (risas), yo recuerdo que ahí para nosotros había demasiado racismo en este caso como era el Octavio Cumbícos de radio Latacunga, me acuerdo a este gerente de radio Hijos del pueblo, al Miguel Ángel López, ellos eran los principales racistas de que a los del Tv MICC,</p>	

	<p>nos ponían atrás, nosotros poníamos nuestras cámaras ahí adelante, cogían y ponían en otro lado y nosotros decíamos ¿por qué?, entonces ahí fue cuando votamos quebrando esa cosita del micrófono porque había una lucha durísima para nosotros, entonces ha habido ciertas pugnas entre nosotros uno por no ser capacitados sería no sé no.... Y otro había una pugna de todo, entonces eso hemos ganado el espacio nosotros con tanta lucha, entonces en esta parte si Pepe Venegas decía así son estas personas y ustedes tienen que poner de parte, entonces ahí hemos luchado y ahora somos reconocidos por todos los lados y todos nos respetan y por otro lado el kichua era la parte o la base fundamental en este caso como decía Blanquita del Gabinito, él Gabinito decía (risas) que él quería desaparecer el programa Ñucanchi por lo que no hay participantes, entonces por esto hay que eliminar gracias a esto que compa Lucho está de gerente él ha dicho no!!! El objetivo del canal es para sacar kichua, entonces desde ahí ha vuelto a permanecer.</p>	<p>Con el testimonio de Gonzalo, varios participantes del grupo focal querían narrar los hechos y acontecimientos que varios de ellos han tenido que pasar en las coberturas, por el hecho de pertenecer a un medio comunitario que pertenece a los diferentes movimientos indígenas de la provincia de Cotopaxi.</p>
--	--	---

<p>RELDIS</p>	<p>German Ugsha...</p> <p>Una cuestión, complementando de eso que mencionaba el compañero Gonzalo, bueno me parece que si era verdad de lo que yo recuerdo Luchito claramente en la Gobernación de Cotopaxi que en ese entonces fue Gonzalo Suárez y el reportero que pasa aquí Cristian Pérez una vez yo si falte al respeto a este man de On-line, el señor me viene a botar la cámara en plena rueda de prensa de la gobernación, entonces créame que en ese espacio si era duro de verdad, cuando ven a nosotros se nos ríen, entonces cuando ven incluso el micrófono van botando, fue una actitud muy racista y yo por un lado Luchito por eso Ley de comunicación está también en contra, pero también está a favor, porque a esos racistas les obligan a tener dentro de su programación el cinco por ciento de contenidos interculturales, entonces imagínese de ahí había una política de que Tv MICC no era del movimiento indígena, sino que era de Lourdes Tibán o era de Cesar Umaginga y a nosotros como nos veían y más aún cuando le mandan sacando a César Umaginga y a nosotros Blanca Guamangate ya como prefecta de Cotopaxi no nos recibieron, nos cerraron la puerta el guardia no nos permitió ingresar, entonces imagínese este problema que nosotros recibimos y eso como</p>	<p>A medida que los participantes cuentan sobre la discriminación que han recibido, varios de ellos se muestran muy inquietos con las historias que escuchan y quieren seguir hablando de cada uno de los actos discriminatorios que han recibido por parte de autoridades indígenas y comunicadores de otros medios de comunicación en las diferentes ruedas de prensa a las que acudían los reporteros del medio comunitario con la finalidad de obtener notas informativas para difundir a su público televidente.</p>
---------------	---	---

	que si se ha podido controlar a esos medios de comunicación.	
RELDIS	<p>Entonces para ustedes todo este proceso ha sido muy difícil.</p> <p>Blanca Naula...</p> <p>Claro no solo en eso, hasta aquí en las oficinas también por ejemplo que venían a dejar yo que sé las invitaciones, venían, vienen a invitar pero mejores más groseros digamos no, un día cuando estaba posesionando la compañera Dioselinda Isa en la casa de la cultura viene una señora así timbra la puerta y bajo a ver y dice necesito dejar una invitación, de ahí yo digo ya le abro la puerta para que pase y ella dice quién me va a recibir y le digo yo, ella me dice usted? Digo si yo voy a recibir, pero tiene que poner el logo la fecha, si yo también se y estoy preparada para eso, pero ya rápido volando porque estoy de apuro, después que paso le dije en caso de que quiera dejar la invitación deje y si está apurada regrese más luego, de ahí dice no no no, me vengo calentando en otro lugar y me vengo a enfriar con usted, no solo así en muchas ocasiones por ejemplo nosotros digamos así sea la preparación que tenga nosotros en el generador de caracteres no ponemos ni abogados, ni licenciados, ni doctor, nosotros solo ponemos el nombre y el cargo que ejerce</p>	<p>La expresión en el rostro de los participantes era de consternación a escuchar el testimonio de Blanca cuando mencionaba que pasaban por hechos discriminatorios en las instalaciones del medio de comunicación.</p>

	<p>nada más, pero ahí decían porque no pone es licenciado, es abogado, yo respondía lo sentimos nosotros no ponemos eso, entonces todas esas cosas y muchas más ha habido en nuestro canal.</p>	
<p>TIPO DE CONTENIDO QUE DIFUNDE EL MEDIO COMUNITARIO</p>		
<p>RELCON</p>	<p>¿Qué tipo de contenido audiovisual difunde más el medio de comunicación?</p> <p>German Ugsha...</p> <p>Bueno, ahora con esta creación es contenido informativo más y contenido de programa intercultural también está considerado tanto Wuagua Cuna y Ñucanchi que son exclusivamente hablando del idioma que es parte de la interculturalidad no, entonces en cuanto al programa de entretenimiento casi en los espacios contratados es casi amplio, en cuanto a las músicas autóctonas uno de los espacios que está considerado de pronto la gente dirá que salió, pero salió hace un mes o hace quince días, entonces los productos del entretenimiento no es mucho, pero si se vuelve reproducir, porque para eso también se requiere del recurso para poder seguir produciendo, por ejemplo a nosotros más no ha dado la facilidad es por ejemplo Hildaco sabe y los compañeros saben lo que es noche cultural por ejemplo del colegio Jatary como</p>	<p>Con la sustentación argumentativa de German, varios participantes escuchan con atención la participación de su compañero, esto se debe a que ellos son los</p>

	<p>que nos permite recopilar esas informaciones y seguir produciendo por ejemplo, entonces en contenido informativo, contenido este también un poco de entretenimiento en base al... bueno en el programa de Wuagua Cuna Tv si se está manejando la parte educativa lo que es el segmento que está de la parte urbana y rural que aprendamos no de nuestro idioma porque aquí la compañera también ha hecho todo el esfuerzo por tener a los compañeros exclusivamente de su idioma es difícil porque de pronto piensan como otros compañeros, cuando ven que Tv MICC está saliendo al aire entonces aquí si me dan trabajo no, entonces muchas de las veces aquí sí ha pasado eso, entonces me dicen cuanto me va a pagar quizá de pronto piensan que nosotros quizá estamos sobre pasando más de los quinientos dólares mensual, entonces así se ha manejado eso y casi no como dice la Ley de comunicación al cien por ciento pero si hemos manejado considerablemente todos los contenidos.</p>	<p>encargados de generar ese contenido y a su vez presentar cada uno de ellos, a través de la pantalla televisiva comunitaria.</p>
	<p>Luis Aimacaña... Haber, yo ahí me remitiría a la misión y visión que tiene el medio de comunicación, haber nuestra opción preferencial como dice la iglesia católica siempre van hacer el trabajar por las comunidades indígenas y campesinas, por eso yo estoy seguro que nuestros contenidos rebasan lo que exige la ley no, la</p>	<p>Los participantes expresan en su rostro</p>

<p>RELCON</p>	<p>ley te exige un cierto porcentaje para los medios comerciales y entonces a qué se circunscriben los contenidos, a pasar Pluri Tv que son preguntas y respuestas de lo que es el Ecuador pero no más, por ejemplo la cuestión quichua lo hacen con una cuestión ya de cumplimiento entonces ya para nosotros es más bien la opción preferencial la cuestión número uno, entonces yo diría ya en resumen que dentro de los contenidos si estamos sobrepasando lo que nos exige la ley, pero no lo hacemos porque nos exige la ley, lo hacemos por convicción que tiene el medio, oséa por ejemplo vendrá después la música Rock, o vendrá la música en inglés por ejemplo aunque aquí todavía no la hemos pasado, porque a lo máximo que hemos llegado es a poner el Rock latino pero de ahí no más, es una cuestión para discriminar digamos el tema de los contenidos.</p>	<p>satisfacción con la argumentación del gerente del medio comunitario; el contenido que este medio comunitario emite, rebasa el porcentaje que la Ley de Comunicación exige, así lo menciona Luis Aimacaña y sus compañeros del medio.</p>
	<p>¿Consideran ustedes que el contenido que el medio difunde contribuye al desarrollo de las comunidades?</p> <p>Luis Aimacaña...</p> <p>Por supuesto, yo pienso de que el hecho de que exista la idea de que los equipos de comunicación visiten preferentemente ciertos espacios, atendamos las invitaciones y todo eso porque claro para el periodista o para el</p>	<p>Los integrantes del grupo focal expresan en su rostro alegría, cuando su compañero Luis menciona sobre las invitaciones que los sectores urbanos y especialmente los sectores rurales acuden al medio de</p>

RELCON	<p>medio, porque te invitan veinte no y depende de ti si vas o no vas no, entonces generalmente se ha hecho esfuerzos enormes por llegar a las invitaciones de esas comunidades y cuando no han invitado también estamos yendo pese a que no ha existido invitaciones no y todo eso.</p>	<p>comunicación para generar información que fomente el desarrollo de cada uno de sus sectores.</p>
RELCON	<p>German Ugsha...</p> <p>Este justamente recalando eso, cuando hay esas planificaciones, créame Luchito igual no hemos visto quien nos invita o no, entonces así como dice Luchito por convicción mismo conocemos la realidad de las comunidades oséa créame que otros medios jamás van a llegar, pero nosotros sí hemos tenido la oportunidad de llegar, entonces siendo de las comunidades indígenas no conocemos a diferentes comunidades y parroquias rurales sobre todo, entonces nosotros si conocemos de pronto bastantes realidades que pasan, pero ellos tienen la oportunidad de dar una entrevista en su idiomas, entonces como nosotros también aquí en Tv MICC se ha dado bastante aporte primero de pronto que ellos son motivados a dar la entrevista y dar a conocer esas comunidades más lejanas que de pronto las instituciones del estado dieron la oportunidad de dar algunos servicios necesarios, entonces esto como que le abrió los ojos a las autoridades y hoy los medios de</p>	<p>El orgullo que tienen y sienten los participantes de formar parte de un medio de comunicación comunitario, se puede receptar cuando hablan sobre el mismo; así como lo hacen todos los comunicadores que forman parte de Tv MICC.</p>

	<p>comunicación de los demás, oséa tienen esa posibilidad, quieren seguir también no, aunque no a las parroquias rurales pero si a los cantones de la provincia.</p>	
<p>ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS POR TV MICC</p>		
<p>RELEST</p>	<p>¿Qué estrategias ha empleado el medio de comunicación para alcanzar un mayor número de televidentes?</p> <p>Luis Aimacaña...</p> <p>Bueno yo voy a decir por lo que a mí me toca en esta coyuntura, haber yo pienso que el rostro de un medio de comunicación son los noticieros no y por esa razón es que decidimos abrir tres noticieros diarios, bueno había uno no, pero lo abrimos en la mañana, lo abrimos al medio día e hicimos también la opción de poder hacer un resumen de noticias no, entonces esa ha sido una estrategia yo creo que nos está funcionando para poder captar parte del recurso económico eso para mí tiene que ver con lo otro, oséa yo no puedo cosechar algo que nunca he sembrado entonces si tú siembras ahora una imagen positiva del medio de comunicación comunitario que sin renunciar a sus postulados ideológicos, estás en la capacidad de hacer coberturas y estás en la capacidad de abrir tres informativos con la cantidad de personas que</p>	<p>El argumento de Luis relacionado con la estrategia que ha empleado el medio de comunicación es la creación de los tres noticieros diarios, de los cuáles se emiten a través de su pantalla.</p>

	<p>tenemos, para nosotros o personalmente considero que es una estrategia buena no cierto para darle sostenibilidad al medio no, porque el hacer noticieros implica ir sembrando un medio de comunicación y va a ser siempre el rostro de un medio de comunicación.</p>	
<p>RELEST</p>	<p>¿Consideran importante el fortalecimiento de los productos audiovisuales que crea el medio?</p> <p>Luis Aimacaña...</p> <p>Huy... considero que es muy importante no solo que falta buena voluntad, oséa buena voluntad sobra lo que falta es recursos económicos eso sí, oséa ahí bueno algo se hará, el compañero presidente tiene algunas cosas en mente y las hemos conversado pero mientras no salga es preferible no decir no.</p>	<p>Se pudo observar que los integrantes del grupo focal, concuerdan con los argumentos de Luis.</p>
<p>REDES SOCIALES</p>		
<p>RELRED</p>	<p>Blanca Naula...</p> <p>Claro verá mediante las páginas de las redes sociales por ejemplo del YouTube antes cuando estaba el primer gerente bueno creo que manejaba el Licenciado José Venegas pero ahí no teníamos mayor acogida, pero</p>	<p>Con la argumentación de Blanca, se pudo apreciar que los funcionarios de este medio realizan un trabajo mancomunado</p>

	<p>hace que será un mes o dos meses casi que recién abrimos una página, pero más lo que estamos es en el Facebook del canal, pero más antes que estaba encargada la señorita Lucy Pérez ahí abrió la página para que puedan tenerme como administrador de ahí también no hay, pero como siempre yo he estado con la responsabilidad de abrir el correo, revisar el correo tanto del canal así cuando había tiempo le revisaba y estaba cargando videos, subiendo videos de ahí como usted dice invitando a los amigos para que den, como yo les digo a todos los compañeros pongan una manito ayuden a difundir a los que están aquí cuando subo alguna nota o algo yo lo comparto con mis compañeros, pero mediante a ello nosotros hemos tenido comentarios o cualquier cosa y mediante eso nosotros hemos seguido avanzando con la petición que dice usted.</p>	<p>en cuanto al uso de las redes sociales se refiere para la difusión de información a través de este medio de comunicación, ellos expresaron que es parte fundamental el compartir la información con sus amigos en las redes.</p>
<p>RELRED</p>	<p>Lili ¿consideras que la actividad de estos sitios virtuales, le ha brindado ventajas al medio en el proceso comunicativo con sus televidentes?</p> <p>Liliana Cofre...</p> <p>Pienso que sí, porque usted miro en datos estadísticos si somos la página que tiene más seguidores, se podría decir que fácilmente en una televisión ya sea en los otros dos medios que existen en Latacunga, como lo es Élite y Tv Color ellos transmiten más noticias del</p>	<p>Los participantes concuerdan con los argumentos de su compañera Liliana, por tal razón Blanca</p>

	<p>sector urbano, usted sabe que conflictos y ver a las autoridades cada día ya es cansón, pero por ejemplo aquí en cambio se saca reportajes de las comunidades, cada día tenemos diferentes cosas en cada etapa, por ejemplo aurita por navidad mismo se saca villancicos de los niños como para cuando ver de una comunidad de Gualopo, de una comunidad de Maca, de una comunidad de Pujilí o en algunos tiempos se mira las tradiciones del chaguarmishqui, se mira el cultivo de maíz o se ven cosas de nuestros agricultores o nuestros campesinos , entonces al ofrecer a nuestro público cosas diferentes, pero también cosas que tengan contenido educativo de que nos forme y que nos muestren también la realidad de una u otra forma contribuimos ya sea para mostrar a la ciudadanía a los que no puedan estar en diferentes lugares de que también existen personas que trabajan, que laboran, también damos a conocer a las personas que son parte importante aquí en Cotopaxi y en todas partes.</p>	<p>menciona que es por ese motivo que todo el equipo de trabajo debe participar de manera directa en las publicaciones y a su vez el compartir la información que ella sube a las redes sociales del medio, con todo su círculo social en las redes.</p>
<p>RELRED</p>	<p>¿Con qué frecuencia actualizan los contenidos en las redes sociales?</p> <p>German Ugsha...</p> <p>Dependiendo, más eso nos han ayudado los compañeros que hacen la cobertura yo que sé de pronto estas marchas que pasó, lo que pasa</p>	<p>Con el argumento de German, se puede entender que el medio de comunicación</p>

	<p>es que ahí hay un poco de inconveniente porque no tenemos de pronto un personal de la institución en el sistema específicamente que sepa de eso, sino que los compañeros que saben de eso, ellos mismos nos ayudan con eso, entonces eso más bien nos ha permitido oséa de pronto la diferencia de nosotros es que no solamente las coberturas están en las autoridades, sino de pronto buscan esa manera de identificar desde las comunidades entonces cada que de pronto como dijo Lili de pronto aparecen eventos culturales, entonces eso como que se considera de prioridad para subir, eso no es de todos los días.</p>	<p>emplea las redes sociales de una manera empírica; esto se debe a la falta de recursos económicos y personal especializado en esa área, la cual pueda llevar un manejo adecuado de la imagen del medio comunitario en las redes sociales.</p>
<p>RELRED</p>	<p>¿Considera que la información difundida en la web 2.0 ha tenido acogida por los usuarios, como ven ustedes la participación, hay interacción con el público?</p> <p>German Ugsha</p> <p>Yo creo que sí bastante, lo que pasa es que como es un canal comunitario que no tiene señal para otras provincias exclusivamente como dos provincias, pero como a través del sistema de este sistema virtual oséa ha permitido seguir esos pasos, luego de que la información de la inauguración por ejemplo si permite de que esos canales comunitarios lleguen a la comunidad, de pronto en otras páginas por ejemplo de Tv Color no vas a ver reportajes de que están cortando la cebada,</p>	<p>German considera importante el difundir información a través de la web 2.0; el medio de comunicación no tiene cobertura fuera de la provincia es por ello que a través del uso de las redes el medio comunitario se ha visto en la obligación de difundir contenidos audiovisuales en estos nuevos modelos de comunicación, así como lo dice German basando su contenido</p>

	<p>pero en nuestro caso por los equipos que tenemos tanto urbano y rural entonces si disponemos, aunque no entiendan también manejan lo que es visual.</p>	<p>en las costumbres tradiciones de cada uno de los pueblos que forman parte de la provincia.</p>
RELRED	<p>Liliana Cofre</p> <p>De que nos falta más difundir en contenidos de los que presentamos, si nos hace falta pero como decía usted sabe que aquí el equipo de los que trabajamos no es tan grande y no tenemos áreas específicas y nos toca trabajar en las que se necesite y en las que se requiere en el canal, entonces cada vez en las que vemos necesaria la transmisión por ejemplo canciones de levantamientos o que sea algún evento especial de niños se les va actualizando, se les va subiendo, hasta donde entiendo la Blanquita sube más en Facebook, también subimos fotografías cuando tienen entrevistas aquí en vivo y las notas que salen Don Luis, Bueno con la nueva disposición las más relevantes, las que han tenido impacto he son las que más se publican en el Facebook y en las redes sociales.</p>	<p>Los funcionarios del medio concuerdan con el aporte de su compañera Liliana, de que al medio de comunicación le falta difundir más los contenidos que presentan en el medio televisivo, la información que cuelgan en las redes sociales lo hacen basándose según su criterio la importancia o impacto que una publicación tendría en los usuarios.</p>
	<p>Blanca Naula...</p> <p>Los que más tienen acogida son las notas o reportajes de las comunidades, yo que sé por ejemplo una nota que hicieron Jaime creo que hizo de un matrimonio esa ya creo que tiene</p>	<p>Sus publicaciones son basadas en los intereses de las comunidades o sectores rurales de la provincia, esas publicaciones son las</p>

RELRED	más de sesenta mil visualizaciones.	que tienen mayor acogida por los usuarios de las redes sociales.
RELRED	<p>¿Hace cuánto fue esa publicación?</p> <p>Blanca Naula...</p> <p>Si... si si ha de ser cerca de un año, dos años o año y medio algo así de ahí más que todo en las comunidades, los levantamientos, las marchas no se algo que tenga que ver con el contenido del movimiento indígena como de las luchas esas publicaciones tienen más visualizaciones y compartimiento, eso es lo que más ve la gente, de aquí del centro hay poco no es así digámosle yo que sé algo de la gobernación o prefectura que tiene unos doscientos, trecientos; pero en cambio de las comunidades llegan doce mil, once mil, ocho mil, entonces esos tienen, pero son más de las comunidades pero ahí creo que ven mediante de las redes sociales ven varias personas, no solo nacional sino internacionales, talvez de pronto que viven en otros países y dejan los comentarios o ahí hay algunos que ponen insultos, así como dicen hablen en nuestro idioma que no sabemos que ponen, que cargan, que suben.</p>	Sus argumentos son basados en resultados de años atrás, los cuales siguen generando más visualizaciones y Like en las redes sociales que posee este medio comunitario.
	¿A qué se debe la falta de administradores de estas plataformas?	La escases de personal que el medio de

<p>RELRED</p>	<p>German Ugsha...</p> <p>Yo creo que por la reducción del personal de la institución, porque le digo esto por ejemplo hay dos equipos de la cobertura por cada zona, entonces cada quién asume esa responsabilidad, entonces quizá de pronto por respeto a la institución, prefieren no tocar esas cuentas de pronto mismo el gerente o una persona indicada puede hacerlo eso, entonces como que por un lado ven, como que por personal yo subo una nota, pero entonces como que eso se ha visto por la reducción del personal que no ha habido una decisión exclusiva y nadie ha dicho eso, usted no porque tu editas o tu presentas y únicamente yo puedo subir, no no... gracias a la buena voluntad de los compañeros que nos han ayudado en esa parte subiendo contenidos.</p>	<p>comunicación tiene, es el factor que impide que las redes sociales sean constantemente actualizadas, con un persona encargada que maneje correctamente sus sitios virtuales y sea la encargada de estar al cien por ciento en la administración de las redes.</p>
<p>FACEBOOK</p>		
	<p>Blanca Naula...</p> <p>En Facebook siguen más las personas mediante las notas que vamos subiendo siempre con la disposición del señor gerente, él nos va diciendo esta nota sí esta no o esta suba, de ahí si con la autorización de él se ha subido tanto al YouTube como al Facebook, desde que ha estado, de ahí así nomás no cojo y subo por eso yo siempre estoy preguntando</p>	<p>A través de la red social Facebook, los funcionarios del medio de comunicación realizan las publicaciones con la autorización del gerente del medio televisivo, él es el encargado de seleccionar el tipo de</p>

RELFAC	al señor gerente.	publicación que se quiere subir en Facebook.
RELFAC	<p>Liliana Cofre...</p> <p>Bueno hasta donde yo me acuerdo y bueno la disposición que él don Luis que es el gerente nos dijo que en las reuniones en cada planificación que tenemos nosotros nos organizamos cada semana y a la vez también cada día y a la vez también vamos tomando el tema del día, entonces la nota que tiene que salir es por decirle cuando estaba baja la leche ahí varios comuneros de Salcedo hablaron, se pronunciaron, entonces esa nota tenía que salir y salió e incluso igual cuando vino el levantamiento de los señores de la CONAIE se fueron los compañeros hasta Baños y esa nota también salió, entonces son temas coyunturales que cada día se va eligiendo y que tiene que salir ya no sea por mi o por otros compañeros de lo que a nosotros nos dio la disposición de que debemos sacar cada día y hasta lo que hace Blanquita también creo que los publica, cuando le dice don Luis.</p>	<p>Los comunicadores de este medio de comunicación participan de la planificación para elegir el tema de la semana, ellos tienden a reunirse todos los días con la finalidad de obtener información relevante para su difusión, tanto en el canal televisivo, como en la página de Facebook que tiene el canal.</p>
	<p>Blanca Naula...</p> <p>Porque digamos hay algunos que son amigos, pero hay algunos que son seguidores de la página mismo que dejan comentarios de las notas que se suben y dicen bueno esto</p>	<p>La red social Facebook que tiene el medio de comunicación, tiene la participación activa de sus usuarios; esta información se ve</p>

RELFAC	<p>queremos ver, por ejemplo que será hace unos seis meses atrás pusimos de unos que estaban trabajando con una yuta y dicen que hace muchos años se utilizaba esto y en la actualidad solo utilizan tractores así por ellos son los comentarios, pero en la página mismo dejan los comentarios y le dan Like a las publicaciones.</p>	<p>reflejada a través de los comentarios, like o las veces que los ciberusuarios comparten las publicaciones, así como lo expresa Blanca.</p>
RELFAC	<p>¿Hay interacción dentro de estos sitios, dentro de estas páginas virtuales?</p> <p>Liliana Cofre...</p> <p>Bueno yo le podría comentar de la lucha cuando hubo reciente, cuando fueron a cubrir en Baños y veían comentarios de que si está bien de que los compañeros les ayuden, igual desde las páginas de ellos mismo empiezan a compartir, comentarios se puede decir que la mitad comparten y la mitad comentarios.</p>	<p>La participante Liliana menciona que las publicaciones que realiza el medio de comunicación son compartidas y tienen comentarios.</p>
RELFAC	<p>Pero como es el medio interactúa con los seguidores o comentaristas.</p> <p>Liliana Cofre...</p> <p>En este caso Don Luis usted cuando mira la página y sube luego no sé si usted le responde a los comentarios.</p> <p>Luis Aimacaña...</p> <p>Oséa les ponemos solo un me gusta no, gracias o se les agradece y nada más.</p>	<p>Con estos argumentos se puede dar cuenta de que los funcionarios del medio de comunicación no consideran tan importante la participación de los usuarios en sus redes sociales, es por ello que cuando pueden les responden y cuando no</p>

		lo pueden hacer le dan solo un like al comentario del usuario.
GLOBALIZACIÓN		
RELGLO	<p>Luis Aimacana...</p> <p>El mundo con el desarrollo de las comunicaciones tiende a homogenizar un solo tipo de pensamiento que es el pensamiento capitalista consumista que es a su vez un sistema absolutamente individualista entonces estamos en un proceso de involución a nivel de la hominización de la sociedad el hombre está llegando a ser casi homínido y de eso estamos conscientes porque el inventor de las computadoras Bily Gate se propuso un día poner una computadora en cada hogar y puso tres no y a través de eso los patrones culturales van cambiando y modelando, entonces es bien difícil luchar contra eso, muy difícil porque todo el mundo está tras eso y bueno nosotros como medio de comunicación hacemos una lucha de quijotesca sobre eso no, entonces no sé si me repites la pregunta.</p> <p>Claro ¿Cómo el medio de comunicación hace uso de las nuevas tecnologías que ha implementado la globalización?</p> <p>Entonces si...si en ese sentido que estamos</p>	<p>El argumento que presenta Luis, hace mención que la globalización en sí tiende a homogenizar el pensamiento capitalista consumista, en efecto eso es así, pero el medio de comunicación del cual él está a cargo requiere de cambios e innovación de equipos o instrumentos que se emplean para la creación de los contenidos informativos que se emiten en el medio, a través de su pantalla.</p>

	<p>haciendo es echándole mano precisamente en eso no, nos gustaría hacer una inversión para poder enviarle al canal veinte y cuatro horas al día por Facebook o YouTube , estamos en eso necesitamos una inversión económica, solo falta eso porque ya tenemos casi todos los medios para ya hacerlo no, nosotros quisiéramos echarle mano a eso, oséa no hacer lo del avestruz de esconder la cabeza no, sino más bien utilizar eso y difundir lo que nosotros hacemos lo cual consideramos que es bueno e interesante para una buena parte de la población ecuatoriana que es indígena y por eso estamos considerados como un país intercultural, multiétnico.</p>	
--	--	--

11.2. Análisis de contenido redes sociales (grupo externo)

En la siguiente tabla se muestra el género y horario de la programación que es difundida a través de la pantalla del Canal comunitario Tv MICC, para ello se ha considerado la programación del mes de diciembre, tomando como partida el viernes 1 de diciembre al 29 de diciembre del año 2017.

Tabla # 1. Géneros y Horarios de programación en Tv MICC

TV MICC		
Nombre del Programa	Género	Horario
Informativo 47 primera emisión.	Informativo	07:00 a 08:00
Reportajes y Documentales	Cultural	08:00 a 09:00
Sueños de Mujer	Formativo (variedades)	10:00 a 11:00

Paway Tv	Entretenimiento (variedades)	11:00 a 12:00
Segmento de música Latinoamericana folclórica	Cultural	12:00 a 12:30
Visión 47	Opinión	12:30 a 13:00
Informativo 47 segunda emisión.	Informativo	13:00 a 13:30
Reportajes y Documentales	Cultural	13:30 a 14:00
Películas	Entretenimiento (variedades)	14:00 a 16:00
Música de sentir	Entretenimiento	16:00 a 17:00
Wawakuna Cuna Tv	Educativo e intercultural	17:00 a 18:00
Música autóctona e indígena.	Intercultural (variedades)	18:00 a 19:00
Ñucanchi Yuyay	Intercultural e informativo	19:00 a 20:00
Informativo 47 tercera emisión	Informativo	20:00 a 20:30
Voces de identidad	Opinión	20:30 a 21:00
Espacio contratado	Informativo	21:00 a 22:00

Fuente: Tv MICC, 2017.

Elaborado: Marcela González

La tabla muestra en sí la parrilla de programación que posee el medio televisivo comunitario, de esta parrilla se destaca que la mayoría de su programación contiene programas basados en contenido cultural e intercultural, un factor por el cual se caracteriza este medio de comunicación.

En el artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación, está estipulado que los medios de comunicación tanto públicos, privados y comunitarios, deben difundir contenidos interculturales por un espacio de 5% dentro de su programación diaria, así lo señala la LOC, 2013.

El hecho de que los medios de comunicación tengan que asignar dentro de su programación un 5% a la difusión de contenido intercultural, al medio comunitario Tv MICC lo fortalece debido a que este dentro de su programación en su gran mayoría se inclina por la difusión de ese tipo de contenido, con la finalidad de fortalecer cada uno de los sectores rurales y urbanos de la provincia de Cotopaxi, en la que se transmite la señal de Tv MICC canal 47.

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de los programas que transmite el medio de comunicación con clasificación A (Apto para todo público) y B (Bajo la supervisión de un adulto).

Tabla # 2. Clasificación del contenido en Tv MICC.

Clasificación de contenido en Tv MICC	
Clasificación	Programación Tv MICC
(A) Apto para todo público	75%
(B) Bajo supervisión de un adulto	25%
Total	100%

Fuente: Tv MICC, 2017.

Elaborado: Marcela González

En la tabla obtenida según investigaciones realizadas, muestra que en un 75% de la programación que difunde este medio comunitario, va dirigida para todo el público; mientras que un 25% de su programación va dirigida al todo el público bajo la supervisión de un adulto, como lo establece la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), según la franja horaria que este posee.

En la siguiente tabla se observa el origen de la producción audiovisual que se transmite en el medio televisivo comunitario Tv MICC.

Tabla # 3. Origen de producción audiovisual transmitida en Tv MICC.

TV MICC	
Análisis de contenidos del canal, viernes 1 al 29 de diciembre.	
Producción Tv MICC	38.46%
Producción Nacional	15.39%

Producción Extranjera	46.15%
Total	100%

Fuente: Tv MICC, Análisis de la programación de Tv MICC, 2017.

Elaborado: Marcela González

En la siguiente tabla se muestra que el medio de comunicación comunitario, difunde tres tipos de producción audiovisual en pantalla, entre ellas lidera la producción audiovisual extranjera con un 46.15% que se difunde a diario por la pantalla de Tv MICC; en un 38.46% se ubica la producción propia del medio, la cual es creada por los comunicadores voluntarios que forman parte de este canal, entre ellos se pueden encontrar (notas informativa, reportajes y documentales) de los sectores rurales y urbanos de la provincia de Cotopaxi; en un 15.39% de la producción audiovisual que emite este medio de comunicación es de origen nacional, el cual es considerado principalmente las culturas y tradiciones que poseen los pueblos autóctonos e indígenas del Ecuador.

En la tabla se observa que la programación que se difunde en este medio tiene diferentes orígenes, pero estos se caracterizan por difundir la cultura, tradición y costumbres de los diferentes pueblos y comunidades a nivel local, nacional e internacional, fomentando el desarrollo de cada uno de ellos.

En la siguiente tabla se observa las redes sociales que utiliza este medio de comunicación, para la publicación de contenidos y la acogida que tiene por sus seguidores o suscriptores.

Tabla # 4. Redes sociales empleadas por Tv MICC y la que tiene más acogida por su audiencia.

Análisis de Redes Sociales de Tv MICC, desde el viernes 1 al viernes 29 de diciembre del 2017.		
Redes Sociales	Seguidores/ Suscriptores	%
Facebook	3.833 seguidores	99.77%
YouTube	9 suscriptores	0.23%
Total	3842	100%

Fuente: Tv MICC, Análisis de sitios web de Tv MICC, 2017.
Elaborado: Marcela González

En la siguiente tabla se muestra que el medio de comunicación emplea dos redes sociales, entre ellas esta Facebook con un 99.77%, la cual tiene mayor acogida por el medio y sus usuarios, por otro lado, esta YouTube con el 0.23%, esta red social ha sido creada hace aproximadamente dos meses, con la finalidad de poder cargar sus productos audiovisuales en esta plataforma virtual, a la cual pueden acceder todos los seguidores de este medio de comunicación comunitario.

La tabla indica que los televidentes prefieren seguir la programación de su canal a través de la red social Facebook, aquí ellos encuentran publicaciones en video, textos y fotografías, la cual se encuentra a disposición de sus usuarios en todo momento.

En la siguiente tabla se observa con qué frecuencia el medio de comunicación realiza sus publicaciones en la red social Facebook, para ello se ha tomado en consideración como muestra de observación del viernes 1 al viernes 29 de diciembre del año 2017, para la obtención de los siguientes resultados que se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla # 5. Frecuencia de actualización de contenidos en la red social Facebook.

Tv MICC						
Análisis de contenidos en Facebook, del viernes 1 al viernes 29 de diciembre.						
Nombre de la publicación	Género	Tiempo	N° de me gusta	%	N° de visualizaciones	%
Marcha de los pueblos, por un diálogo con resultados.	Informativo	1 de diciembre	10	11.49%	0	0%
Publicidad de programa por fin de año.	Entretenimiento	19 de diciembre	21	24.14%	741	27.35%
Programa intercultural por fin de	Entretenimiento e intercultural	20 de diciembre	18	20.69%	344	12.69%

año.						
Capak Raymi	Intercultural	22 de diciembre	24	27.59%	1.213	44.78%
Festividad Capak Raymi en la Universidad Técnica de Cotopaxi.	Intercultural	28 de diciembre	14	16.09%	411	15.18%
Total			87	100%	2.709	100%

Fuente: Tv MICC, Análisis de sitios web de Tv MICC, 2017.

Elaborado: Marcela González

La siguiente tabla indica el nombre de la publicación que se ha realizado en la red social Facebook, el tipo de contenido, en que día del mes se realizó la publicación, el número de me gusta que tiene cada una de sus publicaciones y el número de visualizaciones que cada video tiene en esta plataforma virtual.

La publicación del programa intercultural del Capak Raymi tiene un 27.59% de me gustas por su audiencia en la red social Facebook; en segundo lugar se ubica la publicación de la publicidad del programa de fin de año, esta cuenta con el 24.14% de me gustas; en tercer lugar con el 20.69% se ubica el programa intercultural de fin de año organizado por el medio de comunicación; en cuarto lugar con el 16.09% de me gustas, está la Festividad del Capak Raymi en la UTC; con un 11.49% de me gustas se ubica en quinto lugar la publicación de La marcha de los pueblos indígenas, por un diálogo con resultados. En el mes de diciembre del año 2017 se han realizado cinco publicaciones en su cuenta de Facebook, entre estas publicaciones se encuentran programas con contenido intercultural y de entretenimiento.

Por otro lado se ha tomado en consideración el número de visualizaciones que cada una de las publicaciones han tenido a lo largo del mes, el Capak Raymi es la publicación que cuenta con el 44.78% de visualizaciones en Facebook; con el 27.35% de visualizaciones se ubica en segundo lugar la publicidad de fin de año; con el 15.18% de visualizaciones se ubica en tercer lugar el Festival del Capak Raymi realizado en las instalaciones de la UTC;

con el 12.69% de visualizaciones está la publicación del programa intercultural de fin de año; con un 0% de visualizaciones está la publicación de la marcha de los pueblos, por un diálogo con resultados.

En la siguiente tabla se analiza la página de YouTube que posee este medio de comunicación para la difusión de la programación audiovisual que difunde su medio, para el siguiente análisis se ha tomado en consideración del viernes 1 al viernes 29 de diciembre del año 2017, en vista de que el medio de comunicación creó su cuenta oficial hace aproximadamente dos meses, con la finalidad de poner a disposición su contenido audiovisual a su audiencia.

Tabla # 6. Frecuencia de actualización de contenidos en la red social YouTube.

TV MICC					
Análisis de contenidos en YouTube, del lunes 18 al viernes 22 de diciembre					
Nombre de la publicación	Género	Tiempo	N° de reproducciones	%	
Marcha de los pueblos, por un diálogo con resultados.	Informativo	1 de diciembre	26	59.09%	
Pualó celebra el Capak Raymi	Informativo e intercultural	22 de diciembre	12	27.27%	
Capak Raymi en la Universidad Técnica de Cotopaxi	Informativo e intercultural	27 de diciembre	6	13.64%	
Total			44	100%	

Fuente: Análisis de sitios web de Tv MICC, 2017.

Elaborado: Marcela González

La tabla indica que la cuenta de YouTube del medio de comunicación comunitario, no es actualizada constante sus contenidos y por ende las publicaciones ha sido escasa durante el tiempo considerado para la realización del análisis de esta cuenta virtual, entre el viernes 1 de diciembre al 29 de diciembre del año 2017; durante este tiempo el medio de comunicación ha realizado tres publicaciones en su cuenta de YouTube; la publicación que

se ubica en primer lugar con el 59.09% de reproducciones es el producto audiovisual con el nombre, la Marcha de los pueblos por un dialogo con resultados; con el 27.27% de reproducciones se ubica en segundo lugar la publicación de Pualó celebra el Capak Raymi; por otro lado, con un 13.64% de reproducciones está la publicación del audiovisual Capak Raymi en la UTC.

La cuenta de YouTube que posee el medio de comunicación requiere de más movimiento por parte de los administradores de la página virtual, con la finalidad de conservar a sus suscriptores y usuarios, fortaleciendo el proceso comunicativo del medio a través de esta red social.

Tabla # 7. Participación de audiencia, a través de likes, comentarios e información compartida en la red social Facebook.

Red social	# Likes	# Visualizaciones	# Compartidos	# Comentarios
Facebook	87	2709	27	2
YouTube	0	44	0	0
Total	87	2753	27	2

Fuente: Redes sociales Tv MICC.

Elaborado: Marcela González

En la siguiente tabla se puede observar la participación que ha tenido la audiencia de Tv MICC, a través de sus redes sociales. En los resultados obtenidos posterior al análisis de las redes sociales empleadas por este medio, es que mayor recepción de participación del público existe es en Facebook más que en la cuenta de YouTube. El desarrollo de este análisis se realizó en el lapso del 1 de diciembre hasta el 29 de diciembre, aquí se vio reflejado la escases que el medio posee de publicaciones y actualización de información, en esos días el medio de comunicación en sus dos redes sociales realizó 5 publicaciones, de las cuales tuvieron mayor impacto en la red social Facebook, sus publicaciones obtuvieron 87 Likes a diferencia de YouTube que tiene 0 Likes; Facebook tiene 2709 visualizaciones en sus 5 publicaciones, mientras que en YouTube tiene 44; la información difundida en Facebook ha sido compartida 27 veces, por otro lado está YouTube en esta red social la información no ha sido compartida; Facebook en sus publicaciones tiene 2 comentarios, mientras que YouTube no tiene ningún comentario.

En un análisis general, se puede decir que la red social Facebook recepta más participación de audiencia que la cuenta de YouTube, los usuarios de este medio de comunicación optan por visualizar el contenido difundido por el medio en sus redes sociales, como segunda opción ellos prefieren participar con un Like, como tercera y última opción está el comentar cada una de sus publicaciones. Con estos resultados se puede concluir que el medio de comunicación tiene un gran déficit de contenido en sus redes sociales, un factor que incide en la baja participación de su audiencia y por ende la interacción del medio con sus seguidores.

12. IMPACTOS

Esta investigación ha permitido visibilizar varios impactos, estos son valorados a nivel social y tecnológico, debido a que el proyecto ha sido encaminado específicamente al estudio del uso de las redes sociales como una estrategia de interacción con los usuarios; la investigación realizada tiene un enfoque cualitativo, por el hecho de basarse a definiciones, descripciones y experiencias que se han plasmado en este proyecto.

Esta investigación es de raíz sociológica, debido a que su principal interés es basarse al estudio del ser humano y de la interacción que este tiene con su entorno, a través de los diferentes mecanismos que en la actualidad son empleados por cada individuo, para comunicarse; estos cambios tienen una estrecha relación con los nuevos patrones culturales que han permitido que el ser humano adopte estas nuevas herramientas para el desarrollo o mejoramiento del proceso comunicativo, en la actualidad.

La tecnología, a lo largo de esta investigación se ha podido obtener una sustentación teórica, la cual argumenta los grandes cambios tecnológicos que se han dado en los últimos tiempos y de cómo esta ha fortalecido el proceso comunicativo en la sociedad; con la aparición de las redes sociales, el ser humano tiene la facilidad de adquirir o difundir información a través de sus plataformas virtuales.

La argumentación teórica de esta investigación ha generado un gran aporte en este proyecto, la cual ha permitido sustentar hipótesis que han surgido en el desarrollo de esta

investigación, a su vez este estudio realizado tiene como finalidad ser un aporte para futuras investigaciones que estén relacionadas con el tema de las redes sociales y medios comunitarios.

13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO:

PRESUPUESTO GLOBAL DEL PROYECTO				
Detalle				
	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Equipos	Uso de grabadora para entrevistas, cámara fotográfica, computador, impresora.	1 grabadora 1 cámara 1 computador 1 impresora	\$80.00 \$150.00 \$400.00 \$80,00	\$710.00
Insumos	Resma de papel bon Tinta impresora continua Esferos Carpetas Flash memoria Grapadora Perforadora Pilas	2 Resmas de bon 2 Tintas impresora 2 cajas esferos 6 carpetas 2 flash memoria 1 grapadora 1 perforadora 2 cajas de pilas triple A	\$12.00 \$60.00 \$24.00 \$3.00 \$1.50 \$2.00 \$4.00	\$106.50
Materiales	Trípode Micrófono Auriculares Cargadores para cámara	1 trípode 1 micrófono 1 auricular 1 cargador cámara	\$30.00 \$25.00 \$3.00 \$10.00	\$68.00
Viajes	Movilización al medio de comunicación	15 viajes al medio comunitario.	\$10.00	\$10.00
Servicios Técnicos	Mantenimiento computador	2 mantenimientos	\$60.00	\$60.00

Copias	120 copias	120 copias	\$24.00	\$24.00
Publicaciones (empastado)	3 empastados	3empastados	\$15.00	\$15.00
Total				\$978.65

DESCRIPCIÓN DE VIAJES					
No.	Lugar	Valor Pasaje	Estadía (días)	Justificación1	Costo total USD\$
1	Tv MICC	\$ 0.30	Hora y media	Entrevista al primer director del medio	\$0.60
2	Tv MICC	\$ 0.30	Hora y media	Conocer la labor voluntaria que se realiza en el medio.	\$0.60
3	Tv MICC	\$ 0..30	Hora y media	Conocer la estructura administrativa del medio	\$ 0.60
4	Tv MICC	\$ 0.30	Hora y media	Revisar el trabajo que realiza el medio en la red social de Facebook.	\$ 0.60

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La globalización ha jugado un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad como tal; pero a su vez, este ha ido poniendo en desventaja a los diferentes canales de difusión de información que ha empleado el ser humano a lo largo de su historia, para estar comunicado e informado; este factor, se debe a que muchos medios de comunicación continúan empleando el método tradicional para transmitir la información, cuando hoy en día este fenómeno llamado globalización, da la apertura a nuevos modelos comunicativos, en conclusión el canal Tv MICC, ha adoptado las

redes sociales con la finalidad de difundir su programación a través de estas nuevas pantallas, receptando la participación de su audiencia.

- La televisión a lo largo del tiempo, ha ido perdiendo popularidad dentro de la sociedad, esto se debe a los grandes cambios que se han ido generando en los últimos años en la sociedad, hoy en día, la televisión se encuentra obligada a migrar a los medios sociales; sin embargo hay medios televisivos que han creado una cuenta en estos sitios virtuales, pero no consideran importante una actualización constante de la información subida en las redes, en el caso del canal Tv MICC, realizan esta actividad de manera empírica, esto se debe a que no existe un profesional en uso y manejo de redes; factor que impide que una actualización constante de información por parte del medio. Ortiz (2005) menciona “Estamos inmersos en una sociedad en permanente transformación tecnológica y social en la que la televisión no sólo debe ser testigo de los acontecimientos, sino que es absolutamente necesario que se adapte y sea protagonista esencial de este proceso de cambio” (p.80).
- La WEB 2.0 es considerada como un nuevo paradigma comunicativo, con el que hoy en día cuentan las personas para poder comunicar y comunicarse de una manera libre y democrática, con la sociedad. Mohammed (2009) define a la WEB “como la siguiente generación en donde las aplicaciones son más interactivas y provee la participación, colaboración e interacción en línea de los usuarios” (pág.2). El canal Tv MICC, tiene dos redes sociales mismas que utilizan para la difusión de contenido, sin embargo el medio no hace el uso correcto de las herramientas que la Web 2.0 otorga a sus usuarios, para hacer una actividad más dinámica y atractiva para sus seguidores. Tv MICC tiene un déficit en la interacción con su audiencia, situación que se debe al manejo empírico que le dan a sus redes sociales.
- En la actualidad los usuarios buscan espacios de participación y esto se ha podido obtener con el nuevo paradigma comunicativo creado con la finalidad de fortalecer el proceso comunicativo. En el caso del medio de comunicación comunitario se

recepta la participación de la audiencia, pero esta es proyectada a través de un like y compartir; dejando de lado la recepción de comentarios en las redes.

- La creación de estos medios sociales, han resaltado la importancia de una audiencia para un medio de comunicación, y como tal esta se debe conservar, a través de la implementación y uso de las redes sociales para la difusión del contenido y esta pueda generar la interacción del medio comunitario con su audiencia, su contenido de que los medios tradicionales generan para emitir en sus pantallas, las redes son los nuevos canales de información que se encuentran a la vanguardia de los medios para llegar a sus usuarios.
- La televisión comunitaria, en el país se encuentra en gran desventaja junto a la televisión pública y privada; sus desigualdades radican en la LOC (Ley Orgánica de Comunicación), desde la asignación de frecuencias como en las pautas que la misma da a este sector para que su medio siga existiendo. Tv MICC, es un medio de comunicación comunitario que carece de varias necesidades, especialmente de recursos económicos y por ende de recursos humanos; estos factores han incidido para que las autoridades del medio de comunicación hayan tomado nuevas alternativas o estrategias de comunicación para poder cubrir en su totalidad a la población indígena del Ecuador, el empleo de las redes sociales le ha fortalecido al medio de comunicación, pues este nuevo modelo comunicativo le ha permitido generar un espacio de difusión de contenido y participación activa para su público.
- Si bien es cierto que las redes sociales son un nuevo modelo comunicacional, el cual genera espacios de participación y permite que un medio tradicional pueda interactuar con los usuarios a través de las cuentas que el medio comunitario Tv MICC adoptado; sin embargo este no ha empleado todas las herramientas que las redes sociales le otorgan, con la finalidad de receptar mayor participación de público, este canal emplea las redes sociales solo para subir información, actividad que no realizan con frecuencia; factor que incide negativamente en el uso y

administración de cada una de sus redes, impidiendo la recepción la participación de la audiencia a través de sus comentarios.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable que la sociedad en sí, vaya adaptándose a las transformaciones generadas por la globalización, pues de ella depende el desarrollo y fortalecimiento de la sociedad o un medio de comunicación. Tv MICC requiere emplear cada una de las herramientas que la tecnología le facilita, no solo para emitir información a su audiencia; haciendo que ese contenido genere la participación e interacción de emisor y receptor.
- Tv MICC, requiere que sus redes sociales sean usadas con varias estrategias, mismas que sean dirigidas por un personal con conocimientos y de preferencia que sea de profesión en el uso y manejo de las redes sociales, esto con el propósito de fortalecer la imagen del medio en las redes y a su vez mejore su proceso comunicativo.
- Es importante que Tv MICC, emplee las diferentes herramientas que la web 2.0 facilita a través de sus sitios virtuales, desechando los conocimientos empíricos que emplean para la difusión de su contenido y el medio proceda a aplicando estrategias comunicativas en las redes, fomentando la interacción con su audiencia.
- Este medio de comunicación necesita invertir tiempo, para atender a los comentarios o sugerencias que realizan en sus redes sociales, expresando así la importancia que el canal tiene por cada uno de sus seguidores.
- En la actualidad la sociedad tiene la necesidad de estar conectado con el entorno que les rodea, es por ello que acuden a las redes sociales con la finalidad de conocer, informarse y comunicarse con su círculo social. Es de suma importancia que este medio de comunicación este constantemente actualizando sus redes, con información relevante, es decir que el medio debe estar a la vanguardia de su audiencia.
- Tv MICC es un medio comunitario que no posee recursos económicos y humanos, pero este requiere contar urgentemente con un personal que sea específicamente el encargado de dirigir y manejar las redes sociales de su medio de comunicación, el

canal necesita verse fortalecido en estas nuevas pantallas de difusión de información.

- Es de vital importancia que un medio televisivo genere un espacio en el que se recepte la participación de su audiencia, y este a su vez pueda fortalecer al medio de comunicación a través de sugerencias que son dejadas en los casilleros de mensajes en las dos redes sociales que cuenta el canal comunitario Tv MICC.

15. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (2008). Constitución Política del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito- Ecuador.
- Castrejón, E. (2012). Breve historia de Facebook. Recuperado de <https://webadictos.com/2012/11/04/breve-historia-de-facebook/>
- Casado, C., Oberts, U., Carbonell, X. (2015). Facebook: personalidad y privacidad en los perfiles. *Revista Anuario de Psicología*, vol. 45, núm. 1, pp. 39-54.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 11, núm. 63, 2008.
- Casas, M. (2014). Globalización y Tecnologías de Comunicación. *Tecnológico Monterrey*. Campus Cuernavaca.
- Cerezo, M. (1994). Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión. Grupo Imago. Granada.
- Corrales, F., Hernández, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, vol. 14, núm. 70. México.
- Dragón, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, vol. 10, pp. 6-19.
- Escamilla, M. (2013). Diseño no experimental. Recuperado de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf
- Galán, J. (2014). Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador. *Universidad Politécnica Salesiana*. Quito-Ecuador.
- Goyzueta, S. (2011). Segmentación de la red social Facebook: una oportunidad para la empresa. *Revista Perspectivas*, núm. 28, pp. 33-61.
- González, J., y Hernández, Z. (2003). Paradigmas Emergentes Y Métodos De Investigación en el Campo de la Orientación.
- Guerrero, R. (2010). Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja. Recuperado de <http://www.utpl.edu.ec/jorgeluisjaramillo/wp->

content/uploads/2010/06/roberto_guerrero-historia-de-la-TV-en-Ecuador-y-en-Loja.pdf

- Margaix, D. (2008). Las bibliotecas universitarias y facebook: cómo y por qué estar presentes. En: el profesional de la información, vol. 17, pp. 589-601.
- Milán, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación y Desarrollo*, vol. 14, pp. 268-291.
- Mohammed, J. (2009). Herramientas WEB 2.0 para el aprendizaje colaborativo. *Cooperación Iberoamericana Ciencia y Tecnología para el Desarrollo*. Monterrey.
- Nass De Ledo, I. (2011). Las redes sociales. *Revista Venezolana de Oncología*, vol. 23, núm. 3, julio- septiembre, 2011, p. 133. Caracas-Venezuela.
- Ortiz, M. (2005). Televisión, Globalización y Cambio Social. *Comunicar*, núm. 25, pp. 79-85 *Grupo Comunicar*. Huelva-España.
- Oomkes, F. (1986). "Communicatieleer", Leusden: Boom (hoofdstuk 12).
- Silva, A. (2008). La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibernsiedad. *Razón y Palabra*, vol, 13, núm. 64, septiembre-octubre 2008. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Estado de México-México

16. ANEXOS

16.1. GUIA PARA GRUPOS FOCALES

Para la realización de este grupo focal, se ha tomado en consideración la participación de los funcionarios que laboran dentro del medio comunitario Tv MICC; las siguientes preguntas que se abordarán en el desarrollo de esta actividad, están encaminadas a la temática planteada, mismas que tienen como tiempo estimado de duración entre hora y media o dos horas.

Medio

1. ¿Qué tipo de contenido audiovisual difunde más el medio de comunicación?
2. ¿Por qué difunden más ese tipo de contenidos?
3. ¿A qué público va dirigido los contenidos?
4. ¿Considera que su contenido, contribuye al desarrollo de las comunidades?
5. ¿Qué estrategias ha empleado el medio de comunicación, para alcanzar un mayor número de televidentes?
6. ¿Considera importante el fortalecimiento de los productos audiovisuales del medio?

Globalización

7. ¿Consideran que este fenómeno ha contribuido con el desarrollo del medio?
8. ¿Tv MICC ha hecho uso de las nuevas tecnologías, que se ha implementado con este fenómeno llamado globalización?

Web

9. ¿El medio de comunicación emplea otros medios alternativos para la difusión de su contenido, como sitios virtuales?
10. ¿Consideran que su utilidad le ha brindado ventajas al medio en el proceso comunicativo con sus televidentes?
11. ¿Con qué frecuencia actualizan los contenidos en las plataformas virtuales?
12. ¿Considera que la información difundida en la WEB 2.0 ha tenido acogida por los usuarios?
13. ¿El canal tiene asignado personal específico para que se encargue de la administración de los sitios web?

14. ¿A qué se debe la falta de administradores de estas plataformas?
15. ¿Bajo qué parámetros el medio de comunicación selecciona los contenidos para su publicación en las plataformas?
16. ¿Cuál ha sido el impacto de la publicación de los contenidos del medio a través de la WEB 2.0?
17. ¿Cuáles son los sitios WEB que más utiliza el canal, para la difusión de su contenido?
18. ¿Consideran que el medio de comunicación se ha visto fortalecido, a través del uso de estos sitios WEB, para la difusión de su información?
19. ¿Qué ventajas a encontrado el medio de comunicación en estos sitios WEB, para verse en la necesidad de apoyarse en ella?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación se presenta un instrumento que ha sido considerado para la aplicación del grupo focal, este consiste en recolección de datos personales de cada uno de los participantes en esta investigación, los datos obtenidos tienen como finalidad emplearlos como respaldo y comprobación de su participación, en la entrevista que se realizará en el grupo focal con la participación del público interno y externo de este medio de comunicación "Tv MICE canal 47", para ello se requiere de la colaboración de cada uno de los participantes, marcando con una (X) en el casillero correspondiente o indique la información requerida, posterior a esta actividad se procederá a desarrollar la entrevista con todos los participantes.

DATOS PERSONALES DEL PARTICIPANTE INTERNO	
Nombres: <i>German Ugsho</i>	
Sexo: M <input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Edad: <i>28</i>
Cédula de identificación: <i>0503407728</i>	
Profesión: <i>Lic. Comunicación Social</i>	
Empresa o medio: <i>Tv MICE</i>	
Cargo o función: <i>Productor / cámara</i>	
Años de servicio: <i>5 años</i>	
Dirección: <i>Quito- 58-18 y Luis Fernando Ruiz</i>	
Correo electrónico: <i>germantvmice@gmail.com</i>	
Teléfono: <i>0984281130</i>	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación se presenta un instrumento que ha sido considerado para la aplicación del grupo focal, este consiste en recolección de datos personales de cada uno de los participantes en esta investigación, los datos obtenidos tienen como finalidad emplearlos como respaldo y comprobación de su participación, en la entrevista que se realizará en el grupo focal con la participación del público interno y externo de este medio de comunicación "Tv MICC canal 47", para ello se requiere de la colaboración de cada uno de los participantes, marcando con una (X) en el casillero correspondiente o indique la información requerida, posterior a esta actividad se procederá a desarrollar la entrevista con todos los participantes.

DATOS PERSONALES DEL PARTICIPANTE INTERNO	
Nombres: Blanca Susana Naulo Caisa	
Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/>	Edad: 48 años
Cédula de identificación: 050175052-5	
Profesión: Bachiller.	
Empresa o medio: Tv Mice canal 47.	
Cargo o función: Programadora.	
Años de servicio: 12 años	
Dirección: Quito. entre Luis. Fernando Ruiz.	
Correo electrónico: blanquitojlnaulo@gmail.com.	
Teléfono: 0984655672.	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación se presenta un instrumento que ha sido considerado para la aplicación del grupo focal, este consiste en recolección de datos personales de cada uno de los participantes en esta investigación, los datos obtenidos tienen como finalidad emplearlos como respaldo y comprobación de su participación, en la entrevista que se realizará en el grupo focal con la participación del público interno y externo de este medio de comunicación "Tv MICC canal 47", para ello se requiere de la colaboración de cada uno de los participantes, marcando con una (X) en el casillero correspondiente o indique la información requerida, posterior a esta actividad se procederá a desarrollar la entrevista con todos los participantes.

DATOS PERSONALES DEL PARTICIPANTE INTERNO	
Nombres: <i>Luis Amacaña</i>	
Sexo: M <input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Edad: <i>49 años</i>
Cédula de identificación: <i>050165154-1</i>	
Profesión: <i>Periodista</i>	
Empresa o medio: <i>TV MICC</i>	
Cargo o función: <i>Gerente</i>	
Años de servicio: <i>1 año</i>	
Dirección: <i>Juan Montalvo Sataumaga</i>	
Correo electrónico: <i>luiscaa5@yahoo.es</i>	
Teléfono: <i>0992815864</i>	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación se presenta un instrumento que ha sido considerado para la aplicación del grupo focal, este consiste en recolección de datos personales de cada uno de los participantes en esta investigación, los datos obtenidos tienen como finalidad emplearlos como respaldo y comprobación de su participación, en la entrevista que se realizará en el grupo focal con la participación del público interno y externo de este medio de comunicación "Tv MICC canal 47", para ello se requiere de la colaboración de cada uno de los participantes, marcando con una (X) en el casillero correspondiente o indique la información requerida, posterior a esta actividad se procederá a desarrollar la entrevista con todos los participantes.

DATOS PERSONALES DEL PARTICIPANTE INTERNO	
Nombres: <i>Lilia Cofre</i>	
Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/>	Edad: <i>26 años</i>
Cédula de identificación: <i>050334582-9</i>	
Profesión: <i>Comunicadora Social</i>	
Empresa o medio: <i>TV MICC canal 47.</i>	
Cargo o función: <i>Reportera y Presentadora</i>	
Años de servicio: <i>2 años</i>	
Dirección: <i>Calle Oluito - Luis Fernando Ruiz</i>	
Correo electrónico: <i>lilycofres@hotmail.com</i>	
Teléfono: <i>0998185502</i>	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación se presenta un instrumento que ha sido considerado para la aplicación del grupo focal, este consiste en recolección de datos personales de cada uno de los participantes en esta investigación, los datos obtenidos tienen como finalidad emplearlos como respaldo y comprobación de su participación, en la entrevista que se realizará en el grupo focal con la participación del público interno y externo de este medio de comunicación "Tv MICC canal 47", para ello se requiere de la colaboración de cada uno de los participantes, marcando con una (X) en el casillero correspondiente o indique la información requerida, posterior a esta actividad se procederá a desarrollar la entrevista con todos los participantes.

DATOS PERSONALES DEL PARTICIPANTE INTERNO	
Nombres: <i>Juan Gonzalo Rojas Allanca</i>	
Sexo: M <input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Edad: <i>62 años</i>
Cédula de identificación: <i>0500665369</i>	
Profesión: <i>Reportero</i>	
Empresa o medio: <i>Tv- Micc canal 47</i>	
Cargo o función: <i>Reportero</i>	
Años de servicio: <i>6 años</i>	
Dirección: <i>calle Quito - Luis Fernando Diviz</i>	
Correo electrónico: <i>rojasallanca@yahoo.com</i>	
Teléfono: <i>0988585875 - 0983243419</i>	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación se presenta un instrumento que ha sido considerado para la aplicación del grupo focal, este consiste en recolección de datos personales de cada uno de los participantes en esta investigación, los datos obtenidos tienen como finalidad emplearlos como respaldo y comprobación de su participación, en la entrevista que se realizará en el grupo focal con la participación del público interno y externo de este medio de comunicación "Tv MICC canal 47", para ello se requiere de la colaboración de cada uno de los participantes, marcando con una (X) en el casillero correspondiente o indique la información requerida, posterior a esta actividad se procederá a desarrollar la entrevista con todos los participantes.

DATOS PERSONALES DEL PARTICIPANTE INTERNO	
Nombres: <i>Hildo Taquiza</i>	
Sexo: M <input type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/>	Edad: <i>31</i>
Cédula de identificación: <i>172152007-1</i>	
Profesión: <i>Comunicadora - Reportera</i>	
Empresa o medio: <i>TV MICC 47</i>	
Cargo o función: <i>Presentadora Noticia Kichwa</i>	
Años de servicio: <i>1 año</i>	
Dirección: <i>Calle. Quito - Luis Fernando Ruiz</i>	
Correo electrónico: <i>hildaku-tv85@hotmail.com</i>	
Teléfono: <i>0980179096</i>	

16.2. Transcripción de Grupo Focal Interno

Historia del medio

➤ German Ugsha (Sub-gerente)

Bueno según el documento, la adjudicación de la concesión de frecuencia, antes de eso el consejo de gobierno en el año 2002 han tomado la decisión en el periodo del expresidente Jorge Herrera persona que en ese entonces fue presidente del movimiento indígena de Cotopaxi, en el año 2005 más bien ya empezaron con ese proceso del planteamiento para que consideren antes el Artel en esa concesión, quién adjudicaba el contrato, entonces el 24 de septiembre del 2008 ya acordaron entre el representante legal de esta institución y del movimiento indígena para un lapso de diez años, porque antes con Artel el contrato esta hecho por diez años, desde ese entonces, no recuerdo claramente el contrato pero indicaban que daban un plazo determinado para que este medio de comunicación dentro de cinco a siete meses pueda sacar al aire oficialmente la cobertura, entonces en junio del 2009 ya empieza a sacar oficialmente porque según el documento interno que revisé fue por los equipos porque por la parte técnica del movimiento indígena no disponía con los equipos y recursos necesarios para poder instalar de inmediato, entonces por ese motivo, por las cooperaciones internacionales fue que la secretaria ejecutiva antes del codente habían financiado otras cooperaciones para que este medio de comunicación disponga de los transmisores y de los implementos sobre todo los equipos de aquí de la institución y para la emisión de la señal en el cerro Pilizurco, entonces en base a eso ya había una comisión designada, lo que es un organigrama estructurado, entonces empieza el primer representante legal ha sido la asamblea general, entonces posteriormente viene el consejo de gobierno del MICC, quien es representante legal de la institución y luego viene la gerencia general de la institución, entonces así ya empezaron a trabajar, entonces más bien usted Luchito igual que por varios años ha trabajado, ha prestado este servicio, también la parte presentación, porque eso también considero que fue importante conocer primero el no contar de pronto con las tecnologías de punta por ejemplo, tener equipos Mac, cámara, por ejemplo hoy por hoy pensamos que el tener una cámara grande es más valiosa, de pronto en esos procesos ya de la señal abierta que se dio, hubo un proceso no cierto Luchito, entonces..... no

recuerdo bien, pero si revisé en varias ocasiones, créame que tuve que aprenderme de eso, inclusive tanto el reglamento interno tanto la función del representante legal y cuál debe ser la función de gerencia también, entonces inclusive los principios en este caso del canal comunitario, por ejemplo en ese documento, una de las cláusulas del contrato estaba de que este canal comunitario, que no era a principio de pronto las políticas con otros medios de comunicación por ejemplo, no hacen el pautaaje de los productos transgénicos de las grandes empresas, entonces este medio de comunicación busco otra alternativa de fortalecerse y solventarse, primero para el mantenimiento de la institución y de esa manera también para disponer de las noticias y hacer coberturas de acuerdo a las programaciones que tenían y entonces eso la verdad son políticas y principios son algunos más bien eso sería bueno Luchito ayudarle con el documento, para que la compañera pueda apoyarse en ellos.

➤ Marcela (Moderador)

¿A través de la creación de la ley de comunicación, este medio de comunicación se vio fortalecido o se vio en desventaja?

➤ Luis Aimacana (Gerente del canal)

Yo quisiera aportar dos cosas más a lo que dijo Herman, haber una en la parte técnica instalar una estación de televisión es tremendamente difícil, ósea para no repetir lo que dijo Herman, fíjate para instalar el transmisor la antena que está ubicada en el Pilizurco se tuvo que hacer una negociación con el movimiento indígena de Tungurahua y con la organización que es propietaria de los predios, ahí veo que fue una cuestión bastante clave para el movimiento indígena el aprovechar esos espacios organizativos, porque es tremendamente complejo y costoso, y el otro tema era el asunto del personal refiriéndome al inicio del canal, gran parte que realizó la diócesis de hecho de los que estamos aquí, por lo menos el cincuenta por ciento hemos tenido alguna relación coyuntural o una relación de dependencia de trabajo directa con radio Latacunga, entonces eso fue una especie de escuela de formación de la radio, Gonzalo por ejemplo ahí fue reportero, parece que Jaime también, Hilda también trabajó ahí y Alicia que hoy está ayudándonos también estuvo por ahí y, bueno yo estuve como más de diez años en la radio Latacunga, entonces me parece que ese fue un aliado muy importante para poder arrancar porque en definitiva claro nosotros

estábamos empezando de cero, o sea no teníamos digamos un conocimiento ya tácito, ya bueno yo hacía televisión en Ambavisión pero en cambio hacerse cargo de un medio de comunicación comunitario, un medio televisivo era absolutamente difícil. Bueno ahora esas dos puntualizaciones quería dar génesis del canal y los temas que refería Herman, hay una escritura la cual podríamos darle mejor esa escritura para que no se divague en cuanto tiene que ver a la fecha misma, hay una escritura pública y más bien esa que sea el respaldo, ahí faltó nombrarle a Abraham Salazar por ejemplo yo recuerdo que le puso mucho, muchísimo entusiasmo a ese tema y o sea la prefectura de Cotopaxi en aquel entonces de la fecha que estamos hablando, pues por ejemplo compro esta casa donde hoy está el canal, compró con recursos del estado y me pareció muy clave también un apoyo de esta naturaleza, claro en ese momento teníamos un buen número de autoridades muy comprometidas con la idea, pero el medio del asunto, bueno esa es una cuestión personal que yo quisiera decirlo es que radio Latacunga antes era el parlante del movimiento indígena, radio Latacunga era digamos la voz oficial no, de todas las actividades y claro la radio fue cambiando su opción preferencial que antes se llamaba desde la última encíclica que se realizó en Medellín y después en Puebla para que claro los medios de comunicación tengan cierta preferencia y Monseñor Ruiz por ejemplo el que regendaba la radio Latacunga en la década de los setenta y ochenta decía, radio Latacunga es hecha para los más pobres de entre los pobres que somos nosotros los indígenas, entonces para cambiar de Obispo viene el Monseñor Raúl López Mayorga quien decía, radio Latacunga está hecha para evangelizar a todo el pueblo católico de Cotopaxi, entonces a raíz de eso mucha gente salió de ahí no, en caso del actual prefecto Jorge Guamán, salió Olmedo Isa actual secretario de SENAGUAS, salió Edgar Jiménez que llegó a ser presidente de la empresa eléctrica, Dina Morales, Maritza Salazar, José Venegas, claro entonces era una cuestión ya diferente, se acuerda Gonzalo que usted estaba también en este proceso que con el Monseñor Raúl López Mayorga era otra onda, la cual tenía que darse énfasis no en el proceso organizativo, sino más bien en la cuestión de formación religiosa, pues de ahí tuvimos que abandonar la lucha y esas personas fuimos las que venimos al canal por el gusto de hacer comunicación es más durante todo ese tiempo no habíamos ganado un sueldo, más bien era una cuestión de Hobby, voluntario, yo por ejemplo siempre estaba viniendo por las noches a presentar las noticias pero como una cuestión de gusto más que de sobrevivencia, entonces eso es lo que yo quisiera añadir y no

sé si alguien más quiere decir algo respecto a la historia del canal, sería bueno pero..... Blanca, después yo respondería la pregunta que tiene que ver con el asunto de la Ley de Comunicación, entonces Blanca y don Gonzalo que son los más antiguos aquí en el medio (risas).

➤ Gonzalo Rojas (Ex-presidente del MICC y Reportero canal)

De lo que Lucho topaba en este caso el tema de la radio Latacunga, radio Latacunga nace un 8 de diciembre no sé, parece que es del ochenta y dos por ahí, pero radio Latacunga viene a nombre de movimiento indígena porque el movimiento indígena a más de crear la educación intercultural bilingüe, era importante seguir difundiendo las inquietudes que tiene el movimiento indígena, entonces que pasa de lo que el movimiento indígena como ahora cada dos años, un año o cada seis años, cada dirigente llegaba a tener sus políticas, entonces transcurre los tiempos cuando llega la radio Latacunga, viene un dirigente les interesaba la radio Latacunga, viene otro dirigente no les interesaba la radio Latacunga, entonces por eso es de que la radio Latacunga como era para el movimiento indígena, el movimiento indígena no hace los trabajos como debe de ser, entonces ahí se posesiona la iglesia en este caso la diócesis de Latacunga, entonces ahí siguió hasta cuando estaban las hermanas Paulinas, ahí estaba la Alma Montoya, Lucelia Grilla, entonces todas ellas en ese entonces trabajaban como eran los reglamentos de la radio Latacunga, de estar juntos con el pueblo, por eso era la Voz del pueblo en marcha, ya entonces hasta ahí el movimiento indígena de Cotopaxi con los dirigentes que estábamos ahí... Ehhh apropiábamos, pero ya a la larga sigue yendo en este caso viendo Xavier Herrán, entonces propone para que sea el un reportero Juanito Caisaletín, entonces él trabaja para el movimiento indígena, pero ya como le digo la directiva va cambiando cada periodo, algunos les interesa a otros no, entonces el resultado de eso la radio llega a la iglesia católica, entonces ahí yo me acuerdo estuve de dirigente un tres de febrero del año mil novecientos noventa y siete, ahí yo llegué a ser presidente del MICC, entonces como yo conocía los procesos de la radio Latacunga, entonces a mí me interesaba que el MICC vea que hace para seguir difundiendo, pero ya ahí yo ya tenía ciertas reglas, yo no podía cualquier rato denunciar lo que pasaba, por ejemplo los levantamientos, todos eso, entonces no podía hablar en este caso Eduardo Guerrero que es hasta hora el director tenía que pasar por el filtro de él, pero él también no era por lo que

él quería sino que era porque ya existían normas en las que debía basarse, entonces desde esa temporada ya se venía hablando no solamente por mí, sino todas las organizaciones de segundo grado decían, como sacamos a radio o sea a más un medio televisivo para el movimiento indígena, desde ahí se viene discutiendo y se ha venido analizando, uno de las instituciones que acogió esta voz era Cedis, con todos ellos veníamos trabajando y viendo como podíamos hacer, entonces desde ahí viene madurando, vienen los dirigentes desde esa temporada estar máximo dos años en la dirigencia, la gente que venía participando veíamos necesario la difusión de un medio sea televisivo, prensa escrita o puede ser radio, que el movimiento indígena debe tener, entonces hasta ahí seguían manteniendo la idea, yo le voy a pasar el listado de las dirigencias que venían después de mí, la creación del canal se dio después de unos cinco dirigentes, es decir se hizo efectiva la creación del canal después de unos diez años.

➤ Germán Ugsha (Sub-gerente)

Claro porque en manos de Jorge Herrera empieza esa ejecución, pero ya oficialmente la instalación y todo ese trámite de la adjudicación de la concesión de frecuencia empieza en la dirigencia de Abraham Salazar.

➤ Luis Aimacaña (Gerente del canal)

A ver ahora si entra Blanca.

➤ Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

Yo llegué acá al canal, bueno antes de que hubiera el canal en el año mil novecientos noventa y siete, un domingo el primero de marzo, pero cuando ya nació el canal fue un primero de febrero del dos mil nueve, cuando se apareció a la pantalla, así digámoslo, pero no así con programaciones, sino fue solo emisiones de prueba pero con la señal de las wipalas que decían eso era desde Pilizurco cuando yo recibía acá y pero ya cuando salió al aire inicialmente ya ante el público haciendo como una tipo inauguración, así digámoslo eso fue en junio donde que se fue digámoslo en el año dos mil nueve en manos del compañero Jorge Herrera que hicieron todas las gestiones, pero la inauguración se dio en la directiva de Abraham Salazar cuando oficialmente se hizo todo, cuando se abrió la frecuencia y luego ya

fue pasando a las manos de la compañera Dioselinda Isa, luego pasó a las manos del compañero Mario Alomoto, luego fue de Julio Cesar y en la actualidad está el compañero Leónidas Isa y de igual así mismo ha sido con el primer gerente Ángel Tibán, luego fue como gerente encargado José Venegas, luego paso a manos de Gabino Vargas, luego pasó al Germán Ugsha y ahora en la actualidad que está el Luis Aimacaña y así han pasado cada año, por ejemplo el consejo de gobierno del MICC, cada dos años iban cambiando, pero de ahí así mismo tanto los gerentes bueno ya de acuerdo iban para decir la creación del canal así mismo digamos súper complicado desde cuando iniciamos, no era como cuando está viendo aurita, por ejemplo cuando yo llegué no hubo este departamento,, era solo una casa de una planta, es decir solo la parte de abajo con todas las oficinas que llevan debajo de ahí con el apoyo del consejo provincial se logró construir este departamento digamos ya, pero no con la opción precisamente para el canal, sino era para... adelante donde que es la sed ahí era para sala de reuniones, ahí ya hacían la sala de reuniones y todas estas cosas eran para oficinas, no era precisamente para un canal de televisión pero ya cuando dieron la frecuencia ya se abrió la frecuencia en ese momento cuando era el tiempo del compañero Abraham decían todos, aquí está el Luchito que él sabía estar siempre constante y algunas personas más, el compañero Olmedo, la Cecilia Velásquez, habían casi como unas veinte personas que andaban al frente para decir ya nació el bebé, pero ahora donde lo ponemos o cómo hacemos, cuando ya llegó el ingeniero Santander el día sábado cuando ya salió la frecuencia y vinieron con los equipos y ahora donde ponemos acá o ponemos acá, y cuando ya hicieron de instalar esta oficina que está acá a lado al fondo ahí era donde teníamos una portátil un poquito más grande que la suya, con eso proyectábamos porque no teníamos los equipos adecuados, digámoslo así para poder hacer así tal como estamos aurita, más antes teníamos problemas con una máquina, la computadora que teníamos era de años y años pero eso le hacíamos servir para poder proyectar algo no, porque no teníamos dinero, no había apoyo de nadie y cuando ya así era pero solo en esa partecita, teníamos una portátil, una cámara y los estudios era al fondo donde que es la gerencia en estos momentos, tanto para el noticiero de kichua y el noticiero de español, lo primero que teníamos era eso, de ahí así había mucha gente osea era la emoción que salió el canal, osea digamos que la mayoría de personas osea venían y decían talvez de pronto le sirve este documental o de pronto sirve esta película les ayudamos, les regalamos, de eso nosotros íbamos emitiendo al aire y de así

poco a poco siguió creciendo, sería casi un año y medio o más estábamos acá de ahí ya hicimos de pasar a más escenario dijimos que eso ya estaba muy corto, es decir cuando más se hizo de abrir es cuando hicieron la inauguración en junio ahí ya hicieron de abrir más escenarios para poder hacer más programas y así con algunos que nos ayudaron, yo creo que en ese momento nos ayudaron ATN, nos daba así como un poquito de financiamiento para poder así mismo comprar yo que sé cámaras, de pronto una máquina, cuando hicieron la inauguración ahí hay algunas personas que mandaron en un escritorio para ver con qué nos pueden ayudar, algunos dieron DVD, unos dieron máquinas y así lo que podían dar, todo ha sido súper complicado digamos para poder sostener este medio, usted sabe que este es un medio comunitario que osea digámoslo no tiene fines de lucro, el movimiento indígena no tiene dinero y eso la gente de afuera no entendía y así mismo cuando inició este medio la gente venía muchísimos pidiendo trabajo, pero gentes así, personas de alta categoría ellos decían que tenían veinte o treinta años de experiencia y que ellos podían manejar el canal, pero el movimiento indígena decía no, porque nosotros los indígenas también si podemos y en realidad si hay gente preparada para poder llevar al medio y así sucesivamente no querían a las personas, otra gente de afuera vengan talvez de pronto a manejar el medio, pero de ahí así con lo que daban las resoluciones del consejo de gobierno, la misma gente de las organizaciones ya fueron preparándose, les han dado así talleres de ahí algunos así como estaba diciendo el compa Gonzalo, así la Hildaco y así algunas personas que poco a poco fueron preparándose, por ejemplo de mi parte yo no estaba osea preparada, pero con lo que se ve y con lo que pasó el tiempo ya fui aprendiendo y aurita ya es una responsabilidad muy grande para mí llevar esto no, eso Marcelita.

➤ Luis Aimacaña (Gerente del canal)

Bueno ahora sí del tema de la Ley de comunicación, el canal nace antes de la aprobación de la Ley de comunicación, pero ya que la pregunta se circunscribe al tema de cómo no cierto la Ley de comunicación a aportado o en su defecto, yo diría que es un avance la Ley de comunicación en la medida en que permite la democratización del espectro radioeléctrico, eso que quiere decir, quiere decir que cualquier grupo social puede tener acceso a una frecuencia de radio y televisión, hasta ahí perfecto y estamos de acuerdo desde esa entrada

la Ley de comunicación es muy positiva, donde no es positiva en el momento de la distribución del pastel publicitario oséa a ti te dan un medio, pero te dan como cuando tú le pones a un cerdo una soga no lo suficientemente larga para que se vaya o lo suficientemente corta para que se ahorque, a nosotros nos han dado una soga corta es decir nos está ahorcando la falta de recursos económicos, porque hasta este día diez años vamos ya casi no ha entrado una publicidad nacional del gobierno peor aún de las empresas que tienen que ver con la publicidad nacional, llamémosle de las grandes empresas que normalmente se maneja a través de las instituciones que generan los recursos económicos, porque la ganancia de un medio de comunicación está ahí, entonces yo cuestiono al estado y a la misma Ley de comunicación claro nosotros estamos sujetos a cumplir todo lo que exige el COORDICOM, el ARCOTEL y la SUPERCOM, todo pero en cambio no estamos en la posibilidad de que por lo menos nos den el uno por ciento de la publicidad, no nos dan absolutamente nada, el otro concepto que a mí me llama la atención personalmente esto lo digo y tiene que ver con la comunicación como un servicio público, yo pienso que ahí hay un error conceptual de fondo el querer controlar por ejemplo a la prensa en torno al gobierno de turno, ahí me parece que hay un error en eso yo no estoy de acuerdo con la Ley de comunicación, por lo demás yo pienso que los medios de comunicación siempre serán un escenario de un antipoder digámoslo no, no siempre un medio de comunicación salvo algunas excepciones he visto medios comerciales que están siempre a favor del gobierno de nuevo turno, ellos siempre están alentando eso no, pero al menos las políticas que vienen dadas por las treinta y tres organizaciones del consejo de gobierno del MICC, nos lleva a decir que nosotros siempre estaremos del lado de la gente que le hace falta algo que es la gran mayoría de compañeros indígenas y campesinos que vivimos en la provincia de Cotopaxi y Tungurahua.

➤ Marcela González (Moderadora)

¿Cómo el medio de comunicación a logrado sostenerse, pese a las dificultades que este a tendio por falta de recursos económicos, como Tv MICC ha logrado mantenerse al aire hasta ahora?

➤ Luis Aimacaña (Gerente del canal)

Me gustaría que Jaime responda esto, porque vive en carne propia el perecimiento del sindicato.

➤ Jaime Isa (Comunicador voluntario)

Bueno, yo llegué acá a trabajar en representación de mi organización Hatarishum, bueno en ese entonces los compañeros que trabajaban aquí en ese entonces no recibían nada de sueldo por vario tiempo, los compañeros, especialmente Mario Alomoto el andaba en su motito venía desde su comunidad que es de la parroquia Cochapamba del cantón Saquisilí, que queda más o menos a unas tres horas, en ese tiempo era una vialidad fatal, bueno ahora ya es asfaltado por lo menos no; él tenía que salir de allá acá todos los días, él salía terminando el programa porque él hacía el programa en kichua, osea que nadie recibían sueldo no y así estando un poquito ya más o menos por ahí ya consiguieron apoyo de las ONGS en ese tiempo estaba mi hermana de presidencia, logró buscar un poco de recursos económicos y logró comprar una vitara que hasta hoy tenemos esa vitara, compraron unas cámaras y lograron ya poder dar una bonificación a los señores que trabajaban aquí, una bonificación por lo menos para los pasajes, así venían pasando el tiempo, bueno se cambió la directiva y llegó al poder el que trabajaba aquí en el Tv MICC, él pasó a ser presidente del movimiento indígena de Cotopaxi y él también gracias de eso avanzó a gestionar en APN ahí logró sacar una partida para Tv MICC y gracias a eso a nosotros ya nos aseguraron, es decir fuimos ya trabajadores seguros, ya asegurados y todo eso.... De ahí nos sabían pagar puntualito en ese tiempo, pero con bonificaciones de ONGS, ahí en ese tiempo todavía publicidad no había mucho, bueno también hay que reconocer que el señor gerente en ese tiempo que era el compañero Ángel Tibán él hacía todos los esfuerzos así para las cosas tener bien y poder sacar el canal en adelante y de ahí ya se terminó el periodo de ellos, pasó a periodo de don Julio Cesar Pilalum, pasó allá y cambiaron de gerente del Tv MICC, ahí lastimosamente el canal hay que decirlo en realidad se fue al piso en ese periodo, él pensó que va a sostener el canal con publicidades y dijo ONGS como decir me valen y eso era mentira, ya pues el señor no pudo administrar y se fue dejando ahí el canal de ahí justo dejan encargando el canal al señor German Ugsha, dejan encargando a él por un tiempo y después él también ya dejó el cargo y las organizaciones ya pidieron legalizar al gerente de Tv MICC y justo le apoyaron al compa Lucho y hasta el momento él está a cargo y gracias a eso, este año

hemos estado obteniendo recursos de los gobiernos municipales, provinciales y con eso nos hemos estado abasteciendo, estamos abasteciendo a lo tope...tope y ahí estamos dando.

➤ German Ugsha (Sub-gerente)

Bueno una cuestión quería agregar ahí, este Luchito en junio del dos mil trece Ley de comunicación entra en vigencia no cierto, pero para Tv MICC créame que no fue nada nuevo cuando hablaron de la interculturalidad de las programaciones, entonces cumplir en ese espacio, no recuerdo completamente pero en uno de los artículos me parece la treinta y seis, declaran de que los medios privados, medios públicos y medios comunitarios tienen que regir de acuerdo a Ley de comunicación, pero en la constitución dice que los medios tienen la facultad con las mismas posibilidades y los mismos derechos, entonces pero en el código orgánico ya buscaron la división; propio código orgánico de comunicación dice los medios comunitarios deben sostener con autofinanciamiento como sin fines de lucro y entonces por eso no tiene mayor peso para reclamar a las diferentes carteras del estado, por ejemplo pero si una parte Luchito donde que estipulan la adjudicación de la distribución del treinta y tres por ciento para medios públicos y privados y el treinta y cuatro por ciento para medios comunitarios, ahí como que si le dan la ventaja pero lamentablemente no hay ese equilibrio no es cierto, te dan pero te quitan, eso talvez de pronto no ha permitido sacar el presupuesto desde el informe o gestión de los gobiernos autónomos descentralizados, lo que pasa es que en periodo del compañero Julio Cesar casi el total de presupuesto de las cooperaciones internacionales, quizá no fueron del movimiento indígena sino que ya fue por el estado mismo que ya no querían que las cooperaciones internacionales sigan cooperando con estas organizaciones, entonces ahí el movimiento indígena casi queda con una o dos cooperaciones internacionales, ahí es donde Tv MICC ya no tenía la posibilidad de acceder a esas cooperaciones porque ellos también tenían el presupuesto recorte, justamente como todo es sistematizado ahí es donde nosotros tuvimos un complejo más de treinta y tres mil dólares, ellos querían que la mitad saquemos , pero como podemos sacar ese presupuesto con previa justificación, nos permiten sacar del banco, entonces imagínese hasta ese problema había y finalmente Tv MICC ya no disponía de ese presupuesto de las cooperaciones internacionales, más bien tuvimos la facilidad de acceder del presupuesto de los gobiernos parroquiales, ellos nos han ayudado un poco y también los gobiernos

municipales y prefectura, entonces últimamente eso y las empresas privadas pequeñas que no les dan mucho pero en base a eso si se ha podido sostener en cuanto a valor económico se refiere.

➤ Marcela González (Moderadora)

Alguien que quiera acotar algo más, yo también a medida que iba investigando el medio y observaba todos ustedes, veía a muchos de ustedes pasar por varias dificultades laborales y económicas, en este caso me gustaría que Hilda me cuente su experiencia dentro de este medio de comunicación.

➤ Hilda Toaquiza (Comunicadora voluntaria)

Bueno así como comentaba la compañera Blanca y el compañero Gonzalo, no me acuerdo en que año era pero fue en época de Abraham Salazar yo era secretaria del MICC, en el momento en que estaban instalando aquí todo, andaba detrás de Ángel Tibán pasando cables sin saber ni conocer que era lo que estaba haciendo, no conocía absolutamente nada y de ahí justo andaba estudiando en la UTC, claro que en ese entonces yo sabía la teoría pero no la práctica, por ejemplo como editar absolutamente ni la grabadora conocía, nada. Entonces yo me acuerdo clarito instalo aquí adentro y puso un DVD y televisión, a mí me encargaron que tengo que programarme y debía pasar todo el día programando, así una hora, dos horas, yo pasaba así todo el día, después ni siquiera almuerzo nos sabían dar (risas) de ahí así una temporada el Ángel Tibán dijo así no pueden pasar las compañeras dijo a la Hilda vamos a pagar cincuenta dólares para que ella pase abajo en secretaría y programando aquí, entonces me pagaban cincuenta dólares creo que fue por unos tres meses, que mensual me pagaban cincuenta dólares, después cuando vino los compañeros por esa época para nombrar Tv MICC era Corporación Ashiguara se llamaba, no era Tv MICC canal cuarenta y siete, entonces yo me acuerdo cuando vinieron los compañeros de Otavalo que trabajaban en radio Iluman y el otro compañero que trabajaba en el municipio, los dos compañeros vino acá y ellos dijeron que estaban gestionando para sacar televisión allá en Cayambe y ellos nos mencionaban que la Fundación Sumak Causay en Quito financian ellos dan así presupuestos y tenemos que hablar con ellos y no sabíamos absolutamente nada, ya fueron instalando los programas para quienes supuestamente ya sabían editar, el tipo de programa

por ejemplo para poder grabar el programa de voces de identidades Ñucanchi Yuyay, desde que nació el canal son programas demasiado buscados los nombres para sacar en el canal, nosotros absolutamente no teníamos nada de experiencia, nada... Nada en todo mismo y ahí los compañeros de la Fundación dijo los compañeros tienen que ir hacer intercambio de experiencias, tienen que ir a practicar a algún medio de comunicación porque sin eso ustedes no pueden manejar canal, ya dejó instalando todo ahí es lo que dijo la Maritza Salazar en esa época ella sabía todo lo que es radio así todo, decía que queremos aprender de televisión no de radio, ellos querían enviarnos así estaban averiguando en Quito en donde tenemos que ir hacer prácticas y nunca por ejemplo yo me acuerdo clarito cuando fueron a preguntar en Coorpan ellos dijo nosotros podemos capacitar lo que es manejo de cámara pero de ahí no más, entonces justo cuando Sumak Causay decía que en España en país Vasco así mismo hay canal comunitario que tenemos que ir a practicar y la Lourdes nos gestionó, dijo ustedes tienen que ir aprender allá nos mandó a mí, a Ángel Tibán, a la compañera Marisa y al compañero Abraham Salazar como presidente que encabeza el MICC, ya a cuatro personas nos mandó al país Vasco durante quince días pasamos allá y ahí es lo que primera vez yo aprendí, conocía, bueno que tipo de programa, como editan, como manejan, como hacen los programas, como salen al aire, todo..... todo, quince días de práctica de ahí regresamos y así mismo ya con esa práctica empezamos con Mario Alomoto justamente Mario Alomoto venía y con esa práctica empezamos ya más o menos el mismo video que nos regalaron los compañeros de la organización, capturados sabíamos bajar este en programa para poder editar eso, aunque sea cortando sabíamos mandar, corte por corte así sabíamos mandar y después ya casi un año con el Mario Ayora con el compañero reportero Mario Alomoto la cobertura era demasiado lindo ese momento con la gente de las comunidades como nunca no sabían ver una imagen de una persona a través de un televisión en las comunidades demasiado contentos, nosotros siempre sabíamos ir por ejemplo más la señal era en Tungurahua en todas las comunidades de Tungurahua en Cotopaxi mismo demasiado, sabíamos trabajar durante un año pero yo ganaba sueldo de cincuenta dólares y de secretaria del MICC después ya acabó el proyecto Heifer creo que se llamaba en esa época que trabajaba ya no me pagaban y pasaba seis meses sin sueldo nada, Mario Alomoto también lo mismo ya justo como teníamos un poco de experiencia y todo me llamaron a radio Latacunga, me llamaron a radio Latacunga y me fui a trabajar en radio Latacunga y

ahí me fui dejando a Tv MICC (risas), dentro de cuatro años regresé nuevamente ahora estoy hasta actualmente y sigo colaborando y otra vez me tocará abandonar (risas), pero seguiré siempre aportando a Tv MICC eso no más (risas).

➤ Liliana Cofre (Periodista Voluntaria)

Bueno yo me acuerdo que cuando estaba en cuarto ciclo, la profe, una profesora nos mandó a investigar sobre un medio de comunicación entonces había comunicación comunitarios, radio Latacunga, privados y también públicos he recién creo que estaban apareciendo los Andes así creo, entonces yo dije recién íbamos como que a investigar un poco sobre la comunicación comunitaria y a mí siempre me ha gustado las costumbre y tradiciones de estar más cerca de los pueblos, conocerlos porque como decía ellos son los más olvidados y para que sacar a las mismas personas que son las autoridades, porque cuando yo veía Tv MICC, decía eso, oséa Tv MICC, tiene que ser el canal de la diversidad, el canal en donde todos puedan hablar y no simplemente porque sea una autoridad va a tener la potestad para hablar e inclusive se toma más importancia a la persona que no tiene voz que nunca ha hablado en un televisor, entonces al mirar esas imágenes y al saber el pronunciamiento que se reflejaba en las pantallas yo vine con un grupo de compañeras acá hacer la entrevista, en ese entonces yo tuve la acogida del Licenciado José Venegas, también de Blanquita Naula, entonces yo empecé le entrevistamos, conocimos un poco de Tv MICC, él nos explicó la historia igual estaba ahí la señora Marisa Salazar, y el gerente José Venegas nos dio la oportunidad de que vengamos aquí de que podamos repasar, de que podamos nosotros también aportar con noticias con todo lo que nosotras queramos y a partir de su ciclo entonces yo empecé a venir como voluntaria, venía sábados y domingos, a veces venía más sábados unos que otros días a veces no podía y venía solo a visitarles, después hubo la oportunidad y gracias a la apertura igual de Blanquita, de en ese entonces estaba el señor Gabino Vargas entonces ahí el me dio la oportunidad para yo poder hacer mis pasantías, entonces bueno yo siempre le he dicho don Gabino y a usted también don Luis así que nada ha cambiado (risas), entonces ahí yo vine hacer mis pasantías en el tiempo de hacer mis pasantías bueno fui yo al sector rural en donde me siento más cómoda también porque ahí se puede ver y apreciar las necesidades, la realidad de todo el pueblo de todas las comunidades, yo empecé a ir de pasantías con Jaime íbamos al sector rural recorríamos los

cantones y nos dábamos cuenta de lo que pasaba, luego de terminar mis pasantías tuve la oportunidad de ahí pasó a manos del compañero German Ugsha en la dirigencia de él estaba también la Licenciada Lucía Pérez he con ella estábamos aquí y yo gracias a ellos pude ingresar a trabajar acá, entonces justo también se abrió el programa de Guagua Cuna Tv conducíamos con la compañera Elsa Ugsha que ella también igual venía ligada a este proceso organizativo porque ella también trabajaba en radio Latacunga, conocía al personal, entre las dos conducíamos el programa y dada las circunstancias de que a mí gracias a Dios me contrataron bueno solo Dios sabrá hasta cuando con los gerentes y presidentes y bueno desde esa época yo he venido laborando, en marzo voy a cumplir dos años, son casi dos años que yo llevo aquí trabajando y bueno a pesar de las dificultades del presupuesto, del dinero económico bueno siempre entre los compañeros no... estamos y decimos ¿por qué salimos? Estamos por la gente, porque no queremos que el canal se cierre y como le digo a los chicos, muchos de los que nos escuchan hablar también nos odian, aquí en el sector urbano inclusive don Gonzalito con Lorena Guamaní que antes trabajaba, ella decía que no era fácil poner el micrófono de Tv MICC en una rueda de prensa porque siempre los empujaban, o siempre sacaban el micrófono, siempre los rechazaban a ellos no les tomaban en cuenta e inclusive había personas que les negaban a dar entrevistas porque, porque no tomaban en cuenta al canal y hasta ahora se continua con esa lucha no pero ahí está el compañero German que eran más racistas e incluso escuchar hablar en su propio idioma su propio kichua, ellos se reían e incluso cuando nosotros vamos a cobertura el Riky Pérez nos dice verdad Picushimis o nos dicen kichuashimipi, es un término que ellos inventaron pero no dicen el idioma kichua, entonces yo pienso que como ya existe historia del canal también está en nuestras manos la responsabilidad de que cada persona de cada comunidad o proceso organizativo y en sí de un servicio social que no sea de forma de lucro que esté en nuestras manos para poder salir adelante, porque hay que entender que nuevos retos también se vienen, al canal hay que irle innovando, si la Blanquita dice estamos con una computadora y ahora ya estamos con estos equipos, pero si ahora estamos con estos equipos también tenemos que conseguir otros quipos para estar al nivel, entonces a pesar de esas dificultades yo creo que aquí también se ha hecho una familia a pesar de millones de pleitos, a veces hay caras buenas, a veces hay caras malas, pero aquí hemos pasado y aquí es nuestra segunda casa o tercera casa, que después de la escuela, colegio o universidad y aquí estamos

para seguir este comunicando y haciendo lo que nos gusta.

➤ Gonzalo Rojas (Comunicador voluntario)

Verá yo quiero dar a conocer sobre la lucha entre reporteros, verá eso era una cosa tremenda yo me acuerdo cuando Jaime decía que si habíamos reporteros aquí, yo hablo del año dos mil once y doce, verá ahí con Mario Alomoto éramos los reporteros, él era camarógrafo y yo hacía todo lo que era reportajes y yo me acuerdo cuando llegó acá al terminal aéreo este el difunto Correa no (risas), yo recuerdo que ahí para nosotros había demasiado racismo en este caso como era el Octavio Cumbícos de radio Latacunga, me acuerdo a este gerente de radio Hijos del pueblo, al Miguel Ángel López, ellos eran los principales racistas de que a los del Tv MICC, nos ponían atrás, nosotros poníamos nuestras cámaras ahí adelante, cogían y ponían en otro lado y nosotros decíamos ¿por qué?, entonces ahí fue cuando votamos quebrando esa cosita del micrófono porque había una lucha durísima para nosotros, entonces ha habido ciertas pugnas entre nosotros uno por no ser capacitados sería no sé no.... Y otro había una pugna de todo, entonces eso hemos ganado el espacio nosotros con tanta lucha, entonces en esta parte si Pepe Venegas decía así son estas personas y ustedes tienen que poner de parte, entonces ahí hemos luchado y ahora somos reconocidos por todos los lados y todos nos respetan y por otro lado el kichua era la parte o la base fundamental en este caso como decía Blanquita del Gabinito, él Gabinito decía (risas) que él quería desaparecer el programa Ñucanchi por lo que no hay participantes, entonces por esto hay que eliminar gracias a esto que compa Lucho está de gerente él ha dicho no!!! El objetivo del canal es para sacar kichua, entonces desde ahí ha vuelto a permanecer.

➤ German Ugsha (Sub-gerente)

Una cuestión, complementando de eso que mencionaba el compañero Gonzalo, bueno me parece que si era verdad de lo que yo recuerdo Luchito claramente en la Gobernación de Cotopaxi que en ese entonces fue Gonzalo Suárez y el reportero que pasa aquí Cristian Pérez una vez yo si falte al respeto a este man de On-line, el señor me viene a botar la cámara en plena rueda de prensa de la gobernación, entonces créame que en ese espacio si era duro de verdad, cuando ven a nosotros se nos ríen, entonces cuando ven incluso el micrófono van botando, fue una actitud muy racista y yo por un lado Luchito por eso Ley de

comunicación está también en contra, pero también está a favor, porque a esos racistas les obligan a tener dentro de su programación el cinco por ciento de contenidos interculturales, entonces imagínese de ahí había una política de que Tv MICC no era del movimiento indígena, sino que era de Lourdes Tibán o era de Cesar Umaginga y a nosotros como nos veían y más aún cuando le mandan sacando a César Umaginga y a nosotros Blanca Guamangate ya como prefecta de Cotopaxi no nos recibieron, nos cerraron la puerta el guardia no nos permitió ingresar, entonces imagínese este problema que nosotros recibimos y eso como que si se ha podido controlar a esos medios de comunicación.

➤ Marcela González (Moderadora)

Entonces para ustedes todo este proceso ha sido muy difícil.

➤ Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

Claro no solo en eso, hasta aquí en las oficinas también por ejemplo que venían a dejar yo que sé las invitaciones, venían, vienen a invitar pero mejores más groseros digamos no, un día cuando estaba posesionando la compañera Dioselinda Isa en la casa de la cultura viene una señora así timbra la puerta y bajo a ver y dice necesito dejar una invitación, de ahí yo digo ya le abro la puerta para que pase y ella dice quién me va a recibir y le digo yo, ella me dice usted? Digo si yo voy a recibir, pero tiene que poner el logo la fecha, si yo también se y estoy preparada para eso, pero ya rápido volando porque estoy de apuro, después que paso le dije en caso de que quiera dejar la invitación deje y si está apurada regrese más luego, de ahí dice no no no, me vengo calentando en otro lugar y me vengo a enfriar con usted, no solo así en muchas ocasiones por ejemplo nosotros digamos así sea la preparación que tenga nosotros en el generador de caracteres no ponemos ni abogados, ni licenciados, ni doctor, nosotros solo ponemos el nombre y el cargo que ejerce nada más, pero ahí decían porque no pone es licenciado, es abogado, yo respondía lo sentimos nosotros no ponemos eso, entonces todas esas cosas y muchas más ha habido en nuestro canal.

➤ Marcela González (Moderadora)

Ya, vamos a basarnos en sí al contenido que difunde el medio de comunicación y yo les voy a dar la pregunta y la persona que quiera participar que responda por favor. En este caso

¿Qué tipo de contenido audiovisual difunde más el medio de comunicación?

➤ German Ugsha (Sub-gerente)

Bueno, ahora con esta creación es contenido informativo más y contenido de programa intercultural también está considerado tanto Wuagua Cuna y Ñucanchi que son exclusivamente hablando del idioma que es parte de la interculturalidad no, entonces en cuanto al programa de entretenimiento casi en los espacios contratados es casi amplio, en cuanto a las músicas autóctonas uno de los espacios que está considerado de pronto la gente dirá que salió, pero salió hace un mes o hace quince días, entonces los productos del entretenimiento no es mucho, pero si se vuelve reproducir, porque para eso también se requiere del recurso para poder seguir produciendo, por ejemplo a nosotros más no ha dado la facilidad es por ejemplo Hildaco sabe y los compañeros saben lo que es noche cultural por ejemplo del colegio Jatary como que nos permite recopilar esas informaciones y seguir produciendo por ejemplo, entonces en contenido informativo, contenido este también un poco de entretenimiento en base al... bueno en el programa de Wuagua Cuna Tv si se está manejando la parte educativa lo que es el segmento que está de la parte urbana y rural que aprendamos no de nuestro idioma porque aquí la compañera también ha hecho todo el esfuerzo por tener a los compañeros exclusivamente de su idioma es difícil porque de pronto piensan como otros compañeros, cuando ven que Tv MICC está saliendo al aire entonces aquí si me dan trabajo no, entonces muchas de las veces aquí sí ha pasado eso, entonces me dicen cuanto me va a pagar quizá de pronto piensan que nosotros quizá estamos sobre pasando más de los quinientos dólares mensual, entonces así se ha manejado eso y casi no como dice la Ley de comunicación al cien por ciento pero si hemos manejado considerablemente todos los contenidos.

➤ Luis Aimacaña (Gerente)

Haber, yo ahí me remitiría a la misión y visión que tiene el medio de comunicación, haber nuestra opción preferencial como dice la iglesia católica siempre van hacer el trabajar por las comunidades indígenas y campesinas, por eso yo estoy seguro que nuestros contenidos rebasan lo que exige la ley no, la ley te exige un cierto porcentaje para los medios comerciales y entonces a qué se circunscriben los contenidos, a pasar Pluri Tv que son

preguntas y respuestas de lo que es el Ecuador pero no más, por ejemplo la cuestión quichua lo hacen con una cuestión ya de cumplimiento entonces ya para nosotros es más bien la opción preferencial la cuestión número uno, entonces yo diría ya en resumen que dentro de los contenidos si estamos sobrepasando lo que nos exige la ley, pero no lo hacemos porque nos exige la ley, lo hacemos por convicción que tiene el medio, oséa por ejemplo vendrá después la música Rock, o vendrá la música en inglés por ejemplo aunque aquí todavía no la hemos pasado, porque a lo máximo que hemos llegado es a poner el Rock latino pero de ahí no más, es una cuestión para discriminar digamos el tema de los contenidos.

➤ Marcela González (Moderadora)

¿Consideran ustedes que el contenido que el medio difunde contribuye al desarrollo de las comunidades?

➤ Luis Aimacaña (Gerente)

Por supuesto, yo pienso de que el hecho de que exista la idea de que los equipos de comunicación visiten preferentemente ciertos espacios, atendamos las invitaciones y todo eso porque claro para el periodista o para el medio, porque te invitan veinte no y depende de ti si vas o no vas no, entonces generalmente se ha hecho esfuerzos enormes por llegar a las invitaciones de esas comunidades y cuando no han invitado también estamos yendo pese a que no ha existido invitaciones no y todo eso.

➤ German Ugsha (Sub-gerente)

Este justamente recalcando eso, cuando hay esas planificaciones, créame Luchito igual no hemos visto quien nos invita o no, entonces así como dice Luchito por convicción mismo conocemos la realidad de las comunidades oséa créame que otros medios jamás van a llegar, pero nosotros sí hemos tenido la oportunidad de llegar, entonces siendo de las comunidades indígenas no conocemos a diferentes comunidades y parroquias rurales sobre todo, entonces nosotros si conocemos de pronto bastantes realidades que pasan, pero ellos tienen la oportunidad de dar una entrevista en su idiomas, entonces como nosotros también aquí en Tv MICC se ha dado bastante aporte primero de pronto que ellos son motivados a dar la

entrevista y dar a conocer esas comunidades más lejanas que de pronto las instituciones del estado dieron la oportunidad de dar algunos servicios necesarios, entonces esto como que le abrió los ojos a las autoridades y hoy los medios de comunicación de los demás, oséa tienen esa posibilidad, quieren seguir también no, aunque no a las parroquias rurales pero si a los cantones de la provincia.

➤ Marcela González (Moderadora)

¿Qué estrategias ha empleado el medio de comunicación para alcanzar un mayor número de televidentes?

➤ Luis Aimacaña (Gerente)

Bueno yo voy a decir por lo que a mí me toca en esta coyuntura, haber yo pienso que el rostro de un medio de comunicación son los noticieros no y por esa razón es que decidimos abrir tres noticieros diarios, bueno había uno no, pero lo abrimos en la mañana, lo abrimos al medio día e hicimos también la opción de poder hacer un resumen de noticias no, entonces esa ha sido una estrategia yo creo que nos está funcionando para poder captar parte del recurso económico eso para mí tiene que ver con lo otro, oséa yo no puedo cosechar algo que nunca he sembrado entonces si tú siembras ahora una imagen positiva del medio de comunicación comunitario que sin renunciar a sus postulados ideológicos, estás en la capacidad de hacer coberturas y estás en la capacidad de abrir tres informativos con la cantidad de personas que tenemos, para nosotros o personalmente considero que es una estrategia buena no cierto para darle sostenibilidad al medio no, porque el hacer noticieros implica ir sembrando un medio de comunicación y va a ser siempre el rostro de un medio de comunicación.

➤ Marcela González (Moderadora)

¿Consideran importante el fortalecimiento de los productos audiovisuales que crea el medio?

➤ Luis Aimacaña (Gerente)

Huy... considero que es muy importante no solo que falta buena voluntad, oséa buena voluntad sobra lo que falta es recursos económicos eso sí, oséa ahí bueno algo se hará, el compañero presidente tiene algunas cosas en mente y las hemos conversado pero mientras no salga es preferible no decir no.

➤ Marcela González (Moderadora)

Ahora me gustaría centrarme en esta parte que es el eje primordial dentro de mi proyecto que es la Web dos punto cero, que para yo empezar a construir bien los cimientos de mi proyecto pude visualizar que dentro de los tres medios de comunicación que existen aquí dentro de la provincia o la ciudad, estaba Elite Tv, Tv Color y Tv MICC, veía que Tv MICC tiene una página en la cual tiene mayor acogida, mayor seguidores y me basé en ello para la realización de mi proyecto, entonces yo decía y me preguntaba ¿cómo un medio comunitario que tiene varias necesidad, no posee con los recursos económicos suficientes, puede lograr lo que un medio privado no lo puede hacer, entonces me gustaría en este caso doña Blanquita que usted me hablara sobre los medios que ha empleado y con qué finalidad o por qué el medio de comunicación a tomado esta opción de difusión de contenido, en este caso sería de Facebook y YouTube que son las plataformas que más emplean.

➤ Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

Claro verá mediante las páginas de las redes sociales por ejemplo del YooTube antes cuando estaba el primer gerente bueno creo que manejaba el Licenciado José Venegas pero ahí no teníamos mayor acogida, pero hace que será un mes o dos meses casi que recién abrimos una página, pero más lo que estamos es en el Facebook del canal, pero más antes que estaba encargada la señorita Lucy Pérez ahí abrió la página para que puedan tenerme como administrador de ahí también no hay, pero como siempre yo he estado con la responsabilidad de abrir el correo, revisar el correo tanto del canal así cuando había tiempo le revisaba y estaba cargando videos, subiendo videos de ahí como usted dice invitando a los amigos para que den, como yo les digo a todos los compañeros pongan una manito ayuden a difundir a los que están aquí cuando subo alguna nota o algo yo lo comparto con mis compañeros, pero mediante a ello nosotros hemos tenido comentarios o cualquier cosa y mediante eso nosotros hemos seguido avanzando con la petición que dice usted.

➤ Marcela González (Moderadora)

Lili ¿consideras que la actividad de estos sitios virtuales, le ha brindado ventajas al medio en el proceso comunicativo con sus televidentes?

➤ Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Pienso que sí, porque usted miro en datos estadísticos si somos la página que tiene más seguidores, se podría decir que fácilmente en una televisión ya sea en los otros dos medios que existen en Latacunga, como lo es Élite y Tv Color ellos transmiten más noticias del sector urbano, usted sabe que conflictos y ver a las autoridades cada día ya es cansón, pero por ejemplo aquí en cambio se saca reportajes de las comunidades, cada día tenemos diferentes cosas en cada etapa, por ejemplo aurita por navidad mismo se saca villancicos de los niños como para cuando ver de una comunidad de Gualopo, de una comunidad de Maca, de una comunidad de Pujilí o en algunos tiempos se mira las tradiciones del chaguarmishqui, se mira el cultivo de maíz o se ven cosas de nuestros agricultores o nuestros campesinos , entonces al ofrecer a nuestro público cosas diferentes, pero también cosas que tengan contenido educativo de que nos forme y que nos muestren también la realidad de una u otra forma contribuimos ya sea para mostrar a la ciudadanía a los que no puedan estar en diferentes lugares de que también existen personas que trabajan, que laboran, también damos a conocer a las personas que son parte importante aquí en Cotopaxi y en todas partes.

➤ Marcela González (Moderadora)

¿Con qué frecuencia actualizan los contenidos en las plataformas virtuales?

➤ German Ugsha (Sub-gerente)

Dependiendo, más eso nos han ayudado los compañeros que hacen la cobertura yo que se de pronto estas marchas que pasó, lo que pasa es que ahí hay un poco de inconveniente porque no tenemos de pronto un personal de la institución en el sistema específicamente que sepa de eso, sino que los compañeros que saben de eso, ellos mismos nos ayudan con eso,

entonces eso más bien nos ha permitido o sea de pronto la diferencia de nosotros es que no solamente las coberturas están en las autoridades, sino de pronto buscan esa manera de identificar desde las comunidades entonces cada que de pronto como dijo Lili de pronto aparecen eventos culturales, entonces eso como que se considera de prioridad para subir, eso no es de todos los días.

➤ Marcela González (Moderadora)

Entonces eso no es algo que lo realiza todos los días, ustedes entonces se basan en la importancia o el impacto que creen o consideran ustedes que va a tener ese reportaje o esa nota. ¿Considera que la información difundida en la web 2.0 ha tenido acogida por los usuarios, como ven ustedes la participación, hay interacción con el público?

➤ German Ugsha (Sub-gerente)

Yo creo que sí bastante, lo que pasa es que como es un canal comunitario que no tiene señal para otras provincias exclusivamente como dos provincias, pero como a través del sistema de este sistema virtual o sea ha permitido seguir esos pasos, luego de que la información de la inauguración por ejemplo si permite de que esos canales comunitarios lleguen a la comunidad, de pronto en otras páginas por ejemplo de Tv Color no vas a ver reportajes de que están cortando la cebada, pero en nuestro caso por los equipos que tenemos tanto urbano y rural entonces si disponemos, aunque no entiendan también manejan lo que es visual.

➤ Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

De que nos falta más difundir en contenidos de los que presentamos, si nos hace falta pero como decía usted sabe que aquí el equipo de los que trabajamos no es tan grande y no tenemos áreas específicas y nos toca trabajar en las que se necesite y en las que se requiere en el canal, entonces cada vez en las que vemos necesaria la transmisión por ejemplo canciones de levantamientos o que sea algún evento especial de niños se les va actualizando, se les va subiendo, hasta donde entiendo la Blanquita sube más en Facebook, también subimos fotografías cuando tienen entrevistas aquí en vivo y las notas que salen Don Luis, Bueno con la nueva disposición las más relevantes, las que han tenido impacto he

son las que más se publican en el Facebook y en las redes sociales.

- Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

Los que más tienen acogida son las notas o reportajes de las comunidades, yo que sé por ejemplo una nota que hicieron Jaime creo que hizo de un matrimonio esa ya creo que tiene más de sesenta mil visualizaciones.

- Marcela González (Moderadora)

Hace cuanto fue esa publicación.

- Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

Que será ya un año.

- Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Yo hice esa nota y fue cuando estaba de pasante, y hasta ahora saben poner a veces me gusta.

- Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

Si... si si ha de ser cerca de un año, dos años o año y medio algo así de ahí más que todo en las comunidades, los levantamientos, las marchas no se algo que tenga que ver con el contenido del movimiento indígena como de las luchas esas publicaciones tienen más visualizaciones y compartimiento, eso es lo que más ve la gente, de aquí del centro hay poco no es así digámosle yo que sé algo de la gobernación o prefectura que tiene unos doscientos, trecientos; pero en cambio de las comunidades llegan doce mil, once mil, ocho mil, entonces esos tienen, pero son más de las comunidades pero ahí creo que ven mediante de las redes sociales ven varias personas, no solo nacional sino internacionales, talvez de pronto que viven en otros países y dejan los comentarios o ahí hay algunos que ponen insultos, así como dicen hablen en nuestro idioma que no sabemos que ponen, que cargan, que suben.

- Marcela González (Moderadora)

El canal tiene asignado un personal específico que se encargue de la administración de los sitios web.

- Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

No, la página oficial del Facebook manejo yo, el correo del canal esa igual de vez en cuando revisamos.

- Marcela González (Moderadora)

¿A qué se debe la falta de administradores de estas plataformas?

- German Ugsha (Sub-gerente)

Yo creo que por la reducción del personal de la institución, porque le digo esto por ejemplo hay dos equipos de la cobertura por cada zona, entonces cada quién asume esa responsabilidad, entonces quizá de pronto por respeto a la institución, prefieren no tocar esas cuentas de pronto mismo el gerente o una persona indicada puede hacerlo eso, entonces como que por un lado ven, como que por personal yo subo una nota, pero entonces como que eso se ha visto por la reducción del personal que no ha habido una decisión exclusiva y nadie ha dicho eso, usted no porque tu editas o tu presentas y únicamente yo puedo subir, no no... gracias a la buena voluntad de los compañeros que nos han ayudado en esa parte subiendo contenidos.

- Marcela González (Moderadora)

¿Pero eso lo hacen desde cada uno de sus perfiles?

- Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Pero ahí en la cuenta hay como para publicar en la cuenta del canal, desde nuestros perfiles.

- Marcela González (Moderadora)

Es ¿Facebook o Fanpage?

- Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Tenemos Facebook y Fanpage también.

- German Ugsha (Sub-gerente)

Es que eso ya se ha iniciado hace varios años atrás.

- Blanca Naula (Comunicadora voluntaria)

En Facebook siguen más las personas mediante las notas que vamos subiendo siempre con la disposición del señor gerente, él nos va diciendo esta nota sí esta no o esta suba, de ahí si con la autorización de él se ha subido tanto al YouTube como al Facebook, desde que ha estado, de ahí así nomás no cojo y subo por eso yo siempre estoy preguntando al señor gerente.

- Marcela González (Moderadora)

Si me gustaría que me vuelvan hablar sobre que parámetros se maneja el medio de comunicación, para seleccionar el contenido y proceder a publicarlo en estas plataformas.

- Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Bueno hasta donde yo me acuerdo y bueno la disposición que él don Luis que es el gerente nos dijo que en las reuniones en cada planificación que tenemos nosotros nos organizamos cada semana y a la vez también cada día y a la vez también vamos tomando el tema del día, entonces la nota que tiene que salir es por decirle cuando estaba baja la leche ahí varios comuneros de Salcedo hablaron, se pronunciaron, entonces esa nota tenía que salir y salió e incluso igual cuando vino el levantamiento de los señores de la CONAIE se fueron los compañeros hasta Baños y esa nota también salió, entonces son temas coyunturales que cada día se va eligiendo y que tiene que salir ya no sea por mi o por otros compañeros de lo que a nosotros nos dio la disposición de que debemos sacar cada día y hasta lo que hace Blanquita también creo que los publica, cuando le dice don Luis.

- Blanca Naula (Comunicadora comunitaria)

Así mismo digo y pregunto ¿cuál es la nota que voy a publicar? Dice bueno aquí no hay tan importante digamos, bueno esta sí, esta no, de ahí con el orden del señor gerente ahí ya se va publicando cualquier nota que estese.

➤ Marcela González (Moderadora)

Pero usted nos mencionaba hace un momento de que tiene impacto las publicaciones dentro de estos sitios web.

➤ Blanca Naula (Comunicadora comunitaria)

Si oséa digamos como le digo lo que se va subiendo si se tiene acogida, así sea lo que sea pero si... si se tiene.

➤ Marcela González (Moderadora)

Pero son personas que en este caso digamos que son amigos o son personas que se suscriben a estas plataformas virtuales o son personas que solo visualizan las publicaciones de YouTube, o en este caso de las personas que van y ven un video en Facebook y ponen un Like en un video sin ser amigo o seguidor de la página.

➤ Blanca Naula (Comunicadora comunitaria)

Porque digamos hay algunos que son amigos, pero hay algunos que son seguidores de la página mismo que dejan comentarios de las notas que se suben y dicen bueno esto queremos ver, por ejemplo que será hace unos seis meses atrás pusimos de unos que estaban trabajando con una yuta y dicen que hace muchos años se utilizaba esto y en la actualidad solo utilizan tractores así por ellos son los comentarios, pero en la página mismo dejan los comentarios y le dan Like a las publicaciones.

➤ Marcela González (Moderadora)

¿Hay interacción dentro de estos sitios, dentro de estas páginas virtuales?

➤ Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Bueno yo le podría comentar de la lucha cuando hubo reciente, cuando fueron a cubrir en Baños y veían comentarios de que si está bien de que los compañeros les ayuden, igual desde las páginas de ellos mismo empiezan a compartir, comentarios se puede decir que la mitad comparten y la mitad comentarios.

➤ Marcela González (Moderadora)

Pero como es el medio interactúa con los seguidores o comentaristas.

➤ Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

En este caso Don Luis usted cuando mira la página y sube luego no sé si usted le responde a los comentarios.

➤ Luis Aimacaña (Gerente)

Oséa les ponemos solo un me gusta no, gracias o se les agradece y nada más.

➤ Marcela González (Moderadora)

Por ejemplo yo al subir la nota lo hago siempre y cuando me lo autorice el señor gerente, él le pone el texto para poderle subir y porque siempre usted sabe que en redes sociales por ahí vaya a ver equivocaciones, por eso subo con el texto del señor gerente como una noticia.

➤ Marcela González (Moderadora)

Al principio hablamos sobre la innovación, sobre que cada vez estamos en constante actualización de que existe más tecnología ¿cómo se ha manejado el medio, pese a la falta de recursos?

➤ Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Yo podría decir que bueno, nosotros no conocemos directamente conocemos la parrilla de televisión, conocemos las publicidades pero como decía al ser el movimiento indígena campesino de Cotopaxi dueño del canal también lo administra, entonces la administración y los rubros económicos depende de debajo de la contabilidad de ¿Cómo se administra? Faltaría sí para el canal pero nosotros tampoco sabemos la necesidad que padecen los

señores del movimiento indígena he yo entiendo de que es cincuenta, cincuenta; cincuenta para el movimiento y cincuenta para el canal eso desconocemos nosotros, porque eso le compete al presidente del MICC y al contador.

➤ Blanca Naula (Comunicadora comunitaria)

Ahí nosotros no podríamos responder en esa parte digamos.

➤ Liliana Cofre (Comunicadora voluntaria)

Porque cada año si dan la rendición de cuentas, en las que se explica en que se gastó, pero siempre nosotros estamos como el hijo a la mamá, entonces nosotros pedimos abajo a la administración y ellos saben si nos dan o no nos dan.

➤ Blanca Naula (Comunicadora comunitaria)

Como le estaba diciendo es un medio comunitario como se dice sin fines de lucro, no tiene como digamos así como los otros medios, así como lo mencionaba el señor gerente por ejemplo un pauta digamos que nos pauten comenzando de la UTC por ejemplo ellos aquí quieren todo gratis, pero vayan a Tv Color ahí sí pagan, como decían creo un costo alto, nosotros por ejemplo lo que en otros medios en Tv Color así un saludo de una autoridad por ejemplo ¿cuánto cuesta? doscientos dólares y a nosotros ni veinte dólares no nos quieren ni pagar, oséa digamos si es posible hay que darles todo regalado y esa es la razón y el motivo que hay veces de que no estamos con tanto dinero con el que dispongamos para poder tener.

➤ Marcela González (Moderadora)

Yo he visto, bueno la curiosidad es que siempre están grabando ahí la programación y ¿con qué finalidad lo hacen? ¿Qué programación es la que más se difunde más nacional e internacional a lo largo del día?

➤ Blanca Naula (Comunicadora comunitaria)

He!!! a lo largo del día oséa digamos va diferente, oséa va todos los días, todos los días son diferentes programaciones, no es digamos así yo que sé, hay que hacer regir lo que está en

la parrilla de programación, por ejemplo a esta hora es la hora de la película y yo no voy a coger y poner música, por ejemplo en la mañana oséa el canal esta digamos las veinte y cuatro horas del día no se apaga, claro bivio porque cuando se apaga la máquina por ejemplo hoy no sé a qué hora se apagó yo que me desperté a las tres de la mañana estaba apagada, pero tenía que subir y estar ahí. Y por lo que se está capturando ahí es como un respaldo para nosotros, usted sabe ahora en la actualidad que está, antes no era así yo que sé cuándo recién inicio el canal ahí no guardaban o bueno si tenemos el archivo los primeros programas que emitíamos acá por ejemplo como lo estaba mencionando unos cuatro o cinco voy guardando los que son más precisos, como lo son las posesiones del MICC, yo que sé algunos levantamientos o algunas noticias que sean más relevantes usted sabe que todos los días entran materiales y estamos capturando no podemos guardar todo porque no tenemos digamos los discos externos grandes en que más o menos voy guardando yo que sé de un año, pero ya así mismo lo estoy mencionando al señor gerente de que venga que no tengo espacio, en qué guardo y qué hago de ahí dice bueno vaya borrando de los años que viene más o menos ir guardando por ejemplo aurita está del dos mil quince ya para el próximo ya tendré que guardar del dos mil diecisiete perdón, de ahí tendré que empezar capturando del dos mil dieciocho y otra porque así mismo de la SUPERCOM, de la COORDICOM, SUPERTEL, nos piden mediante un escrito yo que sé tenemos entregar en medio de veinte y cuatro horas debemos entregar los respaldos, ellos nos piden yo que sé de dos a tres o cuatro días, yo que sé en tiempo de que estaba gerente el German nos pidió casi de una semana y más y tuvimos que quemar más de cuarenta CDS para poder enviarlos y para eso son los respaldos que nosotros vamos haciendo de guardar. De ahí sobre la programación que dice por ejemplo la mañana comenzando desde las seis de la mañana, de seis a seis y cincuenta y cinco de la mañana hay un espacio que es contratado el que emite música de todo tanto nacional e internacional que bueno ellos ponen que van ahí, después viene el informativo que da el señor gerente lo que les informamos van las tres emisiones que hacemos que van como medio y de ahí se termina eso y de ahí por ejemplo hay un programa por el Inti Raymi que va un reprise de ocho a nueve de la mañana, de ahí voy oséa digamos los lunes voy desde las nueve hasta las once de la mañana va con documentales, yo que sé va del agua, de la soberanía alimentaria, del medio ambiente, de la minería, tengo muchos documentales que no le podría decir porque son muchos, son de diferentes pero eso hay que

ir mirando no puedo poner el que puse ayer al rodarse o rotarse se van yo que sé a los seis meses, nueve meses o un año, por eso yo tengo que irle revisando.

➤ Marcela González (Moderadora)

Esos documentales son de producción.

➤ Blanca Naula (Comunicadora comunitaria)

Si algunos son de producciones del canal, unos son de producciones nacionales y otros también internacionales así como le mencionaba antes así la mayoría de personas han sido caritativas con nosotros nos venían nos regalaban o hay veces el primer gerente que estuvo se iba yo que sé a las invitaciones a España, a Perú o Colombia nos venía trayendo los documentales para nosotros poder proyectarlos y luego así mismo hay algunos de diferentes que hemos bajado del YouTube, no vayan a creer que todo es comprado porque hay veces que no tenemos dinero para comprar y así, de ahí los martes ya tenemos de diez a once el programa Sueños de mujeres, pero solo los martes y jueves, de ahí ya a las once tenemos de lunes a viernes el programa Paway Tv en el que conduce Carlitos el que hace diferentes segmentos digamos, no estamos así solo pegado en entrevistas o notas es así variable, de ahí ya llega las doce y tenemos media horita de música Latinoamérica que son folclóricas que ingresa también nacionales e internacionales, solo folclórica media horita. De ahí ya se va de doce y media hasta la una un programa que va un programa de opinión que se llama Visión cuarenta y siete que conducía Luchito pero que le está ayudando la Alicia y de ahí a la una ya se va el segundo segmento del noticiero que van haciendo los jóvenes de que no más hubo hasta el mediodía, hacemos una media horita de ahí ya pasamos media horita más de documentales hasta las dos de la tarde de cualquier segmento que tengamos de educación los que más están, de ahí pasamos a tener dos horas de películas ustedes saben que nosotros no estamos para poner películas sangrientas de luchas o digamos algo así yo que sé aquí no va a salir Rambo, ni peleas de Jancú nada de esas cosas, aquí solo tenemos películas dramas, comerciales, comedias y tenemos también así digamos lo que tenga contenido con la religión católica y esos tenemos así mismo le voy revisando, esos así mismo le voy revisando yo que sé cual salió hace dos meses o cual salió hace un mes no puedo poner yo que sé todos los días eso mismo; finaliza eso tenemos música a las cuatro de la tarde música

de sentir hasta las cinco de la tarde, ya a las cinco comienza con el programa de Wawa Cuna hasta las seis de la tarde, a las seis ya estamos con el programa del Luchito que estamos empezando, en ese horario teníamos músicas autóctonas, músicas indígenas oséa yo que sé de Otavalo, de Salasaca o algo que tenga contenido con la guitarra, acordeón algo que sea autóctono o indígena para ya poder enlazar al programa de Ñucanchi Yuyay que ya comienza a las siete de la noche y ahí ya a las empieza el programa de Ñucanchi Yuyay que conduce lunes y martes el compa Gonzalo y miércoles, jueves y viernes vuelta la compañera Hilda que conduce más en quichua pues esa es la ventaja para el canal, de ahí ya pasa con la tercera emisión del informativo que conduce el licenciado Kléver Tamayo tres días y luego los dos días jueves y viernes que conduce la Lucía Pérez, de ahí ya finaliza eso hasta las ocho y media, luego ya viene la entrevista de invitados que tenemos que se llama Voces de identidad, de ahí vienen varios invitados depende si son autoridades ellos van informando de las actividades que realizan y tenemos un espacio contratado que es de Kléver Arrobo que es de Ambato y ese va hasta las diez, de ahí pasado las diez voy poniendo en ese caso programando desde las diez hasta las cuatro y cuarenta va con películas de clasificación C digamos, por ejemplo la clasificación (A) va desde las seis hasta las seis de la tarde, la (B) va desde las diecinueve horas hasta las veinte y dos horas, desde las veinte y dos horas hasta las cinco de la mañana tiene clasificación (C), oséa todo lo que rige la ley estamos nosotros también cumpliendo con lo que dice no es que digamos yo voy a poner una cosa u otra cosa, pero son diferentes las programaciones que van no va todos los días lo mismo, de ahí yo que sé por ejemplo sábados son otra programación, los domingos son otra programación, no son todos los días los mismos eso es mi querida Marce.

➤ Marcela González (Moderadora)

También me gustaría hablar sobre la globalización sabemos que es un fenómeno que ha contribuido en el desarrollo de la sociedad y si hablamos de globalización, también hablamos sobre los cambios tecnológicos que ha habido, entonces me gustaría preguntarle como el canal Tv MICC ha hecho uso de esa nuevas tecnologías que se han implementado en el medio.

➤ Luis Aimacana (Gerente)

El mundo con el desarrollo de las comunicaciones tiende a homogenizar un solo tipo de pensamiento que es el pensamiento capitalista consumista que es a su vez un sistema absolutamente individualista entonces estamos en un proceso de involución a nivel de la hominización de la sociedad el hombre está llegando a ser casi homínido y de eso estamos conscientes porque el inventor de las computadoras Bily Gate se propuso un día poner una computadora en cada hogar y puso tres no y a través de eso los patrones culturales van cambiando y modelando, entonces es bien difícil luchar contra eso, muy difícil porque todo el mundo está tras eso y bueno nosotros como medio de comunicación hacemos una lucha de quijotesca sobre eso no, entonces no sé si me repites la pregunta.

➤ Marcela González (Moderadora)

Claro ¿Cómo el medio de comunicación hace uso de las nuevas tecnologías que ha implementado la globalización?

➤ Luis Aimaana (Gerente)

Entonces si...si en ese sentido que estamos haciendo es echándole mano precisamente en eso no, nos gustaría hacer una inversión para poder enviarle al canal veinte y cuatro horas al día por Facebook o YouTube , estamos en eso necesitamos una inversión económica, solo falta eso porque ya tenemos casi todos los medios para ya hacerlo no, nosotros quisiéramos echarle mano a eso, oséa no hacer lo del avestruz de esconder la cabeza no, sino más bien utilizar eso y difundir lo que nosotros hacemos lo cual consideramos que es bueno e interesante para una buena parte de la población ecuatoriana que es indígena y por eso estamos considerados como un país intercultural, multiétnico.

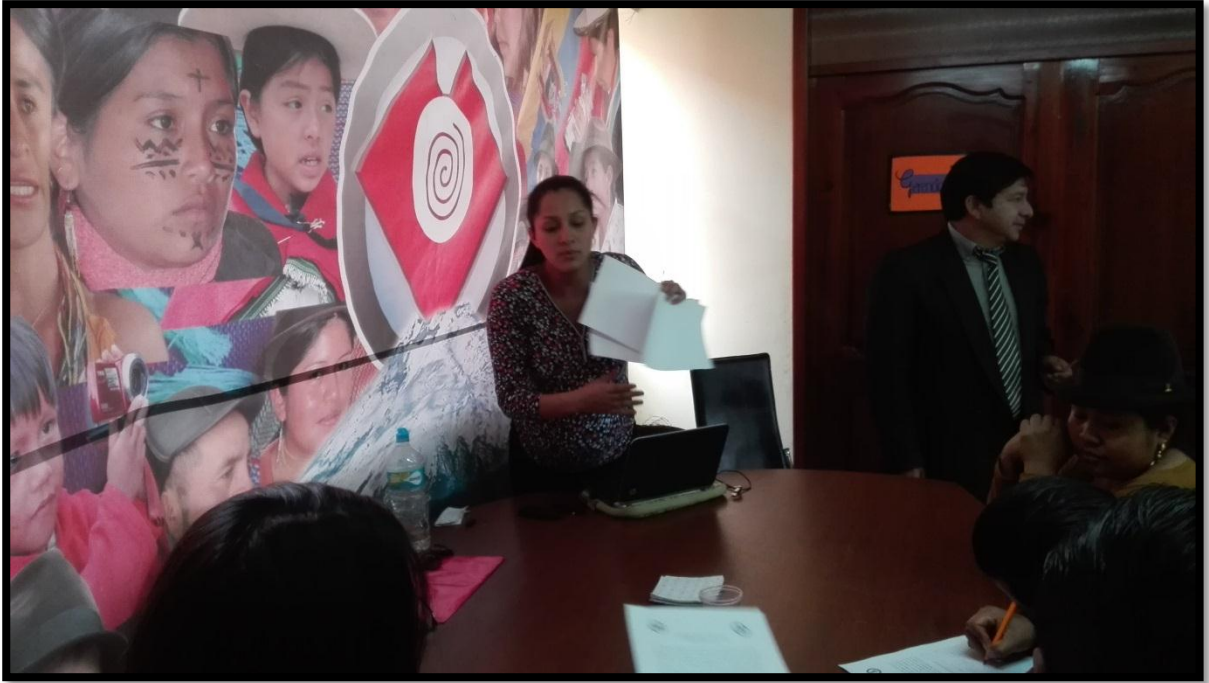
16.3. Fotografías de grupo focal



Ejecución del grupo focal con el grupo interno del medio de comunicación.



Participación de Comunicadores voluntarios, en el desarrollo de la entrevista.



Indicaciones a los participantes para el desarrollo de la entrevista.



Participación de los comunicadores voluntarios en el desarrollo grupo focal.



TV MICC está en Latacunga.



1 de diciembre de 2017 ·

<https://www.youtube.com/watch?v=P2-dU2wfUyU>



Informativo 47 en español TV MICC 47

Las personas que quieren ayudar a los caminantes que llegarán a Cotopaxi el próximo domingo para su alimentación.

YOUTUBE.COM

Me gusta

Comentar

Compartir

Tú y 2 personas más



Escribe un comentario...



TV MICC está en Latacunga.



1 de diciembre de 2017 ·

<https://www.youtube.com/watch?v=MCZGjQpw5c4>



Informativo 47 en español TV MICC 47

La marcha de los Pueblos llega a Cotopaxi, estas imágenes fueron captadas al ingresar a la Ciudad de Baños Tungurahua.

YOUTUBE.COM

Me gusta

Comentar

Compartir

Tú y 3 personas más



Escribe un comentario...





TV MICC

19 de diciembre de 2017 · 🌐



861 reproducciones ·

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

👤 Tú y 22 personas más

Comentarios destacados ▾

3 veces compartido



Escribe un comentario...



Edison Nikolas P En galapagos no coje esa señal



TV MICC

22 de diciembre de 2017 · 🌐

Cada 20 de diciembre se realizan el KAPAK RAYMI en Ecuador en Poaló Cotopaxi Ecuador se preparan para esta celebración.



1.393 reproducciones

👍 Me gusta

💬 Comentar


➦ Compartir

👤 Tú y 25 personas más

Comentarios destacados ▾

6 veces compartido

TV MICC
28 de diciembre de 2017 ·



585 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Tú y 16 personas más Comentarios destacados

1 vez compartido






Escribe un comentario...

José Espinosa hola tv micc, deseo ver el video del maisteria plaza donde el colegio de musica cesar viera tocó los villancicos, yo soy uno de ellos, y tambien deseo ver el video donde ustedes en el mismo dia nos grabaron tocando en directa, esos videos desearía que los suvan a facebook, gracias






Evidencia del análisis de contenido de la página social YouTube

BLACK HISTORY tvmicc47

INICIO VÍDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES COMENTARIOS MÁS INFORMACIÓN

 Edgar Guashca 7:54	 2:50	 TU APUNTO PARA LOS CAMINATES LOS REJIMOS EN EL MICC. CALLE QUITO Y LUIS F. RUIZ BARRIO EL LOBETO. LUNA 21 DEL SEGUNDO AÑO 1:31	 Marlon Santi COORDINADOR NACIONAL DE RECREACIÓN 6:09	 11:54
Informativo 47 en español TV MICC 47 5 visualizaciones · Hace 1 mes	Informativo 47 en español TV MICC 47 11 visualizaciones · Hace 2 meses	Informativo 47 en español TV MICC 47 15 visualizaciones · Hace 2 meses	Informativo 47 en español TV MICC 47 32 visualizaciones · Hace 2 meses	Informativo 47 en español TV MICC 47 14 visualizaciones · Hace 2 meses

Videos populares REPRODUCIR TODO

 5:58	 0:32	 Maria Velasco 1:32	 Marlon Santi COORDINADOR NACIONAL DE RECREACIÓN 6:09	 4:31
Informativo 47 en español TV MICC 47	1 PRESENTACION NUKANCHIK YUYAY	Informativo 47 en español TV MICC 47	Informativo 47 en español TV MICC 47	Kushikuy killa chayakun 28 visualizaciones ·

BLACK HISTORY 18

Buscar



0:01 / 6:08

Informativo 47 en español TV MICC 47

32 visualizaciones

0 0 COMPARTIR

Tvmicc 47
Publicado el 1 dic. 2017

SUSCRIBIRSE 11

Originalmente

Inf MI TV 15
TU APUNTO A LOS GRANDES...
LOS MISIMOS EN EL MICC...
CALLE QUITO Y LUIS F...
EL RÍO EL LOSETO! 1:31

Sil Ch Ec Re Nu 46:58


Da Da 12 1:04:14

Inf MI TV 11 2:50

La co pel 2.5

BLACK HISTORY 18

Buscar



0:19 / 2:49

Informativo 47 en español TV MICC 47

11 visualizaciones

0 0 COMPARTIR

Tvmicc 47
Publicado el 22 dic. 2017

SUSCRIBIRSE 11

Originalmente

7:28

46:58

4:31

10:46



Informativo 47 en español TV MICC 47

6 visualizaciones

👍 0 💬 0 ➔ COMPARTIR ☰ ⋮



Tvmicc 47

Publicado el 27 dic. 2017

SUSCRIBIRSE 11

La fiesta del KAPAK RAYMI (Renacimiento de las plantas) aun vive gracias al aporte de la Universidad Técnica de Cotopaxi, al realizar un recordatorio de esta celebración ancestral.



Luffi

14-2-2018

Elvia Marcela González Ulloa

Tena, Barrio la Verónica, calle Chontayacu y Manuela Cañizares



0999758961

sambis_prec93@hotmail.com

Edad: 24 Años

Objetivos

Desempeñarme de manera efectiva en el ámbito laboral a fin de coadyuvar con mi trabajo, al desarrollo de la organización a la cual pertenezco y ser una persona proactiva con iniciativas de mejoramiento continuo en beneficio de la institución.

Formación académica

*Primaria: Escuela Juan Montalvo
Tena-Ecuador*

*Secundaria: Instituto Tecnológico "Tena"
Bachiller en Comercio y Administración*

*Superior: Universidad Técnica del
Cotopaxí
Título en "Licenciatura de Comunicación Social"*

Experiencia

*Atención al cliente y asistente contabilidad.
Patronato Provincial del Napo
Asistente comunicación Social.- Patronato*

Provincial del Napo

*Presentadora de Noticias Canal AllyTv
Provincia del Napo | Patronato
Provincial del Napo.*

Cualificaciones

- Certificado de educación y capacitación tributaria*
- Certificado de desarrollo de competencias emprendedoras a nivel de colegios secundarios del tena*
- Certificado de relaciones humanas orientadas a brindar un buen servicio al usuario*
- Certificado laboral en el Patronato Provincial de Napo, asistente de comunicación.*
- Seminario: "Festival de medios: Premio UTC a la comunicación comprometida con la verdad".*
- Seminario-Taller Internacional: Semiótica del diseño Andino".*
- Seminario: IV Congreso Latinoamericano de Comunicación Social y Sociedad Digital.*

Juan Pablo Toro B.



DOCENTE UNIVERSITARIO – COMUNICADOR SOCIAL

Teléfono: 0987260418 Dirección: Calle Capulí y Romerillos
(Salcedo, Urbanización Prados de la Florida) Dirección electrónica:
juan.toro@utc.edu.ec

ESTUDIOS REALIZADOS

CUARTO NIVEL

- UNIANDES Universidad Regional Autónoma de los Andes, títulos:
2007 / Diploma Superior en Planificación Estratégica de la Comunicación
2008 / Especialista en Comunicación e Imagen Corporativa
2009 / Magister en Comunicación Periodística Institucional y Empresarial

TERCER NIVEL

- Universidad Central del Ecuador y Universidad Técnica de Ambato, Carrera de Comunicación Social, Licenciado en Comunicación Social - 2004

CAPACITACIONES Y SEMINARIOS

- Liderazgo y Periodismo, Programa Latacunga Ciudad Educadora, Organización de Estados Iberoamericanos.
- Comunicación y Géneros Periodísticos, Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.
- Enfoques de Género y Medio Ambiente en la Universidad Ecuatoriana, Universidad Técnica de Ambato, Centro Integral de Promoción de la Mujer y la Familia.
- Evolución y Retos de la Televisión. CIESPAL Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, con el auspicio de la Organización de los Estados Americanos, OEA.
- Ética de la Comunicación según los códigos de la Federación Internacional de Periodistas y la Declaración de Chapultepec.

- Hacia un Periodismo Cívico fase 3, Comisión de Control Cívico de la Corrupción.
- Descentralización y Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural de los Municipios, Asociación de Municipalidades del Ecuador y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- Nuevos Tiempos del periodismo de Intermediación, Asociación Ecuatoriana

de radiodifusión — Núcleo de Cotopaxi, Universidad Técnica de Cotopaxi, Colegio de Periodistas de Cotopaxi y UNESCO.

- Estrategias de Comunicación para la Política, CIESPAL Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.
- Seminario - Taller —Atención y Servicio al clientell, Corporación de Desarrollo Humano & Organizacional.
- La Contraloría General del estado Control, Transparencia, Ética y Participación, Audiencias Públicas Control Social en acción.
- Foro para Comunicadores, Cámara de Industriales de Cotopaxi.
- Participación en Asamblea Cantonal del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial en el cantón Salcedo, Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salcedo.
- Curso de 80 horas de Docencia Universitaria en UNIANDES.
- Taller de Comunicación, —Minga por el volcán Cotopaxill, SUPERCOM, Instituto Geofísico, Secretaria de Gestión de Riesgos y Gobernación de Cotopaxi.
- Curso de After Effects CC 2015 esencial 101
- Curso de After Effects CC 2015 esencial 102
- Curso en línea Comunicación pública en redes sociales, Universidad de Guadalajara

EXPERIENCIAS DE LABORAL

- Locutor en Radio Amiga 105.3 de Salcedo, 1995 - 1996 / 1999 - 2000
- Integrante del grupo SCOUT durante 5 años 1991 – 1996
- Coordinador del grupo MOJUFRA por el periodo de un año, 1995. • Miembro de la Fundación José Peralta en la ciudad de Quito, 1997. • Locutor en Estéreo Latacunga 102.1 durante 7 meses, 1998
- Prácticas de sistema computarizado en radiodifusión, Sistemas de Comunicación Latacunga, 1998. • Pasantía en Radio San Miguel 98.1 de Salcedo, manejo de sistema computarizado en radiodifusión, 2001 • Periodista del Semanario VANGUARDIA en la ciudad de Salcedo, 2001 - 2002 - 2003 y 2004. • Locutor en Radio Nuevos Éxitos en la ciudad de Salcedo 95.3 FM estéreo, 2001 - 2002. • Reportero y Editor de noticias en TV Color Canal 36 de la ciudad de Latacunga, 2003. • Periodista del Semanario —San Miguelll en el cantón Salcedo, 2004

- Relacionador Público del Municipio del cantón Salcedo, 2003 - 2005 • Promotor Cultural del Municipio del cantón Salcedo, 2005 - 2006 • Relacionador Público del Municipio del cantón Salcedo, 2006 – 2012
- Participación en la II Feria Nacional de Municipalidades Ecuatorianas en el Concurso de Fotografía realizado con ocasión de Expo ciudad Tena.

- Periodista del Departamento de Cultura en el GAD Municipal de Salcedo, 2012 • Director de la Productora —Salcedo al Díall, creador de productos comunicacionales para Radio, Prensa y TV, como creador independiente.
- Desde el año 2007 corresponsal en la provincia de Cotopaxi de Teleamazonas, medio de comunicación privado con cobertura nacional e internacional.
- Director, productor, camarógrafo y editor de spots publicitarios y reportajes.
- Docente en la Universidad Técnica de Cotopaxi, responsable del Laboratorio de Televisión
- Docente responsable del proyecto de vinculación de Interculturalidad en TV Mic canal 47 de la ciudad de Latacunga.

PRODUCCIÓN

- Periodista de Teleamazonas, corresponsal en la provincia de Cotopaxi.
- Editor de noticias para canales de televisión a nivel nacional y provincial.
- Fotógrafo para medios impresos a nivel nacional, provincial y local.
- Redactor de noticias para medios impresos a nivel provincial y local.
- Nominado a los premios ITV 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 como mejor reportero de provincia en representación de Teleamazonas.

REFERENCIAS PERSONALES:

- Dr. Byron Naranjo, Presentador de Noticias en UNIMAX TV (Telf. 0988520778) • Dr. Aníbal Alarcón, Dir. Médico del Hospital Básico Central (Telf. 0998040172)
- Rafael Sandoval, Dir. Diario La Gaceta (Telf. 0999815783)

Atentamente,

Mg. Juan Pablo Toro

DOCENTE INVESTIGADOR