

IROCAMM.

INTERNATIONAL	REVIEW
OF	COMMUNICATION
AND	MARKETING MIX

the *mainstream* review on
communication

N. 4, VOL. 1

institucional.us.es/irocamm

<https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCAMM>

VOL 1

N.4



Editorial Universidad de Sevilla



PUBLISHERS

University of Seville

PUBLISHING LOCATION

Seville – Spain

E-MAIL AND WEBSITE

irocamm@us.es

<http://institucional.us.es/irocamm>

<https://editorial.us.es/es/revistas/irocamm-international-review-communication-and-marketing-mix>

ORIGINAL DESIGN

LA HUERTA

www.lahuertaagencia.com

ISSN

2605-0447

DOI

<https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM>



© Editorial Universidad de Sevilla 2021



Authors guarantee the authorship and originality of the articles, and assume full and exclusive responsibility for damages that may occur as a result of third party claims regarding content, authorship or ownership of the content of the article.

IROCAMM.

INTERNATIONAL	REVIEW	
OF	COMMUNICATION	
AND	MARKETING	MIX



EDITOR

Gloria Jiménez-Marín (University of Seville)

ASSISTANT EDITORS

Irene García Medina (Glasgow Caledonian University)
Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville)
Pedro A. Correia (Universidade da Madeira)
María del Mar Ramírez Alvarado (University of Seville)
Cristina González-Oñate (Universitat Jaume I)

TECHNICAL SECRETARY

Elena Bellido Pérez (University of Seville)

ADVISORY BOARD

- Ph.D. Sandra Bustamante Martínez (Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina): sabustamante@gmail.com
Ph.D. Francisco Cabezuelo Lorenzo (Universidad Complutense de Madrid, España): fcabezue@ucm.es
Ph.D. Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Ph.D. Carlos Fanjul Peyró, Universitat Jaume I, España
Ph.D. Patricia M. Farias Coelho (U. Santo Amaro, Brasil): patriciafariascoelho@gmail.com
Ph.D. Susan Giesecke (University of California Berkeley): sgiesecke@berkeley.edu
Ph.D. Mònika Jiménez Morales (Universitat Pompeu Fabra): monika.jimenez@upf.edu
Ph.D. Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya): flalueza@uoc.edu
Ph.D. Umberto León Domínguez (U. de Monterrey): umberto.leon@udem.edu
Ph.D. Javier Lozano Del Mar (U. Loyola): jlozano@uloyola.es
Ph.D. Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante): juan.monserrat@ua.es
Ph.D. Concha Pérez Curiel (University of Seville): cperez1@us.es
Ph.D. Marta Pulido Polo (University of Seville): martapulido@us.es
Ph.D. Aránzazu Román-San-Miguel (University of Seville): arantxa@us.es
Ph.D. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (University Pablo de Olavide): nuriacri@upo.es
Ph.D. Carmen Silva Robles (Universitat Oberta de Catalunya): csilvaro@uoc.edu

SCIENTIFIC COMMITTEE

- Ana Almansa Martínez (University of Malaga): anaalmansa@uma.es
Alejandro Álvarez Nobell (University of Malaga): aan@uma.es
Mónica Barrientos (University of Seville): mbarrientos@us.es
Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Jordi De San Eugenio Vela (Universitat de Vic): jordi.saneugenio@uvic.cat
Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville): rodrigoelias@us.es
Patricia M. Farias Coelho (U. Santo Amaro, Brasil): patriciafariascoelho@gmail.com
Irene García Medina (Glasgow Caledonian University - UK): irene.garcia2@gcu.ac.uk
Cristina González Oñate (Universitat Jaume I): onate@com.uji.es
Víctor Hernández de Santaolalla (University of Seville): vhsantaolalla@us.es
Mònika Jiménez Morales (Universita Pompeu Fabra): monika.jimenez@upf.edu
Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya): flalueza@uoc.edu
Antonino Lagan (Universitat de Messina – Italia): lagan@tin.it
Antonio Leal Jiménez (University of Cadiz): antonio.leal@uca.es
Umberto León Domínguez (U. de Monterrey): umberto.leon@udem.edu
Javier Lozano Del Mar (University Loyola): jlozano@uloyola.es
Andrew Luckham (University of Seville): andrew@us.es
Julie McColl (Glasgow Caledonian University - Uk): J.McColl2@gcu.ac.uk
M^a Isabel Míguez (University of Vigo): mabelm@uvigo.es
Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante): juan.monserrat@ua.es
José Antonio Muñiz Velázquez (University Loyola): jamuniz@uloyola.es
Antonio Naranjo Mantero (University of Silesia – Katowice – Poland): a.naranjo-mantero@us.edu.pl
Elisa Palomino (University of the Arts London - England): e.palomino@csm.arts.ac.uk
Marco Pedroni (U. ECampus de Novedrate / U. del Sacro Cuore – Italia): marco.pedroni@uniecampus.it
Pedro A. Correia (Universidade da Madeira): pacorreia@staff.uma.pt
Antonio Pineda Cachero (University of Seville): apc@us.es
Christian Plantin (Université de Lyon): Christian.Plantin@univ-lyon2.fr
Marina Ramos Serrano (University of Seville): mramos@us.es
Paulo Ribeiro Cardoso (Universidade Fernando Pessoa, Oporto): pcardoso@ufp.pt
Mar Rubio Hernández (University of Seville): mrubio8@us.es
Ricardo San Martín (University of California Berkeley): rsanmartin@berkeley.edu
Sandra Vilajoana Alejandre (Universitat Ramón Llul): sandrava@blanquerna.edu
Kent Wilkinson (Texas Tech University, EE.UU.): kent.wilkinson@ttu.edu

INDEX

IROCAMM, N. 4, V. 1 (January - June 2021)

PEMO: PERIODIMOS MÓVIL CAFETERO. Una mirada al uso de dispositivos móviles en tres salas de redacción del Eje Cafetero Colombiano

Ricardo Bustamante-Echeverry & Franklyn Molano Gaona (Fundación Universitaria del Área Andina, seccional Pereira (FUAA). Colombia) **7-21**

Un nuevo enfoque del marketing social en las redes sociales. Aplicación en las ONGD

Araceli Galiano-Coronil (Universidad de Cádiz. España) **22-32**

Ciberactivismo árabe: del papel a la red

Salud Adelaida Flores Borjabad (Universidad Pablo de Olavide. Spain)

33-42

El Periodismo comunitario en la provincia de Santa Elena, Ecuador. Análisis de Radio Amor y Sección "La Península", de Diario Súper.

Norma Allyson Armijos Triviño (Universidad de Guayaquil - Universidad Internacional del Ecuador), Ingrid Viviana Estrella Tutivén (Universidad de Guayaquil - Instituto de Televisión Ecuador) & Juan Salvador Victoria Mas (Universidad de Málaga. España)

43-53

The importance of the communication strategy in tourism micro-enterprises in Seville

Gladys Arlette Corona-León & Rosalba Mancinas-Chávez (University of Seville. Spain)

54-62

Reflexiones en torno al papel de la arquitectura en el visual merchandising como parte integral del plan estratégico de comunicación para eventos.

Rita González Marzar (Universitat Oberta de Catalunya. España)

63-72

Uma reflexão sobre o discurso de ódio nas redes sociais brasileiras

Naomy Ester de Mello e Marques & Thalita Lacerda Nobre (Universidad Católica de Santos. Brasil) **73-88**

A influência da tecnologia da informação sobre os relacionamentos amorosos na modernidade líquida

Thalita Lacerda Nobre, Camila Xavier Umbelino & Livia Onofre Alves (Universidad Católica de Santos. Brasil) **89-98**

El Periodismo comunitario en la provincia de Santa Elena, Ecuador. Análisis de Radio Amor y Sección “La Península”, de Diario Súper

Community Journalism in the province of Santa Elena, Ecuador. Analysis of Radio Amor and “La Península” section of Diario Súper

Norma Allyson Armijos Triviño

Universidad de Guayaquil - Universidad Internacional del Ecuador. Ecuador.
norma.armijost@ug.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7948-0312>

Ingrid Viviana Estrella Tutivén

Universidad de Guayaquil - Instituto de Televisión. Ecuador.
ingrid.estrellat@ug.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6531-6132>

Juan Salvador Victoria Mas

Universidad de Málaga. España.
jsvictoria@uma.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1818-7438>

Resumen

El presente artículo comienza fijando el concepto y algunas de las principales características principales características del "periodismo comunitario". Este fenómeno viene desarrollándose ya desde hace varias décadas pero que sin duda ha cobrado nuevo vigor con el desarrollo y potencialidades de las tecnologías de la información y la comunicación. Esta coyuntura generalizada en la sociedad actual hace posible en nuestro caso no sólo la multiplicación de las llamadas audiencias de los medios, sino también las posibilidades de éstas de contribuir a la construcción de sus contenidos, informaciones y opiniones, como expresión de ciudadanía y democracia. Además de una exhaustiva revisión bibliográfica y documental, la investigación se vale de la aplicación del análisis de contenido para abordar la experiencia de dos medios paradigmáticos: la Emisora "Radio Amor" y la Sección "La Península" del Diario "Súper", ambos de la provincia de Santa Elena, Ecuador. Los datos evidencian comportamientos y resultados diferentes entre un medio y otro. El primero, constituye de hecho un medio doctrinal y de entretenimiento, bajo la influencia de la institución religiosa que guía y respalda su programación, cuyo contenido se centra en la difusión de temas musicales nacionales e internacionales, además de algunos espacios dedicados a asuntos y actividades propios de la iglesia patrocinadora; en cambio, la Sección Península de Diario "Super", puede considerarse como un prototipo de medio centrado en los problemas, intereses, identidad y aportes propios de la comunidad que constituye su razón de ser.

Palabras clave

Comunidad; democracia; medios de comunicación; periodismo comunitario.

Abstract

This article begins by fixing the concept and some of the main characteristics of "community journalism". This phenomenon has been developing for several decades but has undoubtedly taken on new vigour with the development and potential of information and communication technologies. This widespread situation today makes it possible in our case not only to multiply the so-called media hearings, but also to contribute to the construction of their contents, information and opinions, such as expression of citizenship and democracy. In addition to an exhaustive bibliographic and documentary review, the research uses the application of content analysis to address the experience of two paradigmatic media: the "Radio Amor" broadcaster and the "The Peninsula" section of the "Super" newspaper, both of the Santa Elena Province, Ecuador. The data evidence different behaviors and results between one medium and another, which also sees the place that for both, occupies the life and sociocultural affairs of the community.

Keywords

Community; community journalism; democracy; media.

1. Introducción

La comunicación popular, también conocida como comunitaria o ciudadana, es un proceso poderoso, a bajo costo. El usuario puede estar informado de acontecimientos sociales y a la vez, ser parte de la generación de información con contenido comunicacional; ya que se apoya en la percepción informativa, en contraposición con los medios tradicionales, que siguen una agenda generalizada y en competencia con otros.

Los medios tradicionales manejan una estructura jerárquica con la mirada al comercio y en la emisión de noticias. Plantean una agenda diaria a partir del control de sus anunciantes y de la coyuntura con su competencia; mientras que los medios de la comunidad, proyectan su incidencia directa en los habitantes de las zonas, para lograr una cooperación más consistente. Crean una estructura eficiente en igualdad de diálogo, por encima de cualquier rentabilidad.

Un ejemplo dentro del proceso de comunicación, son los barrios, parroquias, sectores, jurisdicciones, etc. Sus necesidades deben ser atendidas por un medio que informe veraz y oportunamente estas especificidades; puesto que cada uno de ellos, posee problemas y carencias diferentes.

La sociedad tiene diversidad de culturas: numerosas costumbres, necesidades, formas de vida, conocimientos, etc. Es por esto que, en un barrio o localidad, se pueden observar vacíos comunicacionales que se forman

entre la sociedad y las instituciones, al momento de remediar o enfrentar los conflictos.

Al no existir un medio de información apropiado es más difícil que la localidad conozca sobre los avances de su urbanización, organización, cultura barrial, etc., así como colaborar entre sus moradores para hallarse y comprenderse.

Hay que tomar en cuenta que los medios de comunicación son importantes en el mundo de la información, pero más aún son los ciudadanos, que aportan en el contenido. Es decir, no existiría el mundo de los medios sin la existencia de los ciudadanos o habitantes. El periodista facilita el papel, las cámaras, los micrófonos, para que la colectividad sea escuchada y atendida.

2. Metodología

La presente investigación tomó como muestra dos medios comunitarios importantes de la provincia de Santa Elena, región Litoral o Costa, del Ecuador: la Emisora "Radio Amor", y la Edición de Diario "Super-La Península", un medio impreso. En ambos se valoró el contenido de sus informaciones y los vínculos que cada uno de ellos sostiene con su comunidad.

La provincia de Santa Elena está situada a lo largo de una franja marítima de unos 150 kilómetros, en el occidente del país y ocupa unos 3.763 km² del territorio ecuatoriano. Limita al norte con Manabí, al oeste con Guayas, y al oeste y sur con el océano Pacífico. Está compuesta por 3 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales. Su capital administrativa es la ciudad de Santa Elena, mientras la urbe más grande y poblada es La Libertad. Salinas es una de las ciudades de mayor afluencia turística del país.

En el territorio santaelenense residen hoy más de 300 mil personas, condición que la hace una de las provincias más habitadas del país; aunque es la menos habitada de la región litoral.

La investigación examinó la parrilla de Radio Amor, en el dial 89.3 FM, la de mayor sintonía en la provincia de Santa Elena, con un alcance provincial por su frecuencia normal, además de una versión *on line*. Por su parte Diario Súper-La Península, posee gran acogida y expectativa entre sus receptores.

Tomando en consideración los cinco campos de aplicación del análisis de contenido (Krippendorff, 1990; Wimmer y Dominick, 1996), la presente investigación se enmarca en el cuarto campo, que especifica sobre la evaluación de la imagen ofrecida por los medios, respecto a ciertas minorías o grupos sociales de especial interés. Tales análisis se realizan para documentar una evolución social experimentada, o en otros casos para confirmar el cambio generado en las políticas de tratamiento de los medios sobre dichos grupos; la evolución social de la imagen de colectivos estigmatizados; o el establecimiento de un punto de partida para los estudios sobre los efectos de los medios. En otros casos también se emplean como punto de partida de investigaciones adicionales (análisis del cultivo, agenda setting, framing, etc).

3. Marco teórico

3.1. ¿Qué es el Periodismo Comunitario?

El periodismo "comunitario", también reconocido por algunos autores como "participativo", "cívico", "ciudadano", entre otros nombres, tiene una acción importante dentro de los barrios o sectores. Es el momento en que el periodista resuelve exponer una visión real de una localidad, por medio de cualquiera de los géneros periodísticos, sea el caso a través de la radio, prensa escrita, periódico mural, televisión, etc. Con ello estará aportando con un servicio social-local de calidad, interés y veracidad, que la comunidad valora muy en alto; pues es a través de ese medio, que el periodista mostrará realidades que reflejen hechos y necesidades cercanas al ciudadano común.

Sería un error conceptual, sin embargo, asumir que todos estos calificativos pueden tener el mismo alcance teórico en todos los casos de las nuevas manifestaciones del "periodismo" que se realizan desde la ciudadanía, sin vínculos con los grandes medios; particularmente en esta época en que las modernas tecnologías han hecho posible el surgimiento de tantas formas y sujetos con acceso a la creación de contenidos informativos a través de las redes sociales. Para citar solo un ejemplo que ilustre esto dicho, baste hacer referencia al sinnúmero de sitios webs, blogs, canales de youtube, instagram, etc., cuya práctica evidente de periodismo "ciudadano" no podría definirse al propio tiempo como "comunitario", por razones obvias.

Algo similar podría afirmarse acerca del calificativo de "cívico". Para Carrasco (2003) "el periodismo cívico es un movimiento renovador que estimula la participación ciudadana en la definición de la agenda y en la búsqueda activa de soluciones a los problemas de la sociedad" (p. 234). Por ello, el periodismo cívico se concibe como algo más que una neo modalidad profesional para el tratamiento de la información; no es una innovación que se da en el campo periodístico, ni se puede entender como una estrategia para captar audiencias; más bien, es un tipo de periodismo que busca crear espacios de diálogo entre las poblaciones y sus mandatarios, con el fin ulterior de lograr una transformación social que beneficie a los pueblos.

Según Díaz (2008, p. 1), "la comunicación participativa es un modelo y una forma de 'hacer comunicación que facilita la recuperación de la vida cotidiana, las necesidades e intereses de los grupos socioculturales (...)".

Angulo (2012, p. 91) en su libro *Televisión y periodismo comunitario en la ruta del desarrollo humano: Modelos y Fundamentos*, sostiene que "la comunicación se concibe como la producción y recepción continua de mensajes para promover el cambio social mediante la generación de nuevos conocimientos que permiten solucionar problemas de diversa índole".

En su estudio *Assessing a 10-year experiment in community journalism education*, Lowrey (2017, p. 336) señala que, en esta era, los periodistas comunitarios deben trabajar de manera más creativa y diligente para brindar a los ciudadanos información local, que signifique un aporte a la resolución de sus problemas. Sin embargo, "este objetivo a menudo no se cumple, entre los periodistas de la comunidad". Esta situación es frustrante para la ciudadanía, que necesita ser escuchada, atendida.

Los medios comunitarios en Ecuador, con la promulgación de la Ley Orgánica de Comunicación del año 2013, consiguieron lo que nunca antes: una mayor presencia en el ecosistema mediático nacional y la posibilidad de ampliar su campo de acción. Todo esto debido a que la ley establecía las normas y mecanismos pertinentes, a través de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel) y el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom), para conceder el 34% de las frecuencias del espectro radioléctrico a este tipo de medios. Este fue un avance de gran relevancia en la historia de la comunicación ecuatoriana; sin embargo, pese a ser ampliamente aceptado, en realidad nunca llegó a cubrirse esta proporción ni remotamente.

Dicha ley fue reformada en diciembre de 2018 y los cambios afectaron a los medios comunitarios, puesto que se modificó la forma de acceder a frecuencias del espectro radioeléctrico, retrocediendo ésta a la anterior manera de asignarlas, sin que los interesados pasen por un concurso. Con ello se le quita a los medios comunitarios el porcentaje (34%) que la ley original les asignaba, según lo denuncia la Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE), al afirmar que las reformas al artículo 106, introducen la preposición "hasta", que abre la posibilidad de mermar la asignación del 34% del espectro radioeléctrico para el sector comunitario, en función de la demanda (La Minga Informativa de Movimientos Sociales, 2018).

Antepara (2015, p. 2) realiza un vistazo al pasado y señala que "Desde la década del 60, los impresos comunitarios y otros medios, han tenido gran acogida en las poblaciones más lejanas, especialmente en las rurales, por ser un medio de comunicación barato, en lo que respecta a costos y recepción".

Por su parte, Martínez (2005, p. 1) atribuye esta aceptación al hecho de que "Los pueblos del campo y otras zonas urbanas periféricas, ven en los medios comunitarios una salida a la situación de pobreza y abandono en la que viven".

El crecimiento de los medios comunitarios también se debe a que la población va en aumento, y con ello, la necesidad de estar comunicada e informada. Los adelantos tecnológicos, dan paso a que la comunicación sea cada vez más accesible, al disponer de algunas herramientas tecnológicas; tales como teléfonos convencionales, teléfonos celulares, computadoras, radio-transmisores, etc. Por tal razón los mismos resultan un sistema de comunicación de la comunidad, donde jóvenes y adultos pueden manifestarse a través de temas sociales, políticos, económicos, culturales, etc., convirtiéndose en un desafío para ellos, al no contar siempre con las habilidades y destrezas para el manejo de estas técnicas modernas. Además, es una oportunidad para el reconocimiento de aquel sector de la población, que no tiene representación en los medios tradicionales y se encuentra sumido en una condición de desidia y olvido.

Martínez (2005) destaca el aporte que estos medios hacen a la identidad local ya que, frente a lo supuestamente irreversible, posibilidades de cambio, resistencias, saberes locales y experiencias históricas concretas, se va tejiendo una nueva voluntad y un sentimiento fuerte de pertenencia hacia la comunidad.

Frente a la exclusión social de ciertos sectores, los medios comunitarios se presentan así como nuevos espacios y un bálsamo para los profesionales en el área que desean desenvolverse; sin tener nada que ver con empresas o instituciones que emiten información de una manera general. Son una opción para las localidades pequeñas que carecen de representatividad y voz en el conglomerado mediático nacional.

La pregunta que podría formularse a estas alturas, es si los medios comunitarios ecuatorianos ya existentes son verdaderos propulsores del periodismo comunitario; si en realidad aportan a la cultura de la comunidad y responden a sus intereses; si contribuyen a la educación y al fortalecimiento de la identidad comunitaria.

3.2. Características de los medios comunitarios

Desde el punto de vista periodístico, se puede registrar que el periodismo comunitario se asemeja al tradicional, en lo que respecta a la seriedad de su oficio y al servicio social; solamente varía en la estructura de cada medio, que es diferente. Su característica esencial es generar de manera particular procesos de cooperación de los ciudadanos, haciendo hincapié en la aplicación de elementos que ayuden a mejorar la sociedad.

Debe a su vez promover la participación local en todas las formas, logrando que la comunidad se involucre y colabore activamente en la realización y desarrollo del medio; ya que sus miembros están conectados estrechamente con la problemática común, la realidad social, y los principales hechos que le afectan, más allá de las diferencias raciales, culturales, de sexo, edad, etc. Su único propósito es dar a conocer los avances, noticias y demás acontecimientos sociales de su entorno.

Ello concuerda en el orden jurídico, con la propia definición que ofrece la Ley Orgánica de Comunicación (2013) a este tipo de medios: "Art. 85.- Definición.- 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"

A los medios comunitarios les corresponde promover la educación, cultura, desarrollo, unidad y solidaridad entre todos los habitantes de una comunidad; sustentado todo en el concepto de servicio informativo directo a sus pobladores, en contraposición a los medios tradicionales que siguen una agenda generalizada y en competencia con los demás. Se trata por tal razón de un periodismo ciudadano, independiente de los grandes medios, con los oídos, el micrófono y los espacios apegados al sentir de las capas más desposeídas de la población.

3.3. El periodismo comunitario en la actualidad ecuatoriana

La globalización resaltó estructuras comunicativas particulares de cada región, influyó en el fortalecimiento de identidades culturales propias, así como de pautas periodísticas. En este contexto, establece Hanitzsch (2011, p. 480) que "para poder estudiar estos tipos de periodismo y periodistas en su contexto, es necesario establecer un marco estructural de análisis individualizado o desarrollado a partir de grupos relativamente homogéneos que permitan obtener resultados únicos del sujeto de estudio".

La Ley de Comunicación fortaleció la necesidad de libertad de expresión e ideales de desarrollo de los grupos sociales; por ello, se ha comenzado a trabajar en iniciativas con radios parlantes en espacios abiertos, periódicos comunitarios, además de medios comunitarios digitales, gracias al uso de las tecnologías de la comunicación e información.

Los primeros pasos de los medios comunitarios en Ecuador se dieron con las radios, que surgieron por influencia de la experiencia educomunicativa que planteara Radio Sutatenza en toda América Latina; las radios populares de Riobamba recogieron nuevos principios y técnicas para aplicarlas en su programación y enfocarlas en la alfabetización. De igual manera, la Iglesia Católica mantuvo un papel fundamental en la creación y apoyo de los medios comunitarios, al encontrar en este medio y en el nuevo modelo, una forma más fácil para acercarse al pueblo. Esto, sobre todo, gracias al trabajo y apoyo de Monseñor Leonidas Proaño (1962), en los años sesenta, quien fundó las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), red que estaba conformada por algunas radios comunitarias encaminadas a la alfabetización, educación y evangelización de las poblaciones indígenas.

Así lo analizó López (2010, 27) quien indica, "Estas experiencias de comunicación alternativa vinculadas con la Iglesia Católica y aquellas de carácter progresistas, con el tiempo formaron la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (Corape)". A este respecto cabe aclarar que Corape es un organismo independiente, que se creó en 1989 y congrega a medios alternativos, educativos y/o populares para su fortalecimiento en el trabajo por el progreso social en conjunto. Los medios de comunicación concernientes a Corape llegaron a conocerse como los primeros medios alternativos; sin embargo, por no existir una ley específica para este tipo de medios, se crearon como públicos o comerciales de servicio comunitario. Pero no

todos mantuvieron su objetivo, debido a inconvenientes económicos, y tampoco su total independencia, por la influencia de la Iglesia o de otro tipo de intereses externos.

Con el paso de los años, algunos medios ecuatorianos transformaron su labor comunicacional. Carrión (2007) indica que los mismos han pasado la barrera de meros informadores para ejercer un poder muy importante sobre los ciudadanos: crean opinión, marcan estilos de vida, movilizan personas.

La ciudadanía ha hecho evolucionar la percepción mental sobre su papel en el proceso de comunicación; su colaboración en redes sociales, la generación de propuestas corresponsables, su interés por la creación de espacios alternativos, entre otros, señalan un verdadero avance en la intervención activa.

Según una investigación realizada por Acosta, Calvopiña y Cano (2017), el número de medios comunitarios que están afiliados actualmente a Corape alcanza la cifra de 27; de los cuales 16 pertenecen a la Iglesia Católica y la Iglesia Cristiana Evangélica; apenas cinco son de organizaciones sociales e indígenas; cinco, de concesionarios privados como personas naturales, y una es pública. Esto implica que las radios afiliadas a Corape que pertenecen a grupos religiosos y concesionarios privados suman el 81,48%; mientras que las pertenecientes a organizaciones sociales, son apenas el 18,52%.

Esta predominancia religiosa, que si bien promueve un trabajo con organizaciones sociales basado en la línea social de la iglesia como "organización comunitaria, humanista, ecuménica y pluralista", demuestra que no basta con que un medio se autodenomine "comunitario", sino que es necesario repensar las propuestas comunicacionales de los grupos que accedan a tales medios y su aporte comunicacional y social.

Para el año 2015, según la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, en Ecuador había solamente 20 radios catalogadas comunitarias, como se puede ver en la siguiente tabla (1):

Tabla 1. Número de estaciones concesionadas a nivel nacional

Servicio	Comercial privada	Servicio público	Servicio público comunitario
Radiodifusión sonora FM	720	196	20
Radiodifusión sonora AM	166	21	-
Televisión abierta analógica	342	218	-
Televisión digital terrestre	23	5	-

Fuente: Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (2015).

Pero cuando se dio paso al Concurso Público de Frecuencias de Radio y Televisión de señal abierta, en el año 2016, se abrió una gran puerta a la creación de medios comunitarios. La convocatoria tuvo buena acogida y todo hacía prever que el panorama mediático en el país iba a cambiar y que los medios de corte social tendrían una fuerte presencia en la nación.

Tabla 2. Frecuencias solicitadas como comunitarias

Frecuencias solicitadas por organizaciones religiosas	143	Frecuencias solicitadas por organizaciones sociales	123
Radio	115	Radio	104
Televisión	28	Televisión	19

Fuente: Arcotel (2016)

Sin embargo, el concurso fue anulado por la Contraloría del Estado, por cuanto halló irregularidades en él. Así se perdió una gran oportunidad de que los medios comunitarios alcancen un lugar preponderante en el ecosistema mediático del país.

4. Resultados: Emisora "Radio Amor" y Sección La Península de Diario "Súper"

A continuación serán expuestos los datos obtenidos a través del análisis de los dos principales medios comunitarios de la provincia ecuatoriana de Santa Elena, Ecuador: la Emisora "Radio Amor, y la Sección del Diario impreso "Súper-La Península".

Tabla 3a. Parrilla de Programación Radio Amor - 89.3 FM

LUNES A VIERNES		
HORARIO	TIPO PROGRAMA	DE DESCRIPCIÓN
05H00 A 06H00	Programa musical "El madrugador"	De corte popular, dirigido a toda clase de audiencia. Se emiten mensajes y consejos a radioescuchas del campo y la ciudad, concerniente al desarrollo de la cultura y fomento a la ancestralidad.
06H00 A 13H00	Noticiero "Panorama Informa"	Espacio de noticias, donde se abordan temas del acontecer mundial, nacional y local. Entrevistas en vivo, dentro y fuera de estudio. Se caracteriza por ser un programa interactivo, donde participa el radio oyente a través de mensajería de texto, audio o vídeo y llamadas telefónicas. Por lo general, por la participación directa de la audiencia, se resuelven problemas sociales, como restablecimiento de servicios básicos; también, se presta ayuda social, a los oyentes que acuden por apoyo económico, por defunción de algún familiar, enfermedad u otro tipo de servicio social.
13H00 A 14H00	Programa religioso: "Una hora de Fe"	Dirigido a oyentes de toda esfera social. Se dan a conocer testimonios de Fe y parábolas religiosas, dirigidas al ser humano como parte activa de la sociedad.
14H00 A 16H00	Programa musical: "Clásicos del recuerdo"	Se identifica con el género musical romántico. Canciones identificadas con el amor, que aportan a la conservación de estilos románticos que marca la diferencia con la actual música de este género.
16H00 A 18H00	Programa musical informativo: "Conectados"	Espacio dirigido a radioescuchas de toda edad. Se emiten noticias que son actualizadas a diario, cuya matización se hace con canciones de artistas nacionales.
18H00 A 20H00	Programa musical: "Tras la huella del bolero"	Emisión de boleros del recuerdo con artistas nacionales y extranjeros. Su objetivo es preservar el género musical en las actuales generaciones, como aporte al desarrollo de la sociedad.
20H00 A 05H00	Programa musical variado	Canciones de diferentes géneros musicales.

Fuente: Radio Amor - 89.3 FM

Tabla 3b. Parrilla de Programación Radio Amor - 89.3 FM

SÁBADO		
06H00 A 08H00	Programa musical: "Rockola"	De corte popular, dirigido a oyentes que durante el fin de semana realizan diferentes actividades en la comunidad.
08H00 A 13H00	Programa musical: "Música con artistas nacionales"	Dirigido a radioyentes de la actual generación con canciones de producción nacional de diferentes géneros musicales. Aporta al desarrollo y promoción del artista nacional.
13H00 A 14H00	Programa religioso: "La luz del evangelio"	Dirigido a oyentes de toda esfera social. Se dan a conocer testimonios de Fe y parábolas religiosas, dirigidas al constructo del ser humano como parte activa de la sociedad.
14H00 A 17H00	Programa musical variado.	Canciones de diferentes géneros musicales.
17H00 A 19H00	Programa musical: "Tras la huella del bolero"	Emisión de boleros del recuerdo con artistas nacionales y extranjeros. Su objetivo es preservar el género musical en las actuales generaciones como aporte al desarrollo de la sociedad.
19H00 A 21H00	Programa musical: "Los artistas cantan a la Península"	Canciones en vivo, con artistas locales. Aporta con la promoción del artista de la localidad.
21H00 A 06H00	Programa musical de fin de semana	Espacio variado, de corte tropical.

Fuente: Radio Amor - 89.3 FM

Tabla 3C. Parrilla de Programación Radio Amor - 89.3 FM

DOMINGO		
06H00 A 07H00	Programa de música nacional	Espacio variado, con canciones del pentagrama nacional o conocido como el pasillo ecuatoriano y sus mejores intérpretes. Fomenta la promoción y coexistencia de la música ecuatoriana.
07H00 A 08H00	Programa religioso: "Creciendo en gracia"	Dirigido a oyentes de toda esfera social. Se dan a conocer testimonios de Fe y parábolas religiosas, dirigidas al constructo del ser humano como parte activa de la sociedad.
08H00 A 10H00	Programa musical: "Música con artistas nacionales"	Canciones de diferentes géneros musicales con artistas del Ecuador. Aporta al desarrollo cultural de la sociedad.
10H00 A 11H00	Transmisión directa de misa dominical Iglesia Matriz.	Emisión de la palabra diaria por medio de la eucaristía dominical.
11H00 A 13H00	Programa musical: "Música con artistas nacionales"	Canciones de diferentes géneros musicales con artistas del Ecuador. Aporta al desarrollo cultural de la sociedad.
13H00 A 14H00	Programa religioso: La luz del evangelio"	Espacio dirigido a oyentes de toda esfera social. Se dan a conocer testimonios de Fe y parábolas religiosas, dirigidas al constructo del ser humano como parte activa de la sociedad.
14H00 A 17H00	Programa de música variada	Canciones de diferentes géneros musicales.
17H00 A 19H00	Programa musical: "Tras la huella del bolero"	Emisión de boleros del recuerdo con artistas nacionales y extranjeros. Su objetivo es preservar el género musical en las actuales generaciones como aporte al desarrollo de la sociedad.
19H00 A 22H00	Programa de música variada	Canciones de diferentes géneros musicales.
22H00	Cierre de programación	
La radio tiene una programación dirigida al oyente de clase social muy popular. En el espacio de publicidad se emiten menciones de fallecimiento de personas, aniversarios luctuosos, documentos u objetos extraviados, anuncios de empleos y otros.		

Fuente: Radio Amor - 89.3 FM

Como se puede observar, dentro de los programas que emite "Radio Amor", de lunes a domingo, poco es el espacio que se le otorga a contenidos que aportan al desarrollo social o cultural de la población a la que se dirige. De las 64 horas de programación revisadas entre viernes y domingo, sólo 2 (3,13%) contienen información local y de otras partes del país; mientras que tan solo un Programa (Madrugador), sirve como ventana para preservar los valores ancestrales de esta comunidad, rica en historia precolombina y con tradiciones milenarias. En su mayoría, sus tiempos son utilizados para transmitir música nacional e internacional, en funciones lúdicas; así como programas de corte religioso, de carácter doctrinal. El amplio espectro de la vida comunitaria se encuentra prácticamente ausente.

En el caso de la versión local de Diario "Súper", un medio impreso que tiene alcance nacional, los resultados del análisis arrojan los siguientes datos:

Tabla 4. Distribución de Secciones Diario Súper – La Península

SECCIONES	SUPLEMENTOS
Crónica: Temas relacionados a crímenes	Revista Mujer: (Circula los días sábados). Tips para la mujer; ropa, moda, tendencias, etc.
Comunidad: Espacio de corte popular y de mayor peso, dirigido a la comunidad.	Yo Soy Peninsular: (Solo en la península, los días jueves). Reportajes dedicados a impulsar la productividad, el turismo, el comercio y la cultura de la península.
Comunas: Temas específicos relacionados a las comunas de la provincia.	Viernes Chiquito: Circula a modo de reportajes de farándula, los días jueves en la edición nacional y de Guayaquil.
Show: Farándula local y nacional.	Súper Canchero: Suplemento de deportes que circula solo los días lunes.
Familia: Temas, consejos y talleres que tengan que ver con los valores, para mejorar la calidad de vida.	
Entretenimiento: Juegos como: Sudoku, crucigrama, etc.	
Sociales: (Solo en Súper La Península). Fotos de eventos sociales.	
Entreculturas: Espacio intercultural en 2 páginas.	
Toñito Barrios (muñeco o monigote): Soluciona inconvenientes generales de la colectividad.	

Fuente: Diario Súper – La Península

El suplemento titulado Yo Soy Peninsular, de Diario "Súper", que circula solo los jueves. consta de ocho páginas, con temas principalmente relacionados con el Turismo y otros, locales: Portada (Tema fuerte sobre turismo), Así crecemos (Obras físicas que se ejecutan en la provincia de Santa Elena), Casa Adentro (Entrevista a un personaje); Tradiciones (Cultura), Productivo (Emprendimientos), Agenda y Muñeca Peninsular (Modelo). "Súper-La Península" es distribuida en los tres cantones de la provincia, incluso la edición peninsular también tiene cierta entrada en Puerto López (Provincia de Manabí); sin embargo, La Libertad es el cantón con mayor número en ventas.

También el diario posee un espacio comunitario denominado Toñito Barrios, representado por un muñeco o monigote. Es un personaje que tiene sus redes sociales, donde recibe denuncias. También visita los barrios para tratar sobre determinadas problemáticas o difundir iniciativas comunitarias que sirvan como ejemplo. Luego que se difunden los problemas, se le da seguimiento a éste, y si la entidad pertinente realiza la intervención (soluciona) la sección sale como Toñito Resuelve. Este espacio ha generado gran impacto. La comunidad ha aceptado de buena forma a Toñito, porque genera cierta presión a las entidades para que atiendan el pedido de los habitantes.

Es evidente que en este caso se trata de un medio de comunicación centrado en la atención y difusión de temas relacionados con la vida, identidad, intereses y problemas de las comunidades receptoras de sus mensajes, manteniendo un diálogo permanente, en adecuada concordancia con las características de un medio comunitario: lo cual marca importantes diferencias entre éste y el otro medio analizado.

5. Conclusiones

El Periodismo Comunitario y sus medios tiene su razón de ser en el tratamiento de la vida comunal en todos sus ámbitos; dar a conocer sus particularidades, su identidad cultural, sus tareas y eventos; ser una expresión democrática del sentir y la opinión ciudadana; contribuir a sensibilizar sobre sus problemas y promover soluciones.

- La Ley Orgánica de Comunicación aprobada en el Ecuador en 2013, constituyó un reconocimiento al importante papel de la comunicación comunitaria en este país suramericano; sin embargo, se han producido pocos avances prácticos en el surgimiento de nuevos medios alternativos de este tipo, y durante la etapa más reciente se muestran serios indicios de retroceso en ese sentido.
- No obstante lo anterior, se evidencian algunos avances en la provincia de Santa Elena, en la costa del Pacífico ecuatoriano, aunque según las muestras tomadas, en los casos de Diario Super-La Península y Emisora Radio Amor, aún falta por implementar nuevos espacios dedicados a la comunidad; sobre todo ésta última, en la cual sólo existe un programa dedicado a informar sobre la vida de la comunidad, sus problemas e intereses.
- La experiencia de "Super" ofrece evidencias de que un medio comunitario, que asume a cabalidad sus funciones como tal, logra irse convirtiendo en una expresión de empoderamiento ciudadano, al poder influir en que se dé prioridad a sus problemas y abortar soluciones.

6. Discusión

La investigación realizada no indagó suficientemente en otro ángulo digno de tenerse en cuenta, como es la participación comunitaria, ciudadana, en el aporte de contenidos informativos o de cualquier otro tipo, para la construcción de la agenda del medio. Esta participación, en gran medida, se reduce a solicitudes de "saludos", notas fúnebres, quejas sobre asuntos personales, etc. Por lo cual no se produce un verdadero empoderamiento, a pesar de las amplias posibilidades que ofrecen las tecnologías de producir y entregar información desde cualquier lugar y situación en que se encuentra la comunidad ciudadana.

Otro ángulo que podría analizarse es el que se refiere a las instituciones patrocinadoras y la misión que éstas le asignan al medio de comunicación. La investigación evidencia, según los datos, que la orientación de medios de este tipo hacia algún campo doctrinal o asuntos específicos no necesariamente comunitarios, sean éstos religiosos, políticos, económicos, etc., como ocurre en uno de los casos estudiados, pudiera ser un motivo de desviación del perfil de estos medios, cuya naturaleza se debe precisamente a los más amplios y concretos intereses socioculturales de su comunidad. No se trata de que la solución sea evitar o no reconocer la conveniencia o no de tales patrocinios; sino del adecuado manejo de sus contenidos y parrilla de programación, precisamente para que el medio sea voz y reflejo de la acción comunitaria.

En el orden teórico, la investigación igualmente sugiere la necesidad de establecer más claros deslindes y convergencias, entre el periodismo comunitario y otros términos conceptuales a los cuales suele asociarse comúnmente, tales como periodismo "cívico", "ciudadano", "participativo", entre otros; sobre todo en los momentos actuales, cuando el empleo generalizado de las tecnologías hace surgir tantas formas y actores nuevos que participan en los diversos flujos de la construcción y difusión informativa.

7. Referencias

- Acosta Buenaño, A. M. et al., (2017). *Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador: aporte para el debate sobre el Concurso Público de Frecuencias*.
- Angulo Rincón, S. (2012). *Televisión y periodismo comunitarios en la ruta del desarrollo humano: Modelos y Fundamentos*.
- Antepara, D. C. (2015). *Estudio de medios de comunicación participativos-comunitarios y creación de un microinformativo impreso en el cantón salitre, 2*.
- Arcotel (2016). *Frecuencias solicitadas como comunitarias*.
- Asamblea Nacional Ecuador (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*
- Ávila, C. (2013). *El Sistema de Comunicación en la Ley de Comunicación del Ecuador: Un análisis desde el enfoque de las Teorías de Sociedad y Masas de McQuail*. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 124.
- Carrasco, S (2003). *Cambio Cultural. El periodismo cívico*.
- Carión, H. (2007). *Estudio Radios Comunitarias Ecuador*.
- Casco Maldonado, M. J. (2010). *Estudio del periodismo comunitario y de la Junta parroquial en el sector de Carapungo para la aplicación de un medio de prensa escrito alternativo*. (p.1)
- Diario Súper – La Península. (2019). *Distribución de Secciones Diario Súper – La Península*.
- Díaz, C. (2008). *La comunicación participativa*. En <http://www.monografias.com>
- Freire P. (1994). *Pedagogía de la esperanza. Reviviendo la pedagogía de los oprimidos*. Nueva York: Continuum.
- Hanitzsch, T. (2007-2011) *Supuestos teóricos. Estudio comparativo de Periodismo*. En: Wahl-Jorgensen, K. y Hanitzsch, T. (Coords.). *The Handbook of journalism studies*, pp. 477-494. New York/ London: Routledge.
- INEC – Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010). *Censo Nacional de Población y Vivienda, Ecuador*.
- Jordán, R. & Panchana, A. (2010). *Los Medios de Comunicación en Ecuador*. Retrieved from <https://rodrigojordan.files.wordpress.com/2010/05/los-mcs-en-ecuador.pdf>.
- Krippendorff, D. (1990); Neuendorf (2002); Lacy y Fico (1998); Wimmer y Dominick (1996). *Cinco Campos de aplicación del Análisis de contenido*.
- López Vigil, J. I. (2010). *Comunicación participativa para el desarrollo. Folleto CORAPE 20 años, ¿Quiénes somos?*, Quito, 2010.
- Lowrey, W. & Daniels, G. L. (2017). *Assessing a 10-year experiment in community journalism education*. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(1), 335-354. doi:<http://dx.doi.org/10.1177/1077699016681970>
- Martínez, L. M. (2005). *Urbanismo, participación ciudadana y planificación estratégica de ciudades*, 1-2. Recuperado de: www.miguelangelmartinez.net/IMG/.../2005
- McQuail, D. (1991). *Estudios de los Efectos de los medios en la Opinión Pública*. Recuperado de: <https://www.uv.es/guilopez/documentos/>
- Monseñor Leonidas Proaño (1962). *Comunicación participativa para el desarrollo. Primeros medios comunitarios en el Ecuador*. Recuperado de: <https://tucomunidadinfo.wordpress.com/>
- Nah, S.; Yamamoto, M.; Chung, D. S. & Zuercher, R. (2015). *Modeling the Adoption and Use of Citizen Journalism by Online Newspapers*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(2), 399–420. <https://doi.org/10.1177/1077699015574483>
- Radio Amor 89.3 FM – 2019. *Parrilla de Programación Radio Amor - 89.3 FM*
- Reyes, H. (2013). *Periodismo comunitario*. Recuperado de: <https://lahora.com.ec/noticia/>
- Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, Ecuador (2015). *Estaciones concesionadas a nivel nacional*.
- Vera L., Tanasio A. (2008). *Medios alternativos para promover la justicia social*. Trabajo realizado por alumnas de La Universidad Católica de Asunción. <http://comunicacionalternativa-uca.blogspot.com/>.



© Editorial Universidad de Sevilla 2021

IROCamm- International Review Of Communication And Marketing Mix | e-ISSN: 2605-0447

IROCamm

VOL. 1, N. 4 - Year 2021

Received: 30/09/2020 | Reviewed: 28/12/2020 | Accepted: 29/11/2020 | Published: 02/01/2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/IROCamm.2021.v01.i04.04>

Pp.: 43-53

e-ISSN: 2605-0447

