

Serie  
Estudios de la Comunicación

*Roberto Sánchez Montoya*  
*María del Carmen Ramírez*  
Coordinadores

# Derechos a la comunicación: ética y competencias del comunicador



Universidad Politécnica Salesiana

Derechos a la comunicación:  
ética y competencias del comunicador

---



*Roberto Sánchez Montoya*  
*María del Carmen Ramírez Soasti*  
Coordinadores

# **Derechos a la comunicación: ética y competencias del comunicador**

---

Serie Estudios de la Comunicación



**ABYA** | UNIVERSIDAD  
**YALA** | POLITÉCNICA  
SALESIANA

2020

## **DERECHOS A LA COMUNICACIÓN: ÉTICA Y COMPETENCIAS DEL COMUNICADOR**

© *Roberto Sánchez Montoya, María del Carmen Ramírez Soasti (Coordinadores)*

Autores: Roberto Sánchez Montoya, María del Carmen Ramírez Soasti, Alejandra González Quincha, Victoria Palacios Mieles, Tania Villalva, Patricia Villagómez, Morelia Coque, Selena Guatemal, Isis Patiño y Silvia Medina, Johana Guerrero, Karla Díaz, Nathalie Granja

Serie Estudios de la Comunicación

1ra edición:                    Universidad Politécnica Salesiana  
   Av. Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja  
   Cuenca-Ecuador  
   Casilla: 2074  
   P.B.X. (+593 7) 2050000  
   Fax: (+593 7) 4 088958  
   e-mail: rpublicas@ups.edu.ec  
   www.ups.edu.ec

Área de Ciencias Sociales  
y del Comportamiento Humano  
CARRERA DE COMUNICACIÓN  
Grupo de Investigación Comunicación, Desarrollo  
y Política (GICODEPO)

Derechos de autor: 058375

Depósito legal: 006590

ISBN: 978-9978-10-404-0

Edición, diseño,            Editorial Universitaria Abya-Yala  
diagramación            Quito-Ecuador  
e impresión

Tiraje: 300 ejemplares

Impreso en Quito-Ecuador, marzo de 2020

Publicación arbitrada de la Universidad Politécnica Salesiana

Introducción	
<i>Roberto Sánchez Montoya, María del Carmen Ramírez Soasti.....</i>	7

## Sección 1

### ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Ética de la comunicación: entre la formación académica y el ejercicio de la profesión	
<i>María del Carmen Ramírez Soasti.....</i>	13
Subjetividad y ética en la comunicación comunitaria	
<i>Alejandra González Quincha.....</i>	33
Desafíos éticos de los comunicadores en la era digital	
<i>Victoria Palacios Mieles.....</i>	45

## Sección 2

### COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN COMO DERECHOS

Comunicación intercultural: reflexiones sobre la visibilización indígena en medios impresos ecuatorianos	
<i>Tania Villalva y Patricia Villagómez.....</i>	63
Participación ciudadana en la creación de la radio comunitaria Radio Bocina La Merced de Quito	
<i>Morelia Coque, Selena Guatemala y Narcisca Medranda.....</i>	89

Pluralidad y diversidad en la comunicación:  
 la radio parlante Pamba Radio como herramienta de participación  
 ciudadana para el cambio social  
*Isis Patiño, Silvia Medina y María del Carmen Ramírez* ..... 121

**Sección 3**  
**COMPETENCIAS DEL COMUNICADOR**

Estado del arte sobre el perfil y las competencias  
 en la formación del comunicador  
*Johana Guerrero y Roberto Sánchez Montoya*..... 153

Entre la seguridad ciudadana y el derecho  
 a la comunicación: análisis comunicacional de las estrategias  
 del Servicio Integrado de Seguridad para la difusión  
 en su denominación como ECU-911  
*Karla Díaz, Nathalie Granja y María del Carmen Ramírez*..... 181

# Introducción

---

Este volumen proviene de la necesidad y del intento de reflexionar, en un sentido crítico, sobre derechos a la comunicación, ética de la comunicación y competencias del comunicador, que involucra una práctica educativa y modelos de formación que provocan consecuencias, no siempre explícitas, en el ejercicio profesional.

De ahí el intento de aclarar la relación entre perfil profesional y competencias comunicativas, en el contexto de una necesidad de concreción educativa en la formación de comunicadores. Este es el eje conductor que inspiró nuestras investigaciones, primero sobre ética de la comunicación en la que se quiere caracterizar su necesidad en el ejercicio práctico, luego en un análisis de la subjetividad ética en la comunicación comunitaria y los desafíos éticos que demanda la era digital, se suman a ellos la crítica a la visibilización indígena en medios impresos, la participación ciudadana en la creación de la radio comunitaria, la radio parlante como herramienta de participación ciudadana y, finalmente un estado del arte sobre el perfil y competencias en la formación del comunicador, más un análisis de estrategias de comunicación para la seguridad ciudadana.

Cada capítulo llega a una propuesta que busca, por un lado, reflexionar críticamente sobre la comunicación, por otro, que interroga las prácticas, ética y competencias comunicativas, en una palabra: la concreción de la comunicación. En ese sentido resulta sumamente interesante analizar las experiencias de comunicación comunitaria y participación ciudadana, y la literatura generada en torno al perfil pro-



fesional, indispensable para entender la nueva dinámica de ejercicio profesional frente a los dispositivos de un universo tecnológico que determinan nuevas dinámicas de relacionamiento y la emergencia de una actividad social en red (Castells, 1996), que involucra otros procesos de interacción social que van creando otras formas de comunicación (Ramírez, 2019), que tiene consecuencias porque condiciona los procesos de comunicación y obviamente las competencias del comunicador.

Investigar la comunicación permite contar con herramientas conceptuales y metodológicas que ayudan a la revisión de propuestas y criterios que mejoren los procesos de formación de comunicadores con competencias para resolver problemas en un marco de códigos y procedimientos éticos no utilitarios, sino de mediación, participación activa y ejercicio de derechos; es decir, una acción comunicativa bajo principios de una ética de la confianza (Morín, 2005).

El presente número recoge los aportes del Grupo de Investigación Comunicación, Desarrollo y Política (GICODEPO) coordinado por Roberto Sánchez y conformado por Nina Aguiar, Narcisca Medranda y María del Carmen Ramírez; el mismo que fue creado en 2014 con el objetivo de investigar los problemas en torno a la comunicación con una mirada interdisciplinar, crítica y plural, articulada al debate contemporáneo de los estudios de la comunicación en Iberoamérica (Sánchez Montoya y Ramírez Soasti, 2018).

En la primera sección se aborda: la ética de la comunicación con distintos análisis y reflexiones sobre los principios que deben regir la práctica de la comunicación, a través de una mirada crítica a los modelos éticos y una propuesta de análisis hermenéutico al por qué de una ética de la comunicación de María del Carmen Ramírez; de Alejandra González, la subjetividad y la ética en la comunicación comunitaria; y de Victoria Palacios, sobre desafíos éticos en la era digital.

La segunda sección, contiene varios trabajos que refieren a la comunicación y participación como derechos. En esa perspectiva se ana-

lizan los contenidos periodísticos relacionados con la interculturalidad realizado por Patricia Villagómez y Tania Villalva; un planteamiento sobre la iniciativa de crear un medio de comunicación con la participación ciudadana es el que realizan Morelia Coque, Selena Guatemal y Narcisa Medranda; en tanto que Isis Patiño, Silvia Medina y María del Carmen Ramírez, escriben sobre experiencias de radio comunitaria y acción participativa para el cambio social.

La tercera sección está dedicada a las competencias del comunicador, específicamente en relación a dos trabajos: Johana Guerrero y Roberto Sánchez realizan una sistematización y análisis de aportes críticos para una aproximación al perfil idóneo del comunicador; y Karla Díaz, Nathalie Granja y María del Carmen Ramírez, analizan las estrategias del sistema de comunicación ECU-911 para el tratamiento adecuado de la información, la seguridad ciudadana y el posicionamiento institucional.

Es nuestra aspiración posibilitar la tarea académica y profesional de convocar al debate sobre la comunicación, el perfil profesional y las competencias comunicativas, en torno a experiencias de gestión de la comunicación, ejercicio de derechos y la participación ciudadana. El fundamento de esta publicación se proyecta hacia cuestiones propias de la dimensión educativa y ética en la formación universitaria de los futuros comunicadores.

*Los coordinadores*



Sección 1

**ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN**

---



# Ética de la comunicación: entre la formación académica y el ejercicio de la profesión

---

María del Carmen Ramírez Soasti  
Universidad Politécnica Salesiana  
mramirez@ups.edu.ec

## Resumen

El presente ensayo es resultado de un proceso de investigación y reflexión realizado a partir de las experiencias en el ejercicio de la cátedra universitaria y los desafíos, posibilidades y responsabilidades de la profesión. En él se destaca, disiente y ahonda algunos entresijos y enigmas de una ética de la comunicación que debe guardar correspondencia con la formación de los comunicadores y el ejercicio profesional. Con estas apreciaciones se pretende analizar el por qué la educación superior en comunicación requiere reconcentrarse, no solo en la teoría y la práctica, sino en los principios que deben regir la práctica de la comunicación. Para ello se presenta una mirada crítica a los modelos de ética que se superponen en la interacción comunicativa y, finalmente situar esta preocupación en el marco de una propuesta de análisis hermenéutico que permita dar respuesta al por qué de una ética de la comunicación durante la formación académica y el ejercicio de la profesión.

## Palabras clave

Ética de la comunicación, modelos éticos, formación y educación superior, ejercicio profesional.

## Introducción

La última reforma a la LOC,<sup>1</sup> vigente desde junio 2013, deja varias interrogantes respecto de la protección, garantía, regulación y fomento del desarrollo y funcionamiento del sistema de comunicación social en Ecuador (LOC, 2013).<sup>2</sup> En la opinión de quien escribe, si bien la legis-

---

1 La Ley Orgánica de Comunicación Registro Oficial Suplemento 22 del 25 de junio de 2013, última modificación Registro Oficial Suplemento 432 del 20 de febrero de 2019.

2 De acuerdo con el art. 384 de la Constitución, el sistema de comunicación social lo conforman las instituciones y actores de carácter público, privado y comunitario,

lación en comunicación contiene avances significativos en el reconocimiento de los derechos a la comunicación e información, la ética de la comunicación —principios deontológicos— ha quedado supeditada a la discrecionalidad, en unos casos, de los propietarios o empresarios de los medios y, en otros, a la buena fe de los comunicadores en sus diferentes ámbitos de acción y desempeño profesional.

Preguntarse entonces: ¿Qué es la ética de la comunicación? ¿Por qué es ineludible reflexionar sobre las normas que la regulan y los principios que se aplican para su ejercicio? Ayudará a guiar la reflexión sobre los dilemas éticos que constantemente se presentan en la práctica de la comunicación. De hecho, se podría decir que el debate sobre la ética de la actuación de los profesionales de la comunicación y los retos de incluir a los estudiantes en esta reflexión y debate da pie para proponer un escrutinio ético sobre los procesos de la comunicación que, en ocasiones resulta difícil por actitudes renuentes a reglas y principios establecidos en los códigos de ética profesional.<sup>3</sup>

En los entornos de comunicación en los que se incluyen los medios públicos, privados y comunitarios, áreas de comunicación institucional y comunicación digital, existe una exigencia de ética que surge como un mandato o necesidad de responder, más bien, a las solicitudes propias de los organismos de control y regulación de la información y comunicación que a una sensibilidad moral. En otras palabras, hay un desempeño que se ajusta, por decirlo de alguna manera, a la buena voluntad y esfuerzo individual de un comunicador por un buen proceder o por lo que puede querer o rechazar, actuación poco satisfactoria por que existe el peligro de acodarse con un mal intencionado moralismo.

---

así como las políticas públicas y la normativa legal que aseguran el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información, la libertad de expresión y la participación ciudadana.

3 Se denominan “códigos de ética profesional” al conjunto de principios, normas y reglas generales de una profesión y de las actitudes a observar en el desempeño de las actividades profesionales.

De hecho, los principios deontológicos no deben regularse en función de lo que un comunicador o periodista profesional pueda o no decidir, porque se corre el riesgo de transitar por un moralismo mezquino y negativo que, al ser poco realista, ligero e irreflexivo, podría pretender oponerse a una tendencia que va mucho más allá de lo que el ser humano puede querer o rechazar. Además, sería presuponer o admitir que esa es su concepción de la ética y, no es en absoluto seguro que, desde esa mirada se deba regular los procesos comunicativos. Sin embargo, a criterio de Rodríguez (2009), hay quienes consideran que “es el hombre mismo quien tiene que ajustar personalmente sus acciones, prefijándose sus fines y proyectando el modo de realizarlos” (p. 1).

A la luz de este presupuesto se revela que, en la interacción comunicativa no solo hay que referirse a principios morales, sino que es inevitable una regulación acorde a principios que generalmente son válidos y que precisamente es el trabajo de la ética de la comunicación. Eso no quiere decir que las actuaciones o comportamientos a los que se hizo alusión, deban mirarse como deshonestos, inconvenientes o inmorales.

Ciertamente, una mirada más ecuánime entenderá que la acción libre del comportamiento del ser humano es un proceso de comunicación dentro de una concepción de ética de la relación, en donde la acción libre, en el sentido de la libertad, debe ser:

Entendida como autodeterminación o autonomía responsable, es una condición ideal de toda persona en cuanto sujeto capaz de tomar opciones ante distintas posibilidades de acción u omisión en su comportamiento, de elegir la orientación de su propia existencia y de decidir sobre el curso de sus acciones (Pérez, 2009, p. 127).

Se supone, entonces, que en la práctica de la comunicación existe una concepción clara de lo que es una ética de la relación o, por el contrario, que hay conductas que obedecen más bien a principios particulares de comportamiento. Como podemos notar, esto es un asunto de principios que, desde las aulas universitarias, hay que analizar y debatir porque no necesariamente son preferibles. Menos aún frente a una co-



municación que permanentemente sufre la concurrencia acelerada de cambios suscitados por el desarrollo tecnológico que, por su carácter dinámico, demandan de un ejercicio ético de la comunicación.

En este contexto, tanto los medios de comunicación como los comunicadores y periodistas, tienen la responsabilidad social y profesional de sujetarse a códigos de ética para ejercer su labor informativa y la libertad de expresión desde la reflexión, el análisis crítico de la realidad social y el respeto a los derechos. Esto es abandonar la visión reduccionista e instrumental de la comunicación y provocar el fortalecimiento de la formación ética del comunicador como “una garantía de la libertad ciudadana” (Suárez, 2011).

De ahí que la educación superior en comunicación deba reconcentrarse en la formación ética de los futuros comunicadores, considerando que en los últimos años la situación de la comunicación no ha sido del todo favorable por el cuestionamiento a los principios de comportamiento en los procesos de la comunicación debido a las actuaciones políticas de los medios de comunicación, las posiciones de los gremios periodísticos y el silencio de la academia.

Es un juicio cada vez más emergente el que los principios éticos son internos y autonómicos en el momento de la realización del proceso comunicativo, lo que parece ser una condición de irresponsabilidad que causa inquietud generalizada y que, por las razones señaladas, empuja a cuestionamientos respecto de que incluso al hacer comunicación corremos el riesgo de no ser éticos. Precisamente estas incertidumbres o dudas son las que nos impiden adaptarnos a los principios de comportamiento que están implícitos en la comunicación. Sin embargo, también es lo que impulsa el desarrollo de una verdadera ética de la comunicación que, a criterio de Suárez (2013), permite, por un lado, establecer acuerdos entre los profesionales de la comunicación y, por otro, determinar deberes y derechos, entendiendo que “los códigos deontológicos pueden observarse como referentes de los criterios de calidad exigibles a la praxis profesional. Aunque su contenido suele ser bastante escueto

y general, admite establecer al menos unos mínimos sobre el contenido de los principios deontológicos” (2013, p. 808).

## **Modelos para una dimensión ética de la comunicación**

Después de este primer análisis respecto a los dilemas éticos que se presentan en la práctica comunicativa, es necesario realizar algunas expectativas a las posibles proposiciones o marcos comprensivos que permitan construir una dimensión ética de la comunicación. Para ello hay que preguntarse si es posible referir al compromiso social y proponer algunos lineamientos de responsabilidad e identificar un camino de ética para el ejercicio profesional. No obstante, lo que inquieta profundamente es la situación de ambigüedad y ambivalencia que actualmente atraviesa la comunicación que, sumada a un desarrollo tecnológico significativo, la ubican al mismo tiempo como protagonista y subordinada de circunstancias que, si bien ha incidido en oportunidades de libertad, también han provocado dominio (Ricciardi, 2015).

Entonces me pregunto si la ética y la responsabilidad, con la ayuda de la tecnología, nos ayudarán a impulsar las libertades basadas en principios de intercambio y colaboración para superar silencios y ocultamientos en la práctica comunicativa y periodística. A pesar de situar a la comunicación en dos posiciones opuestas, hay que decir que la comunicación *per se* no es la que provoca afectos o desafectos, pues ese carácter está dado por la acción humana<sup>4</sup> y las decisiones políticas, económicas e incluso culturales.

La respuesta es que se requiere de un cambio cualitativo en el quehacer de la comunicación y, sobre todo, en el uso de las tecnologías de información y comunicación para superar la idea prevalente de que “la tecnología se ha convertido en un nuevo instrumento de esclavización, y no en el instrumento de liberación que podría ser” (Niel, 1962, p. 373).

---

4 Es una conducta o actuación consciente que pretende alcanzar fines y objetivos, por tanto, una reacción consciente ante estímulos y circunstancias del ambiente.

Sabiendo esto, podemos hablar de una dimensión ética que regule, por así decirlo, las relaciones comunicacionales para salvaguardar los derechos a la comunicación, información y libertad de expresión<sup>5</sup> y ponga énfasis en la responsabilidad que los medios de comunicación tienen para la construcción de una sociedad intercultural, justa y solidaria. Entonces ¿Queremos regular los procesos de la comunicación? ¿A qué modelo de ética podemos recurrir para este propósito? Será que para satisfacer estas demandas de una comunicación ética y responsable conviene recurrir a cuatro estrategias morales o modelos éticos: La naturaleza del ser humano; el pensamiento dialógico; relativismo contextual; y, el utilitarismo, que se superponen a la interacción comunicativa. Para entenderlas haré una breve descripción de cada uno de ellos, señalando las dificultades con las que se pueden encontrar en el ejercicio profesional.

### *Modelo de ética en relación a la naturaleza del ser humano*

Antes de referir al modelo de ética hay que aproximarse a ciertos aspectos esenciales y características particulares inherentes a la naturaleza del ser humano. Si se considera que el ser humano es una persona por naturaleza, esto ha de entenderse que “la persona es una sustancia individual de naturaleza racional” (Boecio, 1979, p. 557), es decir, “su esencia como persona, de manera explícita, se constituye ya en la sustancia racional individual y no en el acto de ser específico y propio”. La importancia que Boecio da al concepto de persona, a criterio de Culletton (2010), es la distinción respecto a que “solo los humanos puedan ser considerados personas, lo que acaba identificando ambos en el sentido esencialista de que todo humano es persona” (p. 61).

---

5 En el Ecuador, “el Estado constitucional de derechos y justicia, en concordancia con principios y normas de la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos, se reconocen los derechos a la comunicación, que comprenden: libertad de expresión, información y acceso en igualdad de condiciones al espectro radioeléctrico y las tecnologías de información y comunicación” (LOC, 2013).

Desde esta perspectiva, solo la naturaleza racional puede ser la base de la moralidad y ella no solo se relaciona con la ocurrencia del bien y el mal moral que se producen en una persona, sino que es también la “causa eficiente” de ese bien y ese mal. Este es, en cierto sentido, un acto humano de moralidad en el que se conjugan la razón de un dinamismo natural y la voluntad para saber lo que es bueno y con ello evocar una orden o una prohibición (Wojtyła, 1959). Así, se concluye que no se entiende la inteligencia sin la voluntad ni la voluntad sin la inteligencia, porque ambas se implican, especificando que “la persona es un todo unitario integrado por sustancia con su ser y su esencia” (Martí, 2009, p. 117).

Como se puede advertir, la naturaleza humana tiene un protagonismo, tanto en su comprensión como el debate sobre la ética; en esa perspectiva, todo lo que corresponde o promueve la humanidad es legítimo, en el sentido kantiano de *menschheit*,<sup>6</sup> si bien es inmoral lo que hace al hombre diferente de esa esencia. Tal criterio también es válido en el caso de procesos comunicativos, porque permite discernir qué es moralmente válido de lo que no lo es.

Este modelo alude a la una naturaleza o esencia del ser humano capaz de identificar con precisión qué es exactamente lo que caracteriza al ser que somos, entendiendo que la naturaleza humana no se reduce a una condición irracional vulnerable, sino también a otra que lo hace racional, social y político, por tanto, dependiente de los otros (MacIntyre, 2001). Es decir, cada ser humano es una unidad con dimensiones éticas, lingüísticas, de autoconciencia y libertad, integradas para una función (Marcos, 2010).

Esta mirada puede ser pertinente también para hablar de los procesos y prácticas comunicativas, y para distinguir qué es moralmente válido y qué no lo es. La comunicación social y el ejercicio periodístico no deben ser enjuiciados solo a partir de una idea particular de lo humano, sino por la concepción o facultad específica del habla. Por otro

---

6 Palabra de origen alemán que traducida al español significa “humanidad.”

lado, ¿qué pasa con los usos parciales o arbitrarios de la comunicación que son precisamente los que están en contraste con esta facultad asumida previamente por ella?

Como puede evidenciarse en este modelo o estrategia moral, las formas como se han definido la naturaleza humana no son necesariamente iguales con los criterios morales que se relacionan con la comunicación. Es decir, en este modelo de ética de la comunicación no está claro si la comunicación es un predicado o es la esencia del ser humano que se manifiesta como una posibilidad del acto comunicativo y no como un hecho.

### *Modelo de ética dialógico*

Este modelo responde al paradigma dialógico que entiende al diálogo como fenómeno humano en el que se produce una interacción comunicativa cuyo objetivo es crear un espacio común o encuentro efectivo entre seres humanos. Un acto creativo que no se limita al intercambio de información, sino que se manifiesta en la palabra para involucrarlos progresivamente a ser parte del diálogo de libertad que transforma y humaniza (Freire, 1973, p. 46). En otras palabras, el diálogo presupone el reconocimiento previo, por parte de cada interlocutor, de las buenas razones del otro y la consiguiente voluntad de volver a trabajar en sus puntos de vista iniciales. De hecho, no es verdadero diálogo cuando se ve pasar de la convicción de que sus ideas, a la comparación con las de otros, para que sean necesariamente reconfirmadas.

Por eso, en la interacción dialógica siempre existe un riesgo que es inherente en la necesidad de que el verdadero diálogo implica exponerse, sin precaución preliminar, a las palabras del otro interlocutor. De lo contrario, lo que existe es una entelequia envuelta en cortesía. El diálogo, para que realmente tenga éxito, requiere el reconocimiento previo de las buenas razones del otro y la consiguiente voluntad de volver a trabajar en sus posiciones iniciales.

Martín Buber (1993), otro de los teóricos del diálogo, parte de la suposición de una “esencia” dialógica del hombre que, si no surge explícitamente, debe recuperarse en correspondencia con la religión y la pedagogía. Desde esta visión se plantea que la existencia del ser humano radica en la relación dialógica y entiende que “el hombre no puede hacerse enteramente hombre mediante su relación consigo mismo sino gracias a su relación con otro” (1993, p. 93). Buber (1993) observa que el hombre, como ser dialógico, asume una responsabilidad que se traduce en amor comprendido, lo que se convierte en un compromiso con los demás, donde no necesariamente predomina el conocimiento que se posee sino la responsabilidad que ejerce el saber para con la humanidad. Sin embargo, este paradigma dialógico de la ética de la comunicación podría tener dificultades si, por evitar justificar una acción dialógica, se incurre en simples explicaciones o justificaciones apegadas a los sentimientos y no al reconocimiento de su verdadera capacidad. El significado de esta actitud no sería tomado en absoluto en consideración si el diálogo tiene un nivel diferente y se toma cuenta de las condiciones específicas en las que se lleva a cabo. Por ese motivo, en la interacción comunicativa el ejercicio del diálogo debe ser privilegiado, como una forma que permite alcanzar acuerdos (Buber, 1993).

### *Modelo ético del relativismo contextual o flexible*

El relativismo<sup>7</sup> admite la relatividad del conocimiento<sup>8</sup> o condicionamientos socioculturales que son válidos solo para una determinada época histórica y circunstancia sociocultural (Guerra, 1999). El relativismo asume una mirada gnoseológica<sup>9</sup> que, por un lado, impugna toda verdad absoluta y, por otro, defiende que la validez del juicio en el

---

7 Se entiende por relativismo a una doctrina o sistema de pensamiento que profesa y defiende la relatividad del conocimiento.

8 Por relatividad del conocimiento se entiende la impotencia de la inteligencia para alcanzar la verdad que sea por las “razones” o sin “razones” que se pretenda.

9 La gnoseología es la teoría del conocimiento sobre la aptitud del hombre para conocer la realidad y concebir la verdad. La doctrina sobre las fuentes del conoci-

que la verdad se expresa depende de distintas situaciones que, aplicadas a la ética, dependerán del bien o el mal de esas situaciones. Entonces, si la verdad es relativa, no se puede hablar del bien (Martínez, 2008). Es decir, como señala Martínez, “en este mundo no hay certezas, ni verdades, sino opiniones, las tuyas y las mías y las del otro. Si te parece, bien, y si no, también” (2008, p. 41). Menciona, además, que el relativismo es la versión moral del liberalismo filosófico, en donde la experiencia más básica y elemental enseña que hay varios tipos de certezas, que las dudas no son ignorancia y que la opinión que, todavía no es certeza, tampoco es intolerancia (Martínez, 2008).

El relativismo contextual o flexible es bien conocido porque sus tesis señalan que los principios sobre los cuales se regulan los diversos comportamientos humanos cambian inevitablemente de un contexto a otro, en la medida en que estos principios deben aplicarse de vez en cuando y a situaciones históricas y culturalmente diferentes. Por lo tanto, son susceptibles de adaptaciones y aplicaciones en los diversos escenarios en los que se lleva a cabo la comunicación.

En los procesos comunicativos lo que más interesa son las narrativas en términos de la efectividad del discurso y las circunstancias en que se relacionan con las audiencias, usuarios, consumidores receptores o públicos. Aspectos que comunicadores y periodistas toman en cuenta para saber qué se comunica y lo que se espera que se comunique por las características y expectativas de privilegio de la audiencia. Al parecer, cuando hablamos de las audiencias, nos concentramos en la vida social de la comunicación y no en lo político. Lo que interesa a quienes dan preferencia a la audiencia son los disfrutes y las resignificaciones<sup>10</sup> que incluye “medios, vida privada y hogares”, vaciándose de lo político y lo ciudadano (Bonilla *et al.*, 2012).

---

miento: sentidos y razón. Y las formas en que este se realiza: percepciones, representaciones, conceptos, juicios y deducciones.

10 La idea de resignificación suele utilizarse para nombrar al hecho de darle un nuevo significado a un acontecimiento o a una conducta.

A la misma confusión de esas divisiones que encontramos hoy, entre la vida social y el interés de la política, la opinión pública, la comunidad y la ciudadanía, hay otra —incluso más seria— que debe hacerse explícita porque distingue la misma justificación teórica del relativismo contextual. Eso significaría que todo acto comunicativo también debe tomar en cuenta las circunstancias en las que se produce. Igualmente, cada práctica comunicativa será condicionada por un contexto determinado. En otras palabras, las situaciones específicas de aplicación de este principio no pueden derivarse del uso o aplicación inevitable de un principio moral a una práctica comunicativa particular. Esto es precisamente lo que hace que el relativismo contextual se realice de manera oculta. Lo de flexible<sup>11</sup> se aplica a situaciones concretas y está supeditado al contexto en el que el ser humano se encuentra realizando una actividad, en un momento específico, desde el que precisará los criterios de dicha acción.

### ***Modelo ético del utilitarismo***

El utilitarismo<sup>12</sup> es un modelo que se aplica más al campo de la acción comunicativa y se justifica por aquellos comportamientos que tienen la consecuencia de lograr una utilidad de varias maneras (Habermas, 1975). Los intereses pueden ser de diversa índole: “Trabajo, lenguaje e interacción social”, ya sea que se los considere desde lo social o desde una perspectiva individual. La ética utilitarista también puede ser asumida desde una dimensión política, que pueda transformarse en actividad comunicativa para criticar sus estructuras. Se puede, al mismo tiempo, hacer que se “reconstruya razonablemente las competencias co-

---

11 Significa que se adapta fácilmente a los cambios y a las diversas situaciones o circunstancias.

12 Doctrina ética formulada explícitamente a fines del siglo XVIII por Jeremy Bentham. Establece que lo esencial es definir la corrección de toda acción por su utilidad, es decir, por los resultados o consecuencias producidos. También se la conoce con el nombre de consecuencialismo: establece que moralmente la mejor acción es la que produce la mayor utilidad para el mayor número de individuos involucrados, es decir, la que maximiza la utilidad.



municativas que sean mediación para transformar dichas estructuras” (Hoyos, s/f, p. 21).

Esto significa que puede abrirse a intereses emancipatorios que determinan su intervención desde el contexto del espacio público y lugar de interacción comunicativa. Responde entonces a un modelo de ética consecuencialista, que está pendiente de los resultados que se pueden alcanzar y de las consecuencias que pueden derivarse de las acciones emprendidas. En referencia a la ética de la comunicación hay que interpelarse el por qué actuar de acuerdo con el principio de ganancia y no por otros criterios de elección, es decir, dejando de lado las diferencias por las afinidades de interés propio tan necesarias. Un indicativo puede ser la referencia a una idea particular de la naturaleza humana que no siempre es explícita y, no requiere ser explicada porque es evidente en el comportamiento del ser humano (Johannesen, 1975).

En todo caso, si la tesis del utilitarismo tiene validez universal, los problemas y dificultades que se presentan son típicos del estado actual de la comunicación que, si bien facilita los procesos de interacción, también está subordinada a las relaciones de poder y a las economías de mercado, que han degenerado y distorsionado el espíritu de frontera que animó el desarrollo de la revolución digital que ahora está en contradicción con ese mundo, mientras usa las ventajas de dicho proceso (Ricciardi, 2015). Así, hay un utilitarismo diverso que en el caso de la comunicación es un lugar de confrontación e intercambio entre ámbitos diferentes; uno de ellos es el universitario, donde se forma a los futuros comunicadores; otro es el del ejercicio profesional con capacidad para intervenir en acciones comunicativas que involucran competencias y habilidades para el trabajo en los medios de comunicación (Volterrani, 2012).

## **Ética de la comunicación**

La armonía entre ética y comunicación no solo refiere a dos conceptos ligados para enaltecer el oficio de los comunicadores y periodistas

profesionales; tampoco es solo una guía para orientar comportamientos, metodologías o técnicas de trabajo que debieran asumir en contextos y escenarios comunicativos. Se trata de decisiones y condiciones que permiten que los principios éticos no considerados etiquetas “moralistas”, sean asumidos realmente por voluntad individual y colectiva como un deber fundamental de procurar el bien común, para hacer frente a las complejidades del ejercicio profesional que “se funda en el respeto de unos valores y la observancia de unas normas de conducta” (Herrán y Restrepo, 1995, p. 18).

Los problemas éticos de la comunicación conciernen a los profesionales de la comunicación, medios de comunicación, medios comunitarios, colegios profesionales, carreras de comunicación, estudiantes de comunicación y periodismo, organismos de comunicación, departamentos de comunicación, agencias de prensa, medios digitales y sus audiencias. Lo antes analizado respecto a especificidades de la comunicación, comportamiento ético y acciones comunicativas nos persuaden a construir un modelo de ética de la comunicación.

## **¿Qué es la ética de la comunicación?**

Es lo primero que nos preguntarnos, tanto desde el quehacer de formación universitaria como desde el ejercicio de la profesión, antes de hablar de las implicaciones del aspecto ético que no se limita a calificar hechos presentes o pasados, sino que compromete nuestras acciones futuras. Es decir, una exigencia y obligación de ese “deber ser” que solo depende o puede ser llevado a cabo por la decisión libre y exclusiva de cada persona. El “así debe ser” pone en juego el conocimiento y la voluntad para optar por realizar o no una acción y en ese sentido “el concepto de deber es correlativo al de libertad” (Benzo, 1967, p. 22), lo que trasciende las fronteras del tiempo y señala una exigencia para el futuro.

Al querer dar una definición obrante, la ética de la comunicación se configura como una disciplina que cae dentro del alcance de la ética filosófica que busca fundamentar la moral. Esto es “la ética no pregunta

cómo se conducen los hombres, ese ejercicio de valor se lo deja a la moral. Lo suyo es establecer cómo tienen que conducirse” (Herrán y Restrepo, 1995, p. 19). En estas circunstancias la ética de la comunicación ha tenido un desarrollo importante y articulado a diferentes maneras moralmente adoptadas, sobre todo dentro de un enfoque deontológico del campo comunicativo, en el que establecen principios —entendidos como definiciones de lo bueno o malo— que configuran un sistema ético en el que se interrelacionan principios, valores y virtudes.

De ahí que la preocupación ética o la necesidad de regular —en base a principios morales y legales bien definidos— el comportamiento de los comunicadores y periodistas y, de vez en cuando, las condiciones en las que los usuarios de los diversos medios pueden encontrarse, dependerá del compromiso con la dignidad de la persona, y del ser humano y su larga tradición de sabiduría moral. Esto haría pensar que la base de una ética de comunicación no necesariamente es el deber, sino el valor moral. Entonces la conciencia moral será la aplicación del juicio de los profesionales de la comunicación a situaciones concretas independientemente del acto de valorar, entendiendo que el sentido del está en nuestra forma de percibir la perfección de las cosas (Scheler, 1959).

Esto ha producido escritos específicos de ética profesional, que han provocado la redacción de códigos de ética muy precisos, llamados a definir el marco de lo lícito y lo ilícito en el campo comunicativo (Day, 2006). Como se sabe, si bien han sido elaborados algunos códigos de ética, considerados como “declaraciones de normas e ideales cuya nobleza no garantiza su cumplimiento. Tiene por eso una utilidad limitada. Pueden ayudar a iluminar la mente y guiar la conciencia, pero carecen de medios para imponerse” (Garcés, 1993, p. 42); estos son poco conocidos e inobservados a pesar de su carácter deontológico de ética o moral, y la importante codificación de reglas específicas sobre deberes y derechos que deben observar los profesionales.

Por lo tanto, surge un requerimiento o solicitud más decididamente ética, que requiere dar una orientación a las diferentes opciones

de trascendencia social y humana de la profesión para hacer el bien a las personas y a la sociedad en general, porque son ellos los que requieren el sentido social de la profesión. De ahí que la función del profesional deba ser de servicio y por tanto de actitud (Garcés, 1993). No obstante, un comportamiento guiado por valores asumidos conscientemente y dado que el error básico de la perspectiva deontológica es pretender manejar los problemas morales a través de un instrumento legal como es un código de ética inoperante frente a la actual crisis de valores.

Esto vuelve necesaria una reflexión de carácter hermenéutico que permita interpretar las nuevas realidades y contextos de la comunicación y desarrollar una ética de la comunicación en sentido más estricto del término. Una ética que emerja en medio de una crisis espiritual que afecta las prácticas comunicativas y las relaciones entre las personas. Una ética de la comunicación que sea capaz de establecer lo que es correcto, válido, bueno, en las diversas prácticas comunicativas e indicar cómo perseverar para conseguirlo. Una “hermenéutica profunda” que extienda la reflexión sobre las posibilidades de la comunicación, más universal y de interés práctico del conocimiento, es decir, condiciones de un saber meta-hermenéutico mediado por la comprensión del contexto o de situaciones intersubjetivas que están presentes y que el ser humano debe convertir en parte suya (Habermas, 2007).

Esto es pensar no solo en la acción comunicativa, sino en la razón comunicativa y en su multiplicidad de voces y presupuestos universales de la comunicación pragmática que referencia a una experiencia pre lingüística que, permita analizar y desentrañar todo un cúmulo de actuaciones desde los poderes fácticos que han actuado para distorsionar y alterar una comunicación que ha sido impuesta por la tradición e interiorizada. Por eso necesario ser más reflexivos y pensar libremente si queremos hacer una comunicación para la vida donde la acción comunicativa cobre protagonismo (Habermas, 2008b).

## A manera de conclusión

Se propone la necesidad de un análisis hermenéutico amplio que permita sustentar la ética de la comunicación en una doctrina más allá de los principios morales, que tampoco son suficientes porque hay una pausa entre el conocimiento y la voluntad. En otras palabras, la ética de la comunicación no puede transcurrir entre la obligatoriedad y la sanción, sin que ello signifique dejar de lado normativas legales y regulatorias. El argumento es aclarar cuál es el mejor juicio o el más apropiado, para orientar realmente nuestra conducta en la práctica comunicativa o la implicación moral en el contexto específico de la interacción comunicativa.

Lo que se plantea hace referencia al sentido que deben tener los principios sobre los que actuamos. Eso no significa que se deriva de la idea de la naturaleza humana, porque es necesario una reflexión más profunda de lo que el ser humano es capaz de hacer y lograr, considerando, en primera instancia, las características básicas que son propias del lenguaje y la comunicación, las cuales, a decir de Habermas (2008a), sirven para proponer una ética discursiva que se fundamenta en dos pasos: uno que introduce un postulado de universalidad como regla de argumentación para el discurso práctico “una reconstrucción de aquellas intenciones de la vida cotidiana” y otro que representa la validez de la universalidad y de su carácter general que demuestran que la argumentación es reconstructiva (2008a, p. 137).

Si esto es verdad, entonces hay una normatividad moral inherente al uso del lenguaje y la comunicación, por tanto, se ponen en práctica los principios que son inherentes a ella, y luego actuamos de manera particular. De esta manera, las condiciones de una ética universalmente válida hacen referencia a la responsabilidad que tenemos cada uno de los comunicadores y periodistas profesionales.

En consecuencia, más que una ética de la comunicación, hay que hablar de una ética que habita en la comunicación misma y que también revela un fundamento moral particular en sí mismo. Estamos hablando

de indicaciones muy específicas de comportamiento y participación moral, de condiciones de un comportamiento moral dado, universalmente válidas y capaces de involucrar a todas las personas en los mismos procesos de comunicación. Es decir, la capacidad de elección de principios morales, en términos de hecho, para motivar una acción que se coloca dentro de un horizonte de significado. Si esto es así, como lo atestigua la experiencia cotidiana desde el aula universitaria y desde el ejercicio profesional, las normas morales ya no cumplen su función, pues son fácilmente evadidas, lo que las convierte de cierta manera en fútiles.

Si no somos capaces de comprender todas las experiencias de comunicación, será necesario buscar nuevas vías que permitan insinuar un modelo de comunicación que involucre una actitud ética efectiva. Un modelo de comunicación que nos permita mejorar las condiciones para una ética de la comunicación capaz de devolverle el valor a la palabra y el vínculo que esta establece con su poder de relación y participación. Eso será una garantía y salvaguarda para una posibilidad de respeto por el otro, fundamento de una ética de la comunicación no como hecho dado, sino como posibilidad humana que referencie a la libertad del ser humano, entendida como su capacidad de elección.

## Referencias bibliográficas

- Arteta, M. (2016). La hermenéutica crítica de Habermas: una “profundización” de la hermenéutica gadameriana. *Revista Internacional de Filosofía*, 21(2). Recuperado de <https://bit.ly/38DnwLw/>
- Aznar, H. (2005). *Pautas éticas para la comunicación social*. Valencia, España: Universidad Cardenal Herrera; Fundación Universitaria San Paolo.
- Benzo, M. (1967). *Moral para universitarios*. Madrid: Cristiandad.
- Boecio, S. (1979). *Sobre la persona y las dos naturalezas*. Madrid: BAC.
- Buber, M. (1973). *¿Qué es el hombre?* México DF: FCE.
- Buber, M. (1993). *Il Principio dialogico e altri saggi*. Milán, Italia: San Paolo.
- Culleton, A. (2010). Tres aportes al concepto de persona. *Revista Española de Filosofía Medieval*, (17), 59-72. Recuperado de <https://bit.ly/2SAHocq/>
- Freire, P. (1973). *La pedagogía del oprimido*. México DF: Siglo XXI.

- Garcés, F. (1993). *Ética en la comunicación*. Quito: Cronos.
- Guerra, M. (1999). *Historia de las religiones*. Madrid: BAC.
- Habermas, J. (1975). *Conocimiento e interés*. Madrid: Tecnos.
- Habermas, J. (2007). *La lógica de las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos.
- Habermas, J. (2008a). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Madrid: Trotta.
- Habermas, J. (2008b). *Acción comunicativa y razón sin trascendencia: entre naturalismo y religión*. Barcelona: Paidós.
- Herrán, M. y Restrepo, D. (1995). *Ética para periodistas*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Hoyos, G. (2009). La complementariedad necesaria entre ética y comunicación. *Signo y Pensamiento*, 28(55), 18-29. Recuperado de <https://bit.ly/2u5YVQp/>
- Johannesen, R. (1975). *La ética de lo humano en comunicación*. Illinois: Waveland Press.
- Day, L. (2006). *Ethics in Media Communication: Cases and Controversies*. Belmont: Wadsworth.
- Ley Orgánica de Comunicación (LOC)*. (25 de junio de 2013). Quito: Asamblea Nacional.
- MacIntyre, A. (2001). *Animales racionales y dependientes*. Barcelona: Paidós.
- Marcos, A. (2010). *Filosofía de la naturaleza humana*. Trabajo presentado en el I Simposio del CFN, École des Hautes Études en Sciences Sociales, París. Recuperado de <https://bit.ly/38ALcQz/>
- Martí, G. (julio, 2009). Sustancia individual de naturaleza racional: el principio personificador y la índole del alma separada. *Metafísica y Persona. Filosofía, Conocimiento y Vida*, 1(1), 113-129. Universidad de Málaga.
- Bonilla, J., Rincón, O., Cataño, M y Zuluga, J. (2012). *De las audiencias contemplativas a los productores conectados*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana; Universidad de los Andes; Universidad EAFIT.
- Martínez, S. (2008). Relativismo ético. *Persona y Bioética*, 30(12), 29-41. Cundinamarca, Colombia: Universidad de La Sabana. Recuperado de <https://bit.ly/2SZ2P63/>
- Niel, M. (1962). El fenómeno de la tecnología: ¿Liberación o alienación del hombre? En E. Fromm *et al.*, *Humanismo socialista*. Buenos Aires: Paidós.
- Pérez, G. (2009). Relación entre ética y comunicación en “sí mismo como otro” respecto a las categorías de verdad, libertad y justicia. En *Actas del IV Coloquio Latinoamericano de Fenomenología* (pp. 723-741). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú; Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo; Círculo Latinoamericano de Fenomenología. Recuperado de <https://bit.ly/2SURVCO/>

- Ricciardi, M. (2015). Sociedad y comunicación. *Mediascapes Journal*, (4), 16-29.
- Rodríguez, Á. (2009). Ética. *Philosophica*. Recuperado de <https://bit.ly/3bDzB54/>
- Scheler, M. (1959). El formalismo de la ética y la ética de los valores. En J. Hesen (ed.), *Tratado de filosofía* (vol. II). Buenos Aires: Sudamericana.
- Suárez, J. C. (2011). La ética de la comunicación a principios del siglo XXI. En *Actas del I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación* (p. 1382). Alcalá de Guadaíra: Eufora.
- Suárez, J. C. (2013). ¿Existe un método de análisis de la ética periodística? En *Actas del II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación* (pp. 807-820). Universidad de Valladolid, España.
- Volterrani, A. (2012). Ética y responsabilidad en la comunicación: propuesta para la comunidad de la práctica mediática. *Rivista.ScuolaIAD.IT*, 5(6).
- Wojtyła, K. (1959). La naturaleza humana como base de la formación ética. En *II Semana Anual de Filosofía 1959* (pp. 1-7). Universidad de Lublin, Polonia.





# Subjetividad y ética en la comunicación comunitaria

---

Alejandra González Quincha  
Universidad Politécnica Salesiana  
mgonzalezq@ups.edu.ec

## Resumen

El presente trabajo reflexiona desde la psicología social de la comunicación cómo los sujetos estructuran la subjetividad y la ética a partir de la comunicación comunitaria como el lugar donde se construyen otros sentidos que cuestionan la cultura hegemónica, cuyas significaciones desembocan en el consumo y la reproducción de una sociedad excluyente y monocultural. Para efecto del presente análisis se hace un recorrido de reflexión teórica donde se sitúan los campos en los que se manifiesta la subjetividad. Se elabora la reflexión a través de una crítica de los sistemas de comunicación hegemónicos y la tarea que se han impuesto. Se concluye que el ser ético en el campo de la comunicación comunitaria implica situar al comunicador ante un compromiso ético que contribuya a la estructuración de nuevos discursos y prácticas, lo cual implica que la ética del comunicador y de la comunicación se construyen a partir de nuevas prácticas comunicacionales que inciden en la transformación del mundo material y el mundo de las relaciones.

## Palabras clave

Comunicación comunitaria, ética, psicología, subjetividad.

## Introducción

El presente trabajo se coloca en las matrices de la psicología social de la comunicación, por tanto, las reflexiones desarrolladas en el presente documento parten de comprender que los sujetos, la subjetividad y la ética se configuran en contextos históricos singularizados en la vida cotidiana, donde la comunicación es el lugar de construcción de sentidos, pertenencias y proyecciones de los sujetos con su pasado y su futuro.

Por tal razón, la psicología de la comunicación comprende a la comunicación comunitaria como un mecanismo para construir una perspec-

tiva acerca del mundo, una narración en resistencia sobre una manera en el cual la cultura hegemónica propone un ideal de vida inalcanzable para la mayoría de las poblaciones, que quedan al margen de dicha materialidad.

En este marco, la comunicación comunitaria surge como alternativa a la comunicación hegemónica que circula en los medios privados. Heredera de la comunicación popular, toma la posta para construir prácticas comunicacionales alternativas a las hegemónicas. Anclada en los procesos organizativos, se constituye en el mecanismo de producción contra-ideológica y contra-hegemónica. Implica una manera diferente de abordar el mundo material, de comprender la política y de situar el conflicto social en ciertas condiciones objetivas que generan exclusión y marginación social.

En este sentido, los procesos de comprensión teórica de la comunicación comunitaria abordan diversos campos sociales relacionados a ella. Su discusión llevó a un sector de las ciencias sociales a explicarla desde el ámbito de la política, con su efecto movilizador. Luego, a su rol con respecto de la configuración a las alternativas al desarrollo propuesto por el capitalismo neoliberal y hoy anclado a la ciudadanización de lo comunitario. Ello implica que la comunicación comunitaria es un factor de subjetivación, un elemento constitutivo de la conformación de las subjetividades políticas de carácter epocal.

Ello con la consideración que los medios de comunicación sujetos al proceso económico capitalista se fueron constituyendo como parte de los espacios de socialización. Es decir, los medios de comunicación tienen un lugar en la conformación psíquica-colectiva, manifiesta en las experiencias singulares de los sujetos, hay que recordar que la psique es indefectiblemente “atravesada por procesos sociales e históricos concretos” (Guinsberg, 2003, p. 4), en consecuencia los medios inciden en la conformación de la subjetividad.

Bajo este criterio se vuelve relevante comprender cómo la comunicación comunitaria se constituye en estrategia de subjetivación o

como plantearían Foucault y Guattari: en dispositivos de subjetivación. En tanto un dispositivo no solamente produce formas de dominio, sino también de emancipación.

Los medios de comunicación se colocaron en la vida cotidiana y lo cotidiano no es sino una serie de:

Recortes, consecuencias y episodios aislados de esas experiencias las que, a través de la forma en que las vivimos, definen nuestra organización subjetiva. Los procesos de subjetivación son recortes y creaciones de las experiencias vividas, configurados a través de los recursos subjetivos que hemos desarrollado en el momento de vivirlas (Díaz, 2006, p. 241).

Y se vive lo que la cultura construye como realidad, en otras palabras el mundo objetivo, por tanto, “la subjetividad no es una “no objetividad”, es una forma particular de objetividad asociada con los fenómenos humanos” (Díaz, 2006, p. 241). Bajo este presupuesto, ¿cómo dar cuenta a la comunicación comunitaria como lugar de configuración de la subjetividad? Para responder a ello se puede hacer una aproximación a partir de una crítica a los medios privados y la industria cultural que en ella circulan. Para el efecto se trabajará tres aspectos básicos sobre la constitución de la subjetividad: la configuración de la realidad, los procesos identificatorios y el espacio social.

## **La configuración de la realidad**

Es bien claro que los medios de comunicación son el mecanismo principal de “presentación de la ‘realidad’ transmite una visión de la misma —de manera latente y muchas veces explícitamente manifiesta— cargada de determinadas significaciones y valores, casi siempre (o prácticamente siempre) los de la/s ideología/s imperante/s” (Guinsberg, 2003, p. 5), sustituyeron a las instituciones o más bien dicho se colocaron como una nueva institución, un innovado aparato ideológico, en el sentido de Althusser.

Múltiples trabajos teóricos dan cuenta de este proceso. Blanco “elabora las siguientes hipótesis: 1) la comunicación de masas trabaja con la complicidad del imaginario popular, socialmente configurado; 2) la ideología dominante aprovecha la estructura del imaginario popular para asentar y perpetuar su dominio” (en Guinsberg, 2003, p. 212).

En esta línea de reflexión, la comunicación comunitaria se coloca en el ámbito de la apropiación de la realidad. Podríamos inicialmente pensar que propone una inversión de la realidad naturalizada por el sistema capitalista, hablar desde el reverso, para provocar la sospecha de este orden aparentemente natural, incitar su confrontación y redefinirnos como sujetos históricos, para superar la condición de siervos y “reestructurar el imaginario popular” (Guinsberg, 1998).

Implica reelaborar el pasado, comprenderlo y promover una proyección del yo en el plano del futuro (la utopía como proyecto), identificar las contradicciones y a los responsables de las catástrofes sociales que nos colocan en situaciones de malestar. Develar de qué manera nos fuimos constituyendo en el entramado social. Una urdimbre social que interactúa en la fragmentación de la realidad representada por los medios de comunicación para provocar la sujeción de las mayorías.

La comunicación comunitaria, entonces, se traza sin saberlo un trabajo de esta magnitud, deconstruir la ilusión del sistema capitalista. Desarrollar reflexiones en este marco daría otros elementos para mirar su importancia histórica, más allá del marco de los derechos a la comunicación o de la ciudadanización de la comunicación. La comunicación comunitaria se constituye en el lugar de circulación de los otros relatos sobre el mundo de la vida. De la posibilidad de otro sujeto histórico.

## **Los procesos identificadorios**

Una de las formas de reproducción del sistema social capitalista, fue (y seguirá haciéndolo), crear modelos de identificación, situado como un “proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un

aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de este. La personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de identificaciones” (Laplanche y Pontalis, 1971, p. 190).

Si bien refiere a cómo nos proyectamos y asimilamos los atributos de los otros, en este sentido, en las personas también implica sobre las formas de vida, los objetos culturales entre otras cosas. Es decir, se pasa a un proceso de modelamiento de los sujetos, en el que las figuras cercanas, padres, madres y culturas, son devaluadas y se encuentran en un estado de negatividad.

A partir de ello se establece un horizonte ontológico al que debemos aspirar, “modelos de todo tipo (actores, deportistas, vedettes, galanes, protagonistas de series y telenovelas) no solo llamativos, impactantes y deseados por su éxito, omnipotencia, belleza, etc., sino que también *cambian en formas y nombres*” (Guinsberg, 2003, p. 6).

Lo mencionado anteriormente se ha tratado en innumerables trabajos teóricos que dan una pauta para repensar otras formas alternativas de comunicación. Entonces, ¿qué ocurrió en la comunicación popular? ¿Cómo se logró desmontar este proceso? Si bien se construyeron formas de un leer crítico hacia la industria cultural, la gran pregunta que no se ha formulado, es ¿cómo esta experiencia contra-hegemónica propuso nuevos objetos identificatorios (personajes, cosas y situaciones)? Quizá esa es, en definitiva, la gran deuda de las ciencias sociales.

## **Espacio social**

Todo proceso de identificación ocurre en un espacio y tiempo determinados, que acontece en la experiencia singular del sujeto con objetos próximos (la madre, el padre, el abuelo/a, el tío/a, los hermanos/as). Aunque los objetos también pueden ser considerados transtemporales, a través del lenguaje se puede narrar sobre personajes de la historia, que provocarán necesariamente identificación o proyecciones, lo que nos

hace pensar que es el lenguaje del otro el que permite dicho proceso. De ahí la importancia del mito, el cuento, la leyenda. Sin embargo, los medios de comunicación:

Permiten el acceso al mundo de la fantasía de todo tipo y para todos los gustos, que posibilitan la identificación con deseos irrealizados (aunque sea a través de otros y de la ficción), que también permiten la catarsis de expresiones reprimidas (eróticas y agresivas en primer lugar), que crean imágenes prototípicas y “caudillescas” de nuevo tipo que brindan acceso a también identificaciones de nuevo cuño y diferentes a las tradicionales (Guinsberg, 2003, p. 9).

En otras palabras, se niega el espacio social y se crean otros lugares de referencialidad donde se ubica el deseo de ser y tener. Lo rural, por ejemplo, ya no es el lugar ni el espacio social para aspirar a las nuevas formas de vivir, lo que produce una carga con sentido de culpabilidad al lugar que estanca las aspiraciones individuales.

En esta línea de reflexión, otro de los elementos que no se ha trabajado responde justamente a este escenario: ¿De qué manera la comunicación comunitaria colocó elementos para fortalecer el tejido social, a través de redescubrir la riqueza del espacio social? ¿Qué formas de deseo se construyen en los discursos de la comunicación comunitaria? Esto sería, a nuestro parecer, un primer ensayo direccionador para mirar la importancia que tiene la comunicación comunitaria en la transformación del mundo de la vida, configurando una nueva ética en el quehacer de la comunicación. En tanto su discusión no pasa por mirar, solamente los formatos, las experiencias o el anecdotario de la comunicación comunitaria, sino su lugar en una apuesta a nuevas subjetividades y en ese marco un vivir ético distinto al vivir ético del mercado.

Si la comunicación comunitaria implica una apuesta por otro mundo de la vida, el camino de sus aprendizajes permite redescubrir el tejido social, y en ese marco, colocar nuevas relaciones sociales atravesadas por otros valores axiológicos, en que el comunicador toma una posición frente a la vida, devela entonces una posición estética y ética

que se aleja paulatinamente de la lógica del mercado. En esto consiste la exigencia comunicativa: transformar las relaciones intersubjetivas.

Es una propuesta democrática y democratizadora de los flujos comunicacionales. En última instancia, la comunicación comunitaria es un proceso dialógico a través del cual se pretende redimensionar la producción, difusión, socialización del conocimiento. Por todo esto, podemos afirmar que es, además, un proyecto social, cultural y político, pues el paradigma que sostiene a la comunicación comunitaria busca construir conocimientos con y desde los pueblos, en los lenguajes de los medios de comunicación, a la vez que construye usos inteligentes de los mismos. Este uso “inteligente” de los *media* es ya un campo de confrontación:

Quienes entienden la comunicación como una simple difusión o transmisión de mensajes y la educación como un saber universal por conocer y memorizar, buscan formas para convencer mejor [...], buscan la mejor manera de influir o modificar la conciencia y el subconsciente de la gente (De Zutter, 1980, pp. 121-122).

Entender de esta manera el proceso de la comunicación representa subvalorar y subestimar a la gente, a los grupos prioritarios; significa negarles la posibilidad de la palabra, el derecho a decidir sobre su propia vida, negar la voluntad de construir la política.

La realidad, que es compartida, es una totalidad, aunque aparezca fragmentada; las relaciones e interacciones se van constituyendo, eso que últimamente se ha dado por llamar “tejido social”. Es así que, con cada una de las prácticas cotidianas, van concretizando los saberes que le dan sentido a la mutua convivencia. Por eso, comunicacionalmente hablando, no se puede entender a esta totalidad como masa informe, moldeable, modelable, vulnerable, comprable, vendible y fácilmente seducible ante cualquier estímulo, propensa siempre a dar la misma respuesta y a aceptar los procesos que aparecen como hechos fatales, trágicos, no susceptibles de cambio.



Pensar a la totalidad como masa significa emplear una visión de la comunicación completamente alejada de quienes cohabitan los espacios y comparten los tiempos, que, a decir de Luisa Fernanda Fuentes, construyen “paralelamente a la historia oficial, esas historias invisibles, las de los acontecimientos simples” (en Vallejo, 1994, p. 34) (el cotidiano material y simbólico). Por el contrario, se entiende a la totalidad como una unidad dispersa, dispersada y diversa, múltiplemente mediada, una totalidad viva, activa, afectiva, en movimiento, es decir, con voces, con historias propias.

Esta propuesta pretende abrir el espacio a la exigencia de esas voces. ¿Cómo?, pues precisamente ocupando aquellos espacios compartidos y construyendo sobre la marcha los tiempos para los reencuentros, donde la palabra y la voluntad de decisión/acción (política) sean redescubiertas, revaloradas, redimensionadas, reposicionadas y redistribuidas en el escenario más común y cercano para todos/as nosotros/as, otra vez, el cotidiano material y simbólico.

La comunicación comunitaria genera nuevas formas de valoración, de encuentro, de relación y de no estar alejada de los cotidianos materiales y simbólicos, que son las herramientas de diálogo, de acercamiento, y los medios comunitarios se ubican como facilitadores de la convivencia, esa es la propuesta.

La idea consiste, además, en no desligar los procesos macro (nacionales, internacionales) de los cotidianos, locales. No perder de vista los cambios que van ocurriendo en lo mundial-regional pues ellos generan irremediablemente modificaciones en las situaciones económicas, políticas a nivel local.

Por otro lado, la materialidad tiene incidencias en los espacios sociales, la transformación conceptual del espacio colectivo, al sentido de lo público, modifica los usos sociales de los espacios comunitarios, adquieren un valor diferente en tanto incluye la influencia de lo estatal-privado en todo lugar social.

Los espacios públicos a los que hacemos referencia son áreas que están siendo ocupadas para otras actividades. Al hacer referencia a los espacios públicos normalmente se confunden con conceptos como espacios verdes, espacio abierto, espacio natural. Podríamos plantear diversas perspectivas para comprender que la pretensión con los espacios públicos tiene que ver más con la construcción social que se vaya generando, antes que con el lugar en sí, y no refiere a las pretensiones de volverlo público-privado, con los efectos que ello conlleva, volverlo impersonal fracturando el tejido social.

Estos espacios también hacen referencia a aquellos donde culturas originarias construyen sus formas de vida, y que se ven alteradas por los intereses corporativos de los que también forma parte el Estado, en el que se establece el valor de esos lugares por los recursos que en ella existen, por esa razón la defensa del espacio, coloca a la comunicación comunitaria a favor de las comunidades y no de las empresas petroleras y mineras. De ahí el riesgo de la categoría de lo público, porque difumina el derecho a la tierra, el agua (naturaleza en el sentido más amplio). Donde la comunicación hegemónica silencia la existencia de estas poblaciones y apuntala sus narraciones a favor de los intereses privados.

Esta contradicción genera procesos de desajuste en el apego al lugar, es decir, en su relación vincular. Dicho de otra manera: se construyen los vínculos a partir de que todo sujeto se estructura en los espacios sociales, la casa, la comunidad, la naturaleza, en tanto se vuelven objetos que se interiorizan en los sujetos y configuran una forma de subjetividad-intersubjetiva; es decir, se es sujeto en relación, en situación, por tanto, se es sujeto vincular. La escisión de los vínculos provoca la sensación de desamparo, abandono y el yo no puede proyectarse como futuro. Así, la comunicación comunitaria, a través de su narración sobre los espacios, sostiene a los sujetos.

## **Conclusión: la tarea del comunicador y el deber ético**

Para la psicología social, el vivir ético no es otra cosa que vivir a partir de incorporar el “principio de realidad” inserto en la estructuración psíquica del sujeto en su vida cotidiana, es decir, vivir la norma y las regulaciones sociales a partir de ciertos preceptos que definen la convivencia social.

El principio de realidad no es otra cosa que las narraciones sobre el mundo, la vida y las relaciones, que direccionan nuestra forma de estar y ser en sociedad. Ello marca no solamente el vivir con los otros, sino el vivir práctico. Refiere la tarea de cada sujeto en esa sociedad. En otras palabras, nos habla de la división social del trabajo y a la división social del saber.

Si se ha hecho referencia a la función que cumplen los medios de comunicación en el sistema social actual, en el cual prima el interés privado y del capital por sobre el interés de la comunidad, donde sus narraciones naturalizan y reproducen la cultura hegemónica, es porque estos reproducen a través de sus enunciaciones y quienes los enuncian un principio de realidad.

En este marco, la comunicación comunitaria propone construir un nuevo principio de realidad, una forma diferente y diferenciada del mundo de la vida, pues en su interior se viven conflictos y contradicciones; porque no es sencillo construir una inédita discursividad, un principio de realidad emergente y alternativo, tomando en cuenta los aprendizajes del pasado, reconociendo las miradas, sabidurías y filosofías de las culturas que fueron subalternizadas en la historia.

Es ahí donde el comunicador comunitario,<sup>13</sup> como enunciante, se vuelve el portavoz de los colectivos, el que propone otros lenguajes, para democratizar un conocimiento emergente, en el que se construyen las miradas de un mundo distinto, el lugar de cuestionamiento y resis-

---

13 Por el campo de reflexión que se aborda, en realidad, deberíamos decir “comunicador social”.

tencia, pero el de las otras posibilidades de una mejor vida. Por eso el deber ético implica un compromiso. Parafraseando a Fals Borda: una militancia de la investigación que transforma.

En otras palabras, el acto discursivo en esta línea de pensamiento refleja la conformación de una forma innovada de expresión del Superpory que ya no está anclado a la cultura hegemónica de segregación y exclusión. Esta manifestación infiere que paulatinamente se va reconfigurado el principio de realidad. Esto implica conflictos internos, porque no es fácil despojarse de una verdad que se ha internalizado en el proceso de socialización durante buena parte de la vida del sujeto. Sin embargo, el trabajo comunicacional del enunciante comunicador es consecuencia de un saber teórico, construido en una praxis comunicacional distinta, transformar el pensamiento es transformar el acto comunicativo, pero es una transformación en colectivo, sin dejar de lado la singularidad. A saber, este acto comunicativo ya implica una nueva ética, una basada en el estar con el otro, no hablar desde ni para el otro.

Es justamente aquí donde, desde unas formas de relación distintas, construidas en la acción de transformar una forma de materialidad, en el encuentro con la historia vivida por los otros, se construye una ética para la construcción de una acción comunicativa para un nuevo mundo de la vida.

En definitiva, no se habla de rol, ni función, ni ética del comunicador, como un hecho individual-metafísico, sino de una tarea inscrita en un proyecto de vida. En otras palabras, se trata de un proyecto comunicacional-estético y ético para la vida que es y será una construcción colectiva: he ahí la diferencia.

Por eso, y para concluir, la comunicación comunitaria, es una apuesta a un pensamiento emergente necesario frente a una comunicación que sirve a los intereses del capital. Que dispone narraciones que aportan en la construcción de otras subjetividades, donde hay un diálogo entre trabajo, conocimiento, lenguaje, política y afectividad.

## Referencias bibliográficas

- De Zutter, P. (1980). *¿Cómo comunicarse con campesinos? Educación, capacitación y desarrollo rural*. Lima: Horizonte.
- Díaz, A. (enero-junio, 2006). Subjetividad y subjetividad política: entrevista con el psicólogo cubano Fernando González Rey. *Revista Colombiana de Educación*, (50), 236-249. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. Recuperado de <https://bit.ly/37EKqRk/>
- Guinsberg, E. (1998) Televisión y violencia. En H. Kurnitzky (ed.), *Globalización de la violencia*. México DF: Colibrí.
- Guinsberg, E. (2003). *El malestar en la cultura en América Latina*. México DF: Plaza & Janés.
- Laplanche, J. y Pontalis, B. (1971). *Diccionario de psicoanálisis*. Barcelona: Labor.

# Desafíos éticos de los comunicadores en la era digital

---

Victoria Palacios Miele  
Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
victoriapalacios@yahoo.com

## Resumen

Los comunicadores enfrentan nuevos desafíos frente al desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la penetración del internet en la vida cotidiana, particularmente en los formatos y medios de comunicación. Estos retos necesitan una guía ética para poder navegar el entorno mediático y empresarial con criterios de responsabilidad y excelencia. Cabe preguntarse, además, si los usuarios de las redes sociales más extendidas deben regirse bajo los mismos principios éticos que se espera de los comunicadores profesionales. Este artículo busca analizar el marco ético de la comunicación, el impacto de la era digital en esta labor y puntualizar los nuevos perfiles de usuarios creadores de contenido que surgen desde las redes sociales y cómo pueden aplicarse criterios éticos en su quehacer, que tiene mucho en común con el del comunicador.

## Palabras clave

Ética, comunicación, tecnología, comunicador, redes sociales.

## Introducción

Las primeras dos décadas del siglo XXI han traído un desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la comunicación, a la par de la miniaturización de los componentes electrónicos que, en conjunto, han permitido la creación, desarrollo y penetración global del teléfono móvil inteligente (Smartphone): un dispositivo de telecomunicación con una gran capacidad de procesamiento y almacenamiento, conectado tanto a la red telefónica celular como a la internet, y a través de esta, a comunicación multimedia inmediata, contenidos audiovisuales de todo tipo, bibliotecas, periódicos y una variedad de aplicaciones que permiten tomar fotos y videos de alta calidad.

Este acceso inmediato a la información a través de canales tan diversos como las redes sociales, las páginas *web* o los *blog*, representa un desafío para el ejercicio de los comunicadores sociales, sin importar el ámbito en el que se encuentren. Los nuevos medios representan retos en cuanto a formato, estilo, extensión y accesibilidad, y en muchos de los casos, los medios tradicionales (radio, televisión y prensa escrita) van creando sobre la marcha la expansión de sus espacios e identidades en estos formatos nóveles.

Es pertinente analizar las implicaciones éticas que surgen frente a los distintos espacios, así como recordar los valores éticos que conllevan los diferentes ámbitos de desempeño del comunicador. ¿Son válidos los enfoques clásicos del periodismo, por ejemplo, frente al manejo de las fuentes y la verificación de datos en tiempos en que el *tuit* de un funcionario público se convierte en noticia? ¿Cómo se persigue la búsqueda de la verdad a la par de los ejercicios de reportería o denuncia del ciudadano que filma un hecho violento, una catástrofe natural o el incumplimiento de la Ley y lo sube a sus redes sociales? ¿De qué manera los consumidores de los medios pueden diferenciar las noticias reales de las falsas con todos los avances en la tecnología de edición y manipulación de imágenes y sonido? ¿Tienen cabida los valores éticos en la comunicación organizacional?

Con este fin, el presente artículo revisa los conceptos de ética en general y la deontología de la comunicación en particular, tanto para periodistas como para comunicadores. La investigación es de tipo documental. Se analiza cómo la prevalencia de internet ha modificado las maneras de comunicarse e informarse, así como los nuevos perfiles de comunicación que surgen a partir de las redes sociales y cómo se aplican los principios éticos a ellos.

## **Deontología del comunicador**

El periodista polaco Ryszard Kapuściński dijo en una entrevista que para ser periodista se debía ser una buena persona, al tiempo de

explicar que de este modo se podía “comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias”, y así lograr la empatía que permitiría “compartir de forma natural y sincera el destino y los problemas de los demás” (Kapuściński, 2002, p. 38). ¿Qué significaría ser una buena persona en el contexto de la comunicación? Las pistas nos las puede dar la ética profesional, como señala Mora (2013):

Una Ética aplicada al mundo de las profesiones incluiría el estudio, pues, intersubjetivo, metódico y sistemático de la dimensión moral de las mismas y de su ejercicio responsable en la vida social, desde y en función de un proyecto de vida que, estimado como valioso y bueno, se quiere construir porque mejoraría las condiciones y calidad de vida de la población (p. 36).

Mora enumera, a continuación, los principios de gestión ética profesional comunes a todas las profesiones: excelencia profesional, fidelidad a las responsabilidades concretas de su área, idoneidad, promoción integral del profesional, legalidad, actuar con el máximo respeto a las personas y al medio ambiente, buena fe, confidencialidad o secreto profesional, evitar conflicto de intereses y la titularización académico profesional (pp. 255-264).

Adela Cortina (1993) pide una ética aplicada que no sea una mera casuística sino que, a través de la reflexión, permita aventurar orientaciones para la vida cotidiana y ayudar “con el producto de sus reflexiones a la toma concreta de decisión que siempre está en manos de los hombres concretos” (pp. 164-165). Asimismo, aboga por una interdisciplinariedad que permita el diálogo para encontrar los principios aplicables a cada contexto:

La interdisciplinariedad es esencial en las distintas esferas de la ética aplicada, porque pasaron los tiempos platónicos, en los que parecía que el ético descubría unos principios y después los aplicaba sin matizaciones urbi et orbe. Más bien hoy nos enseña la realidad a ser modestos y a buscar junto con los especialistas de cada campo qué principios se perfilan en él y cómo deben aplicarse en los distintos contextos. La interdisciplinariedad no es, entonces, una moda, sino una urgencia (p. 175).



Para encontrar estos principios comunes se consultó y comparó los códigos de ética de la Asociación Internacional de Comunicadores Empresariales (IABC, 2019) y la Asociación Nacional de la Comunicación (NCA, 2017), ambas con sede en EUA, y se encontró que comparten valores como:

- Veracidad, exactitud, honestidad
- Apoyo a la libertad de expresión
- Apoyo a la diversidad, la tolerancia a las diferencias de opinión
- Respeto a la dignidad humana
- Accesibilidad de la información
- Protección a la confidencialidad y respeto a la privacidad
- Respeto al trabajo de otros (citar créditos y fuentes)
- Evitar el conflicto de intereses
- Actuar dentro de la ley

Adicionalmente, llaman a evitar la ofensa: “La comunicación ética valora la libertad de expresión, diversidad de perspectiva y tolerancia de la disensión pero aunque la comunicación ética debe ser honesta y directa, nunca debe ofender o provocar a su audiencia” (Mayhew, 2018). La autora señala que se debe evitar el uso de lenguaje que exprese desprecio o intolerancia y abstenerse de mensajes que promuevan o inciten a la violencia, como una consideración de las necesidades humanas básicas.

El consultorio ético de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) señala en su *blog* que “la libertad de expresión e información es ejercida por el comunicador como un deber ante la sociedad. El derecho es del individuo, que lo cede al comunicador, por eso se obliga, para facilitar su realización, hacerlo real” (FNPI, 2008). Este deber, señala, se debe realizar dentro del marco de una ética de compromiso con la verdad, responsabilidad con la sociedad e independencia.

Ante el error en la información, lo ético es la rectificación. Villar-Borda (2004) destaca que el deber del periodista es corregirlo honestamente y sin eufemismos: “Gana más la reputación del periodista y del

diario cuando se hace la admisión y se publica la corrección en parte destacada y sin giros elusivos que puedan dar a entender que el periodista no tuvo la culpa” (p. 558), y añade que no es honesto que una corrección aparezca oculta entre los avisos clasificados y con letra diminuta.

El papa Francisco señaló en una entrevista para el programa *Salvados*, de la cadena española La Sexta, que los cuatro pecados del periodismo son: la desinformación, la calumnia, la difamación y la coprofilia, esta última explicada como “el amor a la cosa sucia” porque hay medios que viven de publicitar escándalos, sean reales o no. El papa destacó que los medios tienen mucho poder y mienten sobre las personas y pocas se atreven a denunciarlos; también mencionó el derecho a la reputación y los casos en que las personas que cometen un error en el pasado y pagan su pena, para ver años después esos errores sacados a la luz pública (Ponte Once Ecuador, 2019).

El comunicador debe buscar la excelencia y la ética es parte fundamental de esa aspiración. Con el respaldo de la investigación realizada por más de quince años con el Good Work Project, Howard Gardner asegura que “las malas personas no pueden ser profesionales excelentes. No llegan a serlo nunca. Tal vez tengan pericia técnica, pero no son excelentes”. Así se lo dijo al diario *La Vanguardia* en 2016 y añadió que los mejores profesionales son siempre excelentes, comprometidos y éticos, y que sin estos tres elementos uno puede ser rico o técnicamente bueno, pero no lograr la excelencia en cualquier ámbito. En su libro *Good Work: Theory and Practice* (Gardner, 2010) lo explica así:

El Buen trabajo es bueno en el sentido técnico, de excelencia; el trabajador conoce su tema, es altamente experto y se mantiene al día con los últimos conocimientos y técnicas. El buen trabajo es bueno en el sentido fenomenal: se siente bien, se siente correcto, es personalmente comprometido, genera experiencias de flujo. Finalmente, el buen trabajo es bueno en un sentido moral: se lleva a cabo éticamente, en una manera que es responsable, de modo que sirve al mayor bien, incluso (en efecto y quizás especialmente) cuando va en contra de los intereses inmediatos del trabajador (p. 5).

Gardner y su equipo entrelazan la excelencia y el compromiso profesional con el comportamiento ético, por eso insiste que sin la cualidad de buena persona no se puede lograr la excelencia. “Si no vas más allá de satisfacer tu ego, tu ambición o tu avaricia. Si no te comprometes, por tanto, con objetivos que van más allá de tus necesidades para servir las de todos. Y eso exige ética” (Amiguet, 2016).

En resumen, la vida profesional de todo individuo debe estar guiada por la ética personal. Esto es particularmente cierto en el caso de los periodistas y comunicadores que son los ejecutores del derecho a la información de los ciudadanos, mientras más ético sea su trabajo, mejor se va a ejercer este derecho.

## **Una sociedad conectada**

La prevalencia de las TIC, manifestadas principalmente en los teléfonos móviles con conexión a internet, ha modificado no solo la forma de comunicarnos, sino también de relacionarnos, leer, investigar y consumir productos de entretenimiento, informarnos, etc. Manuel Castells (2012) describe la sociedad actual como una red interconectada y la denomina “sociedad red”:

Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basada en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura (p. 51).

En el marco de esta nueva sociedad establecida sobre las redes de comunicación, surge una comunicación más interactiva e instantánea, que articula “todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra, mezcla y recombina en su diversidad el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana” (p. 88). Este autor la denomina como “autocomunicación

de masas”, porque tiene el potencial de llegar a una audiencia global, pero es autocomunicación “porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar” (p. 88). Al mismo tiempo, puntualiza, la comunicación de masas tradicional se basta también en internet para su producción y transmisión (p. 101).

Frente a una audiencia global, el ejercicio de buenas prácticas éticas en la creación y emisión de todo tipo de comunicación no solo debe ser más cuidadoso y responsable, sino que las equivocaciones y los actos malintencionados pueden tener una veloz repercusión. Un redactor no puede publicar un collage de notas que encontró en el internet como una entrevista realizada a un personaje, porque la evidencia del error y el pedido de corrección llegarán de manera casi inmediata, no solo de los lectores sino del propio “entrevistado”.

Umberto Eco (1997) ya anticipaba este escenario cuando escribió acerca de internet, como parte de un ensayo sobre el estado y futuro de la prensa en Italia:

La información se difunde por innumerables canales autónomos, el sistema es acéfalo e incontrolable, cada uno discute con los demás, no solo reacciona emocionalmente ante las encuestas en tiempo real, sino que mastica mensajes, incluso profundizados, que descubre poco a poco, teje relaciones y discusiones por encima de lo que es la dialéctica parlamentaria, o la vetusta polémica periodística (p. 95).

La sociedad red sigue en expansión con la evolución de las tecnologías y los dispositivos para la comunicación. Aunque muchos critican o temen su uso, la sociedad está llamada a analizar sus ventajas y defectos, y a encontrar puntos de aplicación de principios éticos, valores y formas de prevención de los usos indebidos o lesivos para los demás. Por eso se está debatiendo una cuarta generación de los derechos humanos, incluidos en la Declaración de Derechos Humanos en Entornos Digitales que la Universidad de Deusto presentó en noviembre de 2018. En su preámbulo

se señalan las preocupaciones que surgen alrededor del desarrollo de las tecnologías y destaca que “al Derecho le corresponde nuevamente actuar como límite a la explotación y al abuso, en esta ocasión para proteger a la persona de la gestión de la tecnología”. Además, explica:

La transformación digital ha traído indudables ventajas, algunas irrenunciables. Por tanto, la respuesta no puede articularse a partir de la frontal oposición a la tecnología, sino mediante su humanización, y es este el principio que inspira esta declaración, desde los siguientes compromisos:

- La prioridad del ser humano sobre todas sus creaciones, como la tecnología, que está a su servicio.
- La integridad de la persona, más allá del reduccionismo de los datos que pretenden cosificarla.
- La prevalencia del bien común sobre los intereses particulares, por mayoritarios y legítimos que estos sean.
- La reivindicación de la autonomía y responsabilidad personales frente a las tendencias paternalistas y desresponsabilizadoras.
- La equidad y justicia universal en el acceso, protección y disfrute de los bienes y derechos que posibilitan una vida digna del ser humano.
- La especial atención a la protección de los menores por su mayor vulnerabilidad y el impacto que la transformación digital tiene en el desarrollo de su personalidad y en su educación (Universidad de Deusto, 2018, p. 3).

Entre estos derechos humanos planteados frente a la tecnología se encuentran los siguientes:

Derecho al olvido en internet

Derecho a la desconexión en internet

Derecho al “legado digital”

Derecho a la protección de la integridad personal ante la tecnología

Derecho a la libertad de expresión en la red

Derecho a la identidad personal digital

Derecho a la privacidad en entornos tecnológicos

Derecho a la transparencia y responsabilidad en el uso de algoritmos

Derecho a disponer de una última instancia humana en las decisiones de sistemas expertos

Derecho a la igualdad de oportunidades en la economía digital  
Derecho a las garantías de los consumidores en el comercio digital  
Derecho a la propiedad intelectual en la red  
Derecho a la accesibilidad universal a internet  
Derecho a la alfabetización digital  
Derecho a la imparcialidad de la red  
Derecho a una red segura (pp. 4-7).

A los comunicadores inmersos en los entornos digitales les corresponde participar en la construcción, respeto y difusión de estos nuevos derechos frente a las tecnologías, particularmente en temas como la libertad de expresión en la red, respeto de la identidad personal digital, la privacidad en entornos tecnológicos y la propiedad intelectual en la red, así como velar que los demás derechos se respeten.

## **El desafío de los comunicadores digitales**

Ser un comunicador digital en 2019 tiene, por igual, ventajas y desafíos. La disponibilidad inmediata de información a través de internet que puede enriquecer el contexto de una noticia, tanto como la mejorada calidad de las redes de comunicación que permiten reportar con texto, imagen y sonido desde el lugar de los hechos, ya sean noticiosos o corporativos, hacen que el comunicador tenga acceso a mejores herramientas para realizar su trabajo. Y por eso mismo necesita, cada vez más, criterio, responsabilidad y una mezcla de originalidad y seriedad, que le permitan destacarse entre un mar de información. De nuevo, la ética entra en juego para encarar los eventos con veracidad y respeto.

Los principios éticos mencionados anteriormente están vigentes en el quehacer del comunicador y se deben mantener, sea cual fuera el medio de difusión o la forma de comunicación que se escoja para entregar un mensaje.

Los comunicadores hoy en día compiten de cierta manera con los millones de usuarios de internet. *Tuiteros, youtubers, instagrammers, in-*

*fluencers*, periodistas digitales, reporteros ciudadanos, etc. Todos estos términos parten del uso de la tecnología para comunicar algo y varios se derivan de las aplicaciones en las que se desenvuelven: Twitter, YouTube, Instagram. El manejo de las métricas de audiencia y alcance que cada uno de estos sitios ofrece, ya sea por número de seguidores/subscriptores o por el número de “me gusta” o la cantidad de visualizaciones que una publicación puede recibir pueden determinar que un usuario de estas redes sociales se convierta en un sujeto apreciado y buscado por las marcas que buscan hacer publicidad indirecta. Se los considera personajes con “influencia” porque pueden mover la preferencia del público que considera su voz como una autoridad en su ámbito, de ahí el anglicismo *influencer*. Estas personas son cotizadas por las agencias de publicidad para promocionar marcas, invitarlos a lanzamientos o eventos especializados por los que pueden recibir pagos en dinero o en regalos, productos y otros beneficios.

Cuando hay, obviamente, un criterio de negocio y una ganancia en juego, estos usuarios deberían fortalecer su capacidad de influir en los mercados a través de un manejo ético de sus recomendaciones, por ejemplo, dejando en claro cuando reciben una compensación por hablar de un producto. De igual manera, aunque no tengan que adscribirse a los criterios estrictos del periodismo, crear contenidos propios o citar claramente cuando usen textos o fotografías y videos de terceros son comportamientos que evidencian valores y pueden ayudar a construir una reputación digital apreciada.

El caso de los *youtubers* —como se denomina a las personas que usan la plataforma YouTube para difundir contenidos en video de todo tipo— fue objeto de una pregunta en el consultorio ético de la FNPI (2019), un espacio en el que varios periodistas y catedráticos responden las inquietudes del público. Ante la pregunta de si los *youtubers* deben cumplir la misma función social que un comunicador social-periodista, Javier Darío Restrepo explica sobre este fenómeno así:

Un efecto de la tecnología digital es que le puso fin al monopolio que tenían los periodistas como fuentes y emisores de información. La tec-

nología digital ha puesto en las manos de cualquiera persona la posibilidad de emitir, de modo que para el periodista se ha planteado el reto de producir una información profesional que justifique la existencia de su trabajo (en FNPI, 2019).

En la misma publicación, Jorge Cardona señala que los *youtubers* “hacen parte de las nuevas plataformas de libertad de expresión. En tal sentido, como un columnista tradicional de un diario o un comentarista de radio o televisión están sujetos a las reglas de juego de la opinión” (en FNPI, 2019). Cardona afirma que los límites son los que determina de Ley, tales como los términos de rectificación en condiciones de equidad, la prohibición de la censura y los tipos penales de la injuria y la calumnia.

De su lado, Mónica González destaca el poder e influencia que ejercen, y los considera como “potentes comunicadores sociales”, además, señala que el periodismo no puede “ignorar el contenido de lo que por sus canales transmiten y cómo conquistan sus audiencias”. Sin embargo, también afirma que no se les puede exigir que cumplan una función social: “Informar y educar es una función a la que no se puede obligar” (en FNPI, 2019).

Como se puede observar no hay un consenso acerca de si se puede demandar de ellos los mismos estándares éticos que se pide a los comunicadores profesionales.

El caso de Logan Paul sirve para ilustrar las consecuencias de una publicación desatinada. El *youtuber* de 23 años, que a la fecha tiene más de 18 millones de suscriptores en su canal Logan Paul Vlogs, subió en enero de 2018 un video de su visita a Japón en el que recorría un “bosque de suicidios” y mostraba un cuerpo colgado de un árbol y cómo él se burlaba y reía. Las reacciones de rechazo fueron inmediatas, al punto que se volvió noticia global y se hicieron peticiones a YouTube para la eliminación del video. Finalmente, fue el propio Paul quien descartó el video y presentó una disculpa a través de publicaciones en Twitter y YouTube. Logan Paul es conocido por generar contenidos irreverentes,



sin embargo, la autorregulación de los usuarios señaló su acto como insensible e irrespetuoso. Se había cruzado una línea y se reportó al respecto, generando una reacción por parte de su creador. Con respecto a los principios éticos del comunicador Paul, este falló en el respeto a la dignidad humana y a la privacidad del fallecido y su familia.

La controversia generó un debate no solo acerca de la responsabilidad de los creadores de contenido, sino también de las plataformas. De acuerdo a las legislaciones actuales en EUA y la Unión Europea, los sitios como Twitter, Facebook, Instagram o YouTube no son legalmente responsables por el contenido que los usuarios suben; aunque existen mecanismos para bloquear discursos de odio, amenazas directas, principalmente a través de denuncias de otros usuarios, se considera que no son suficientes (Coustick, 2018). El dilema es complejo: ¿Se da más valor a la protección de la libertad de expresión o a la protección de los grupos vulnerables? ¿Se establecen estándares de comportamiento y se abre la puerta a una censura estricta como se tiene en China?

Otro reto a encarar es lo que se ha dado en llamar *fake news* (noticias falsas), que no son otra cosa que mecanismos de desinformación que no siempre tienen un trasfondo político, sino que buscan generar tráfico (visitas) a ciertas páginas con titulares sensacionalistas o que prometen una revelación que no cumplen en su contenido. Para los receptores de este tipo de comunicación puede ser difícil distinguir la realidad de la mentira, debido a una falta de educación crítica para el consumo de los medios. Claramente, este tipo de prácticas viola el principio primordial de la comunicación: la veracidad y honestidad.

En una entrevista para diario *El Mundo*, Umberto Eco aseguraba que debería enseñarse a los niños cómo filtrar noticias en internet para poder distinguir las verdaderas de las falsas: “Un ejercicio podría ser elegir un argumento y buscarlo en 10 sitios distintos. Haciendo una comparación se podría crear un sentido crítico” (en Prieto, 2015). La búsqueda de la verdad debe, por tanto, ser de doble vía: del lado del comunicador para presentarla de la manera más honesta y completa para

así construir una reputación de veracidad para su autor y para su medio, y del receptor para contrastar y poderse formar un juicio de valor sobre la validez de su contenido.

La honestidad es un valor para todo profesional, pero en el caso del comunicador, al igual que para el académico, tiene que ver también con la adecuada citación de las fuentes que ayudan a añadir contexto y peso a una noticia o comunicado: ya sea fragmentos de texto, fotografías, datos de análisis o estudios.

El plagio en redes sociales suele ser noticia, pero no suele tener consecuencias de importancia. En 2015, el neoyorkino Josh Ostrovsky —conocido por su cuenta de Instagram @thefatjewish— fue denunciado públicamente por varios comediantes por robar sus chistes y publicarlos en su cuenta sin hacer la respectiva atribución a los autores. En ese momento Ostrovsky tenía algo más de 5 millones de seguidores y estaba en conversaciones para realizar un programa con el canal estadounidense especializado en comedia Comedy Central (Abad-Santos, 2015). Aunque el contrato con Comedy Central se canceló al poco tiempo de las acusaciones de plagio que hicieron vía Twitter los comediantes Davon Magwood y Patrick Walsh, y el respectivo despliegue en los medios, la popularidad de Ostrovsky ha continuado, él sigue promoviendo su marca de vino, sus libros y colaboraciones con celebridades a sus más de 10,4 millones de seguidores de Instagram. Eso sí, ahora pone el crédito respectivo en cada publicación. La exposición del plagio le dio mayor exposición mediática y, por lo visto, le enseñó la lección de respetar el trabajo de los demás, al dar crédito a los autores de los chistes que comparte.

## Conclusiones

Vale la pena volver a Kapuściński (2002), quien destaca la revolución electrónica que atraviesa el periodismo, pero advierte que las nuevas tecnologías facilitan el trabajo aunque no ocupan su lugar, y explica:

Todos los problemas de nuestra profesión, nuestras cualidades, nuestro carácter artesanal, permanecen inalterables. Cualquier descubrimiento o avance técnico pueden, ciertamente, ayudarnos, pero no pueden ocupar el espacio de nuestro trabajo, de nuestra dedicación al mismo, de nuestro estudio, de nuestra exploración y búsqueda (p. 32).

Las herramientas cambian, pero no deben cambiar los valores, principios y recursos de la comunicación. Al igual que en todas las profesiones, las consideraciones éticas deben prevalecer antes que la necesidad de notoriedad, la lucha por la primicia o la relación con las fuentes. En suma, ser buenas personas —con todo lo que esto puede implicar para el ejercicio de la profesión— para poder comunicar mejor.

Los esfuerzos para tener un comportamiento ético pueden presentar dilemas en medio del ejercicio profesional del comunicador, que pueden consultarse y aclararse con los colegas o editores, incluso buscando asesorías técnicas, por ejemplo, cuando se cae en el ámbito de lo legal. Tener una sólida brújula moral interna ayuda, como dice Gardner, a caminar en la dirección de la excelencia que, en el caso del comunicador, ayuda a construir su credibilidad y a fomentar la confianza de las fuentes en su capacidad de manejar los temas más comunes y los más delicados, con el mismo respeto y haciendo honor a la búsqueda de la verdad.

Los nuevos perfiles de comunicadores informales pueden beneficiarse también del conocimiento de los principios éticos para la construcción de su imagen y marca personal, que puede repercutir no solo en sus ingresos, sino también en su posicionamiento en la sociedad como generadores responsables de contenidos e incluso como agentes de cambio. Estos criterios deberían, en realidad, ser conocidos y practicados por todos los usuarios de la red y por eso no solo se ha planteado el reconocimiento de nuevos derechos humanos frente al entorno digital, sino que se habla también de una ciudadanía digital, que establece deberes y derechos para un comportamiento ciudadano adecuado en los entornos virtuales.

La comunicación es un campo de constante cambio y avances, sin embargo, en medio de estas transformaciones, se debe siempre recordar que los principios éticos son inmutables y sirven como un faro que guía el comportamiento humano y profesional. Los comunicadores pueden y deben adaptarse a las nuevas herramientas y formatos, pero sin olvidar que para cumplir con el derecho del público a la información o con las necesidades empresariales de comunicación y perseguir la excelencia personal, su camino debe estar siempre guiado por valores morales.

## Referencias bibliográficas

- Abad-Santos, A. (19 de agosto de 2015). The Fat Jew's Instagram plagiarism scandal, explained. *Vox*. Recuperado de <https://bit.ly/2T467on/>
- Amiguet, L. (11 de abril de 2016). Howard Gardner: una mala persona no llega nunca a ser buen profesional. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://bit.ly/2wA6akr/>
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. México DF: Siglo XXI.
- Cortina, A. (1993). *Ética aplicada y democracia radical*. Madrid: Tecnos.
- Coustick, R. (2018). Logan Paul: Following the YouTube controversy, should social media have the same regulations as journalism? *The Independent*. Recuperado de <https://bit.ly/37KluYD/>
- Eco, U. (1997). *Cinco escritos morales*. Barcelona: Lumen.
- FNPI. (18 de marzo de 2008). *¿Cuál es el código ético de los comunicadores?* Recuperado de <https://bit.ly/2HGLWI3/>
- FNPI. (23 de enero de 2019) *¿Los youtubers deben cumplir la misma función social que un comunicador social-periodista?* Recuperado de <https://bit.ly/2T4QI7x/>
- Gardner, H. (ed.) (2010). *Good Work: Theory and Practice*. Recuperado de <https://bit.ly/2HFd3TE/>
- IABC. (2019). *IABC Code of Ethics*. Recuperado de <https://bit.ly/32a5RZo/>
- Kapuściński, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona: Anagrama.
- Mayhew, R. (2018). *What Are Key Principles of Ethical Communication?* Recuperado de <https://bit.ly/3bSze6Q/>
- Mora, J. (2013). *Ética aplicada al mundo de las profesiones*. Quito: PUCE.

- NCA. (2017). *Credo for Ethical Communication*. Recuperado de <https://bit.ly/32falxD/>
- Ponte Once Ecuador. (Productor). (1 de abril de 2019). *Hoy dijo el Papa y los 4 pecados del periodismo: desinformar, calumniar, difamar* [Grabación de video]. Recuperado de <https://bit.ly/2HHKwNm/>
- Prieto, D. (26 de marzo de 2015). Umberto Eco: “No estoy seguro de que internet haya mejorado el periodismo”. *El Mundo*. Recuperado de <https://bit.ly/2HJhNbc/>
- Universidad de Deusto. (2018). *Declaración Deusto derechos humanos en entornos digitales*. Recuperado de <https://bit.ly/2SJwilk/>
- Villar-Borda, C. (2004). *La pasión del periodismo*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Sección 2

**COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN  
COMO DERECHOS**

---



# Comunicación intercultural: reflexiones sobre la visibilización indígena en medios impresos ecuatorianos

---

Tania Villalva  
Universidad Politécnica Salesiana  
tvillalva@ups.edu.ec

Patricia Villagómez  
Universidad Politécnica Salesiana  
pvillagomez@ups.edu.ec

## Resumen

La comunicación, al ser reconocida como un derecho, abre un nuevo espacio de debate para las nacionalidades y pueblos del Ecuador, pues garantiza su expresión como elemento principal en el apartado legislativo, sobre todo la comunicación intercultural, que al ser incluida en la Carta Magna y en la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), busca una igualdad en función de la información emitida por los medios de comunicación, evitando "folklorizar" el estigma del sector indígena y afrodescendiente, permitiendo una pluralidad de voces. Los estereotipos presentados en esta investigación dan cuenta de la manera cómo se construye el imaginario discriminatorio desde el discurso mediático, pues el pensamiento hegemónico excluye a los grupos minoritarios que no son un atractivo informativo en función del contenido, y que su apareamiento en medios se lo hace por la exigencia de una normativa vigente. Desde esta perspectiva, se realizó un análisis de los marcos normativos ecuatorianos (la Constitución y la LOC) y la práctica comunicacional del medio impreso *El Comercio*, del mismo que se ha considerado su código deontológico como referencia y contraste. El trabajo se abordó desde un enfoque cuantitativo y cualitativo, tomando en cuenta tres cohortes temporales: 2008, 2013 y 2018, en los cuales se monitorea los contenidos periodísticos relacionados con temáticas de interculturalidad. De esta manera se logró determinar cómo se construye lo intercultural en la prensa ecuatoriana y precisar si efectivamente los cambios en la legislación han permitido un país intercultural desde el aporte de los medios de comunicación.

## Palabras clave

Comunicación, derechos, interculturalidad, medios de comunicación, ley de comunicación.



## Introducción

Desde el planteamiento de los 500 años de luchas indígenas, de la independencia de naciones en Latinoamérica, de la conformación de organizaciones políticas indígenas, de los levantamientos y movilizaciones indígenas, y del reconocimiento en la Constitución ecuatoriana como un Estado plurinacional y multicultural, el mayor desafío no se presenta solamente buscar la coexistencia entre las diferentes etnias del país; pues se considera una práctica social “la discriminación y la exclusión sistemática e institucionalizada de los ciudadanos indígenas” (Lalander, 2010, p. 107), también está en eliminar la folclorización y subalternización de la imagen indígena como una “raza vencida”. Este desafío ha permitido que durante la última década se trabaje, desde el discurso intercultural, en cambios económicos, políticos, sociales y culturales.

De esta forma, los pueblos y nacionalidades indígenas han buscado la consideración de políticas públicas que posibiliten espacios de diálogo intercultural más amplios y permanentes garantizando, además, el reconocimiento a la participación, en este sentido, la comunicación no queda al margen de este proceso, desde la Constitución del Ecuador se ha planteado, redefinido y potenciado posibilidades de encuentro, contacto o diálogo; precisamente, esta investigación busca analizar la representación de lo intercultural en la prensa escrita ecuatoriana y la adhesión de la LOC a sus prácticas periodísticas diarias en términos interculturales. Pues tradicionalmente al sector indígena, desde un pensamiento colonial, se lo piensa desde el “otro” como diferente o ajeno, olvidando la propia identidad y todo aquello que lo conforma culturalmente, marcando de forma privilegiada relaciones asimétricas que ubican a unos por sobre otros.

Los esfuerzos por lograr una comunicación intercultural se han multiplicado y esta relación demanda un diálogo entre culturas, pero sobre todo un interés genuino en conocer al otro desde la cosmovisión característica y particular de cada comunidad. Alsina (2004) y Ellul (1993), presentan aspectos en los que se considera la otredad y la posi-

bilidad de coexistir armónicamente en la sociedad; Alsina especifica que es importante el conocimiento de la comunicación no verbal, y considerar el comportamiento de los individuos en relación al espacio-tiempo y contexto. Por su parte, Ellul plantea que dentro de la relación con los otros la diferencia debe ser lo suficientemente profunda y que desde la comunicación se debe considerar el socializar códigos adecuados que posibiliten la comprensión del otro, lo que permitirá espacios reales de diálogo y de esta manera evitar el monopolio de los espacios en los medios de comunicación.

El tratamiento teórico sobre la comunicación intercultural está en construcción, pues no se trata únicamente de una comunicación interpersonal, o intergrupala, tampoco de una comunicación internacional, ni de una comunicación que exige un conocimiento socio cultural o exclusivamente culturalista, pues los límites que perfilan esta relación se encuentran en movimiento y por tanto la urgencia que implica su comprensión posibilita que existan diferentes esfuerzos teóricos y aportes en la región por estudiar los fenómenos que integran su comprensión. Villagómez y Ramírez (2018) señalan que los principales errores en el manejo de la comunicación intercultural se dan por el desconocimiento. De ahí que los esfuerzos que se hagan desde los diferentes espacios para facilitar la comprensión de lo intercultural y las acciones que se den a partir del marco normativo ecuatoriano se consideran desde este texto como claves en la construcción de los discursos comunicacionales.

### **La construcción identitaria a partir de la colonialidad del poder**

Catherine Walsh (2007) asegura que para entender la perspectiva intercultural hay que hacerlo desde el reconocimiento del otro, este otro que se constituye como figura de resistencia en contextos coloniales y que históricamente ha sido subalternizado por la hegemonía mestiza con este afán de lograr el “blanqueamiento” social.

En la Colonia, América Latina se constituyó como el lugar del surgimiento del “nuevo patrón de poder” que estuvo representado por la diferenciación entre conquistadores y conquistados quienes se identificaban como una estructura biológica que determinó una situación de inferioridad e impuso el término “raza” para lograr establecer identidades raciales: indios, negros y mestizos; mientras que los conquistadores mantenían una relación de poder y control del trabajo, recursos, productos, capital y mercado mundial (Quijano, 2000).

En América, la idea de raza fue un modo de otorgar legitimidad a las relaciones de dominación impuestas por la conquista [...]. Históricamente, eso significó una nueva manera de legitimar las ya antiguas ideas y prácticas de relaciones de superioridad/inferioridad entre dominados y dominantes [...]. De ese modo, raza se convirtió en el primer criterio fundamental para la distribución de la población mundial en los rangos, lugares y roles en la estructura de poder de la nueva sociedad. En otros términos, en el modo básico de clasificación social universal de la población mundial (Quijano, 2000, p. 203).

Las diferencias étnico-culturales que surgieron en la Conquista y la Colonia marcan brechas de pensamiento entre los conquistadores, los colonizadores y los pueblos originarios, quienes se basaron siempre en una falsa superioridad de los grupos blanco mestizos sobre la población indígena. Varias ideas y acciones generaron condiciones de explotación y marginalidad durante todo ese periodo, además son fuente principal para la búsqueda de reivindicaciones de los pueblos mancillados (Walsh, 2012).

En Ecuador, la agenda indígena, sostenida en 11 principios a partir de la movilización de los años 90, destaca el acceso equitativo a tierra, la no discriminación y la inserción de estas poblaciones, bajo el reconocimiento de la plurinacionalidad y la interculturalidad, conlleva modificaciones sustanciales al modo de vida de las poblaciones campesinas rurales mayoritariamente indígenas (Ramón, 1993).

Para que los planteamientos impulsados desde las bases indígenas a partir de esta década sean reconocidos y practicados por la sociedad,

con un enfoque de inclusión, que equipare los niveles de atención de necesidad de todos por igual, se requirió que estos sean incorporados en la normativa vigente, lo cual fue logrado en las dos Constituciones redactadas en Sangolquí en 1998 y en Montecristi en 2008 (Walsh, 2012). Además, era fundamental que estos sean difundidos hacia otros sectores de la sociedad y que se conviertan en práctica cotidiana. Para ello, la comunicación era una plataforma necesaria de ser acaparada.

La comunicación promovida por la organización indígena y la cooperación internacional, tiene como origen “la comunicación popular” desarrollada en América Latina en la segunda mitad del siglo XX y cuya primera experiencia en la Sierra centro fue proyectada por monseñor Leonidas Proaño con la creación de las Escuelas Radiofónicas Populares Ecuatorianas (ERPE) en los 60 (Guerrero en Villalva, 2015).

Esta experiencia fue concebida como una posibilidad de contribuir al desarrollo individual de los comuneros y sus dimensiones culturales, potencializar la organización de las comunidades y afianzar el tema identitario y cultural. Una de las estrategias era visibilizar el trabajo comunal y los progresos, o reivindicaciones logrados a través de la lucha y el cumplimiento de los derechos adquiridos (Villalva, 2015).

La influencia de la iglesia en la promoción de la comunicación popular en las provincias de la Sierra centro es incuestionable, así como la presencia de las ONG internacionales, inmersas en las labores educativas alfabetizadoras, mismas que posteriormente se convertirían en fórmula para el fortalecimiento de la organización social indígena.

La inserción cada vez mayor de actores indígenas en el uso de los medios radiales de carácter popular, fueron experiencias notables para el posicionamiento y empoderamiento de los principios fundamentales de la lucha popular liderada por el movimiento indígena, el desarrollo de capacidades y liderazgos en algunos miembros de la organización en la década de los 80 y la consolidación de un proceso político interesante que desembocará en procesos de captación de cargos de elección popular.

En este contexto, se ha considerado importante contar con espacios de comunicación y participación, que permitan el reconocimiento y ejercicio de sus derechos, de esta manera, identificarlos como actores clave de su propio desarrollo, del de sus familias y de la comunidad, y así dejar de ser espectadores al considerarse protagonistas desde los diversos espacios de enunciación.

### **La comunicación como un derecho**

En la primera mitad del siglo XIX, “la representación jurídica y política de los indígenas fue una función directa del Estado: estuvo asignada por ley a un cuerpo de ‘protectores’, una suerte de abogados defensores de oficio” (Guerrero, 1997, p. 99); sin embargo, con la ampliación de la ciudadanía se fueron eliminando estos funcionarios. Entonces, las poblaciones indígenas no contaron con representaciones propias, pasaba lo mismo con el idioma: existía un problema de traducción del idioma originario (quichua) al español, idioma oficial del Estado.

Esta forma de dominación hizo que la sociedad, académica, cultural, política maneje una especie de ventrilocuismo, y que el poder hegemónico hable por el sector indígenas, por ello muchos años buscaron el reconocimiento, la visibilización y el trato igualitario en una sociedad regida por el mestizaje como el nuevo blanqueamiento, así la lucha por sus derechos fue y es, tema principal para los pueblos minoritarios, de ahí la necesidad de ser su propia voz y lograr contar la historia desde su cosmovisión.

Entonces, la referencia a los derechos se relaciona con las obligaciones y responsabilidades que los seres humanos poseen para establecer una comunidad más justa e incluyente, desde esta perspectiva, el “ejercicio pleno de los derechos humanos es esencialmente la paz y el desarrollo [...] que abarca la posibilidad de contar con la libertad, la participación, la solidaridad, el acceso, la inclusión, la equidad, la justicia y la interculturalidad” (Gumucio, 2011, p. 2). En este mismo sentido, el derecho a la comunicación articula derechos relativos como son “el

acceso a la información, la libertad de expresión, la libertad de difusión, [...] la posibilidad de contar con una legislación que establezca el acceso libre y gratuito a la banda ancha” (p. 2) y así garantizar la presencia de los grupos minoritarios que son aislados por los medios hegemónicos en sus agendas informativas.

En los últimos años, el “derecho a la comunicación” ha estado dado por el acceso, en igualdad de condiciones, al material informativo y a la producción de conocimiento, sin embargo, reclama “la existencia de espacios tecnológicos y sociales abiertos para el intercambio de información, el debate y el diálogo democráticos, que faciliten la construcción de consensos e imaginarios colectivos, logre materializar la participación y fortalezcan a la ciudadanía” (Saffon, 2007, p. 15).

La comunicación deja de ser privilegio para los grandes grupos de poder, tampoco se considera como patrimonio exclusivo de periodistas o propietarios de los medios, es un derecho que implica el “acceso y participación en procesos individuales y colectivos de construcción del conocimiento” (Gumucio, 2011, p. 3), es un derecho fundamental que no se limita a la producción de información, pues apunta al diálogo de saberes y el reconocimiento del otro desde un proceso hermenéutico intercultural.

De esta forma, el reconocimiento de la comunicación como un derecho favorece para que las nacionalidades y pueblos del Ecuador accedan a medios de comunicación comunitarios, pues los grandes monopolios no permitían una participación igualitaria a los sectores indígenas y campesinos en los medios privados, principalmente. Así, se garantiza la construcción de espacios que posibiliten procesos interculturales de información y formación en términos comunicacionales.

En Ecuador y América Latina, varios Estados se han puesto de acuerdo en sistemas legales de promoción y protección de los derechos humanos en general y del derecho a la comunicación en particular; pues entra en debate la concentración de los medios de comunicación, la “diversidad y el pluralismo que quedan desplazados por la homogenización

de discursos y contenidos” (Barragán y Garzón, 2017, p. 278). Desde esta perspectiva, varios organismos internacionales asumieron una postura ante la concentración del poder en los medios privilegiados y consideraron la necesidad de establecer sustentos legislativos en sus tratados:

1. En octubre de 2000, la CIDH expuso la Declaración de Principios de Libertad de Expresión. El principio 12 señala la necesidad de que los Estados fijen normas antimonopólicas en la actividad de los medios de comunicación y muestra la necesidad de regular las asignaciones de licencias, debería presentarse como un proceso democrático y transparente, pues reconoce la importancia de preservar la igualdad de oportunidades.

2. En octubre de 2005, la UNESCO presentó el convenio sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, afirmando que la diversidad cultural es una característica esencial de la humanidad. En el art. 1-c especifica que buscará “fomentar el diálogo entre culturas a fin de garantizar intercambios culturales más amplios y equilibrados en el mundo en pro del respeto intercultural y una cultura de paz” y en el art. 1-d menciona que se espera “fomentar la interculturalidad con el fin de desarrollar la interacción cultural, con el espíritu de construir puentes entre los pueblos”.

3. En septiembre de 2007, el convenio núm. 169 de la Conferencia Internacional del Trabajo de la OIT resultó reforzado mediante la Declaración de Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas:

Los gobiernos deberán adoptar medidas acordes a las tradiciones y culturas de los pueblos interesados, a fin de darles a conocer sus derechos y obligaciones, especialmente en lo que atañe al trabajo, a las posibilidades económicas, a las cuestiones de educación y salud, a los servicios sociales y a los derechos dimanantes del presente Convenio. A tal fin, deberá recurrirse, si fuere necesario, a traducciones escritas y a la utilización de los medios de comunicación de masas en las lenguas de dichos pueblos (art. 30-VI).

4. En diciembre de 2007, el Relator Especial de Naciones Unidas sobre Libertad de Opinión y de Expresión, el representante de la OSCE sobre Libertad de los Medios de Comunicación, el relator especial de la OEA sobre Libertad de Expresión y la Relatora Especial de la CADHP (Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos) sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información, establecen la Declaración para la Promoción de la Diversidad en los Medios de Comunicación, misma que destaca la importancia fundamental de la diversidad en los medios comunicación para el libre intercambio de información e ideas en la sociedad, en términos de dar voz y satisfacer tanto las necesidades de información como otros intereses de todos y todas, de conformidad con la protección que brindan las garantías internacionales del derecho a la libertad de expresión; y que desde la diversidad plantea

Los diferentes tipos de medios de comunicación —comerciales, públicos y comunitarios— deben ser capaces de operar en y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles. Las medidas específicas para promover la diversidad pueden incluir el reservar frecuencias adecuadas para diferentes tipos de medios, contar con *must-carry rules* (sobre el deber de transmisión), requerir que tanto las tecnologías de distribución como las de recepción sean complementarias y/o interoperable, inclusive a través de las fronteras nacionales, y proveer acceso no discriminatorio a servicios de ayuda, tales como guías de programación electrónica.

Este recorrido evidencia la importancia de la libertad de expresión desde una perspectiva normativa que espera proteger y sostener la diversidad cultural, alejada de una visión globalizadora, mercantilista y capitalista del manejo en el contenido de los medios tradicionales, que beneficiaron a los monopolios de los medios de comunicación concentrando sus intereses de mercado.

En términos comunicacionales, varios Gobiernos de América Latina apostaron a la democratización de la palabra, en Venezuela (2004) está la Ley Resorte para garantizar el fomento de políticas públicas para



medios públicos y comunitarios y el desarrollo de la Ley de Medios Comunitarios y Alternativos. En Bolivia (2011) se buscó democratizar el espectro radioeléctrico, diferenciando a los medios social-comunitarios de los de pueblos indígenas originarios, campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas, ambos con un 17% de las frecuencias (los públicos y privados se reparten el resto) a través de la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación decretada en agosto de 2011 (Barragán y Garzón, 2017). Otros casos son los de Uruguay con la ley 18232 de diciembre de 2007 y Argentina en 2009 que aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (al igual que el caso ecuatoriano que consideró un tercio de las frecuencias para medios comunitarios).

## **Normativa ecuatoriana**

La Constitución ecuatoriana reconoce a la comunicación como un derecho fundamental, perspectiva que permite ser el discurso en la construcción de políticas públicas que buscan la democratización, la diversidad y la participación igualitaria de todos los grupos sociales, políticos, culturales. Por ello, la Constitución (2008) especifica que todos/as tienen derecho a:

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. Además, la creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas (art. 16).

Esta nueva perspectiva permite entender al sujeto como actor principal en la construcción de la comunicación no solo como un servicio público, pues busca garantizar la participación ciudadana desde una lógica equitativa en la distribución del poder, desarrollando un marco

legal que privilegie la información de interés general y de calidad, y que garantice el fiel cumplimiento del artículo citado. Además:

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

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

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

La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que se le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de derechos en conformidad con sus competencias (art. 36).<sup>14</sup>

Desde esta perspectiva se plantea un horizonte diferente sobre el derecho a la comunicación, por ello, en 2013, fue aprobada la LOC en Ecuador, que buscaba democratizar el uso del espectro radioeléctrico del país. El art. 106 de esta ley, que se modificó en 2019, plantea la distribución del espectro radioeléctrico de la siguiente manera:

Se reservará hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario en función de la demanda y de la disponibilidad, porcentaje

---

14 La principal reforma a este artículo se da en relación al proceso de investigación y producción de contenidos, haciendo una referencia clara de la fuente de los mismos. Por otro lado, desaparece la SUPERCOM, con lo cual las acciones constitucionales por incumplimiento las ejecutoriará la Defensoría del Pueblo.

máximo que deberá alcanzarse progresivamente. El 66% del espectro restante será asignado para el sector público y privado en función de la demanda, no debiendo exceder la asignación de frecuencias al sector público un porcentaje del 10% del espectro.

Pues el objetivo principal de esta propuesta era acabar con los monopolios de los medios de comunicación concentrados en grandes grupos económicos y familiares, la Iglesia y emporios internacionales, dejando de lado propuestas comunicativas de los grupos minoritarios.

El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que estas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano (LOC, 2019, art. 14).

Los parámetros para la difusión de los contenidos interculturales están planteados, sin embargo, la presente investigación espera determinar si los medios de comunicación, específicamente la prensa, asume estas directrices y las aplica en su trabajo, promoviendo una sociedad más intercultural.

## **La comunicación intercultural**

Evidentemente, como se ha mencionado ya, la comunicación intercultural no hace referencia exclusiva a procesos comunicativos de comunidades campesinas o indígenas; supera la mera interacción interpersonal y el discurso de la diversidad cultural en términos estereotipados, estigmatizados y folclorizados; pretende evidenciar la importancia de la transversalidad de la temática en los sistemas públicos para enfrentar la herencia simbólica construida desde la Colonia.

Para precisar sobre estas diferencias, Patricio Guerrero (2010) especifica que la multiculturalidad es una nueva estrategia de dominación, que hace posible la desmovilización, el control y desarticulación del potencial político insurgente de la diversidad, pues en el supuesto reconocimiento logran invisibilizar al poder y eso dificulta la aplicación de toda práctica política que intente una transformación o superación. Desde Guerrero, la interculturalidad es un proyecto que aún no existe, es una tarea política que implica ser entendida cómo el resultado de procesos y acciones sociales por parte de sujetos reconocidos y perfectamente situados. Sin embargo, hay que entender a la comunicación intercultural como un proyecto político, que apueste a refundar la sociedad y el Estado desde el respeto de las diferencias, que fortalezca y legitime las identidades culturales, que promueva el diálogo y la interrelación con el otro desde sus propias identidades y que logre plantear espacios comunicativos plurales.

### *Elementos para una comunicación intercultural*

Para encaminar la comunicación intercultural es importante reconocer la diferencia entre el uso y la interpretación del discurso. Se puede hacer uso de contenidos culturales, pero la interpretación de los mismos puede estar alimentada desde otros criterios. De esta manera, el abordaje de la temática homogeniza la visión y puede llegar tergiversada al interlocutor.

Existen diversas formas de ver la interculturalidad. Se puede percibir como un fenómeno comunicacional en el que se reconoce a las culturas en un proceso de interacción comunicativa. También está la cultura entendida como el fenómeno humano que define la diferencia entre uno y otro grupo, esta última está ligada al concepto de “identidad cultural”, que destaca todo aquello que hace único a un grupo humano determinado. Luego, está la etnicidad o etnia como la condición socio-cultural que establece las diferencias. Finalmente, están los conceptos de

“raza” y su derivado “racismo”, cuya importancia surge más que nada de las connotaciones negativas que acarrearán (Millan, 2004).

Por su parte, Nobleza Asunción (1986), al hablar de comunicación intercultural, reconoce que la cultura es un sistema de símbolos compartidos, creados por un grupo de gente para permitirle manejar su medio ambiente físico, psicológico y social, que proporciona a las personas un marco de referencia cognoscitivo general, para una comprensión de su mundo y el funcionamiento en el mismo. Así, la comunicación es una parte tan integrada a la vida humana que el acto en sí mismo se da como un hecho.

Esta precisión entre el uso y la interpretación del discurso intercultural da paso a la búsqueda epistémica de las culturas, pues a la hora de trabajar en torno al tema, la investigación profunda permitirá que el tratamiento de la información sea equitativo con las diversidades. Si se va a hablar de las prácticas de una comunidad específica, la prioridad será conocer y convivir con la gente, pues solo de esta manera puede trabajarse una comunicación eficaz y con un discurso construido desde los sujetos de enunciación, logrando una mayor comprensión de los interlocutores. Se trata de establecer los elementos esenciales del proceso y su funcionamiento, pues para conseguir una competencia intercultural se tiene que producir una sinergia de los ámbitos cognitivo y emotivo, para la producción de una conducta intercultural adecuada.

## **Metodología**

Con estos antecedentes, el Observatorio de Medios de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana marca dos experiencias fundamentales para el cumplimiento de su propósito. En primera instancia, investiga y analiza las formas de representación de lo intercultural en la prensa ecuatoriana desde 2018, pues su principal interés es la recopilación de la información de investigaciones sobre agendas temáticas y calidad periodística, cuyo flujo de trabajo es generado por profesores y estudiantes con interés particular en el tema,

para fomentar un espacio permanente de participación e investigación; el observatorio está interesado en el análisis de los medios escritos locales y la forma de representación de las problemáticas sociales, culturales, políticas y económicas que les compete desde su contexto, suscribiendo también el ámbito nacional. Como segunda experiencia se encuentra el eje académico, que actúa desde el afán de observar a los medios y sus escenarios mediáticos, agendas y rutinas, permitiendo establecer un mundo teórico construido por docentes, lo que aporta al diseño metodológico de los trabajos.

En este sentido, para la presente investigación se consideró un enfoque cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo porque la investigación “buscó los hechos y las causas de los fenómenos sociales, prestando escasa atención a los estados subjetivos de los individuos” (Cazau *et al.*, 2006, p. 34) y cualitativo porque, después de reproducir los discursos y recolectar la información, se procedió a “analizar e interpretar” la misma (p. 34). De esta manera, se buscó conocer la relación del discurso mediático del diario *El Comercio*, por ser el segundo medio con mayor tiraje en el país, y la representación del sujeto indígena y afrodescendiente en Ecuador.

La técnica de investigación establecida fue el análisis de contenido. Berelson (1952) sostiene que es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (p. 18), lo que permitió el análisis de un medio de comunicación. También se realizó una revisión hemerográfica, pues los periodos de consulta fueron fechas anteriores, y un acopio bibliográfico que facilitó la argumentación y sustentación académica.

### ***Diseño del monitoreo***

El monitoreo se realizó sobre el diario *El Comercio*, considerando únicamente los contenidos periodísticos, sobre un período de un mes por año, revisando las siguientes cohortes: abril de 2018, octubre

de 2013 y abril de 2008. Se seleccionaron en total 62 publicaciones con contenido intercultural.

La selección de los años de cohorte se dio, en una primera instancia, con base a la formulación de la nueva Constitución del Ecuador (2008); se consideró octubre de 2013 porque en junio de ese año se aprobó la LOC; finalmente, se consideró 2018 por el debate de la reforma a la LOC y el cumplimiento de una década de revisión.

### *Dimensiones del monitoreo*

1. Política pública de comunicación. La Constitución vigente en el Ecuador desde 2008 se reconoce como garantista de derechos y a partir del art. 1: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada”, se garantiza la forma de organizar las estructuras institucionales del propio Estado. Además:

El castellano es el idioma oficial del Ecuador; el castellano, el kichwa y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. El Estado respetará y estimulará su conservación y uso (art. 2).

Asimismo, se indica que el Estado debe “Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales” (art. 83 nº 10) y que se reconocen los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, que reconoce entre otros su diversidad organización, política y cultural (cap. 4). Finalmente, la LOC (2019) señala que ya se han señalado previamente en este documento (art. 14, 36).

2. Código deontológico de *El Comercio*. El medio de comunicación seleccionado para este estudio publica su código deontológico, el cual señala:

Está prohibida toda expresión racista, regionalista, chauvinista y despectiva sobre etnias, religiones o minorías. EL GRUPO reconoce la diversidad de regiones, pueblos, culturas de conformidad con las normas constitucionales del Estado ecuatoriano, que es democrático, multicultural y multiétnico. EL GRUPO respeta el desarrollo de todas las lenguas, donde el castellano es el idioma oficial, pero el kichwa, el shuar y otras lenguas son de uso oficial para los pueblos indígenas (*El Comercio, s/f*).

## Resultados

El monitoreo realizado consideró una muestra total de 62 publicaciones periodísticas, las cuales conforman el universo de estudio distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 1  
Distribución universo de estudio

Año de revisión	Conteo de publicaciones
2008	22
2013	18
2018	22
Total	62

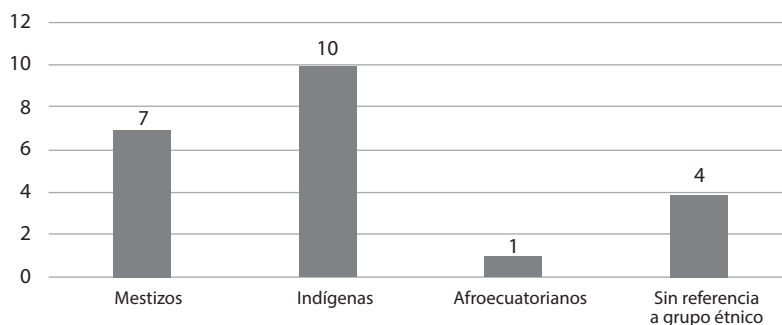
Fuente: las autoras

Respecto al año 2013, se considera la inclusión de contenido intercultural refiriéndose a este como la diversidad cultural de las etnias del país, sin embargo, el discurso intercultural inicia en 2008, con la definición del Ecuador como un Estado plurinacional y multicultural. En este año, la referencialidad de lo intercultural se relacionaba directamente con el uso del idioma oficial y de los idiomas de relacionamiento intercultural. De esta manera, el grupo humano mayoritariamente identificado es la población indígena con un 45% de presencia en el contenido periodístico revisado. El censo poblacional realizado en 2001 considera a este como el segundo grupo étnico con mayor población en el país



(6,8% de la población ecuatoriana se considera indígena). La descripción que se hace sobre la interculturalidad se relaciona principalmente con la explicación e información en un 76%, un 9% relacionado con la categoría legitimación y un 5% con las categorías victimización, folclorización y espectacularización. Por otro lado, en el censo de 2001 la población mestiza ocupa el mayor porcentaje de la población total, con un 77,4%, en tanto que en la muestra registrada se presenta en el 32% de los contenidos noticiosos. En menor porcentaje la población afroecuatoriana con un 5% y la no referencialidad a algún grupo étnico con el 18%.

Figura 1  
Grupo humano presente en los contenidos periodísticos

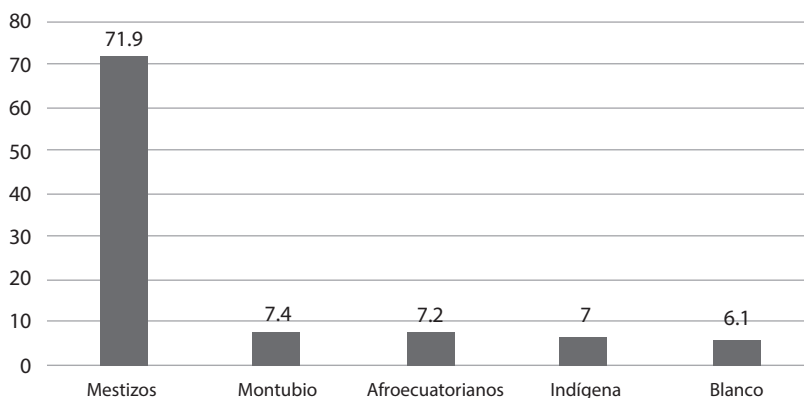


Fuente: las autoras a partir de INEC, 2010

No existe una mayor profundización en el abordaje de la temática intercultural, puesto que el mayor género periodístico utilizado por el medio investigado es la noticia con un 68% y la nota con un 18%. En menor porcentaje se usa la entrevista (9%) y el reportaje (5%). En ninguno de los casos revisados se utiliza los idiomas de relación intercultural: quichua o shuar.

En el año 2010, el Estado ecuatoriano realizó un censo poblacional cuyos resultados se ven en la figura 2. Es importante señalar que en este censo, el segundo grupo étnico mayoritario es el montubio y que responde a la autoidentificación.

Figura 2  
Autoidentificación poblacional



Fuente: las autoras a partir de INEC, 2010

Para el año 2013, en el cual se aprueba la LOC, se estipula el reconocimiento de la interculturalidad como la forma de reflejar contenidos que den cuenta de la cosmovisión, la cultura, las tradiciones, los conocimientos y saberes, garantizando el respeto a la diversidad y la prevalencia de una comunicación intercultural. Los grupos étnicos mayoritariamente identificados son el indígena con un 86% y el mestizo con un 14%, pese a que hay otros grupos humanos que se identifican en el último censo poblacional, sigue siendo una constante la presencia de la figura indígena sobre la afroecuatoriana y la montubia que en este período no se registra.

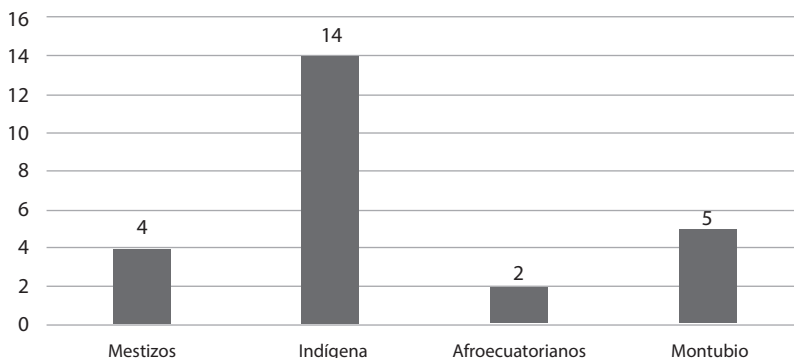
En esta cohorte la descripción que se hace de estos grupos humanos se relaciona principalmente con la explicación y la información en un 59%, la victimización y revictimización en un 29%, y la folclorización y la espectacularización en un 6% en ambos casos.

Se podría advertir que, ante el desconocimiento de la interculturalidad como un proyecto político de rescate de diversidades culturales, se recurre a la construcción de noticias (56%) como la forma narrativa

más frecuente, pero que no permite un tratamiento equitativo ni valorativo sobre la diversidad que caracteriza al Estado. Otros géneros periodísticos, que por sus características podrían reflejar un manejo equitativo de la población, se han utilizado en un porcentaje menor o igual al 11% (reportajes, entrevistas, crónicas y notas).

El ejercicio de la comunicación intercultural como derecho tiene sus primeros resultados, de acuerdo con este estudio, en el año 2018. Pese a que la presencia del grupo humano indígena sigue siendo mayoritaria (56%), aparecen nuevos actores como la población montubia en un 20%, los mestizos en un 16% y los afroecuatorianos en un 8% de los contenidos revisados. Es importante precisar que la población blanca no está presente en ninguna nota, así como también en la cohorte seleccionado todas las notas hacen referencia a grupos humanos, por lo que la categoría sin referencia a grupo étnico también desaparece de esta muestra. Así también, la forma de describir a lo intercultural se remite a la legitimación lo que garantiza la afirmación positiva de su condición cultural y etnia, reflejado en un 59%; además, existen contenidos explicativos e informativos que se presentan en un 41% de los contenidos noticiosos.

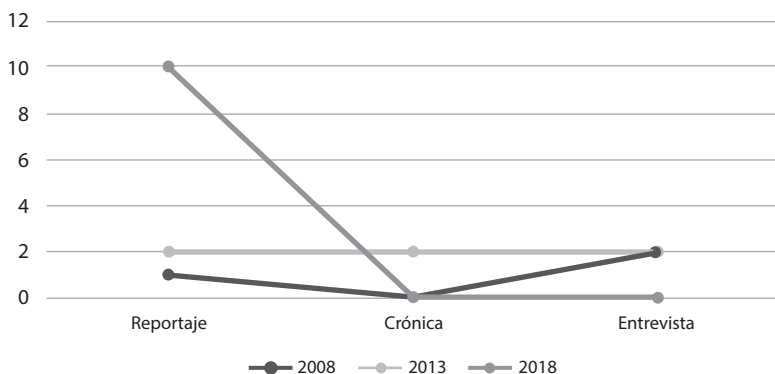
Figura 3  
Grupo humano presente en el contenido periodístico



Fuente: las autoras a partir de INEC, 2010

Considerando que el código deontológico de *El Comercio* especifica que reconoce la diversidad de regiones, pueblos y culturas en un estado democrático, multicultural y multiétnico, se evidencia al identificar que la utilización del género periodístico reportaje alcanza el 45%, dato que sobre pasa los años anteriores de análisis, acompañado de un 46% de nota (menor extensión) y un 9% de noticia.

Figura 4  
Frecuencia de utilización de géneros periodísticos

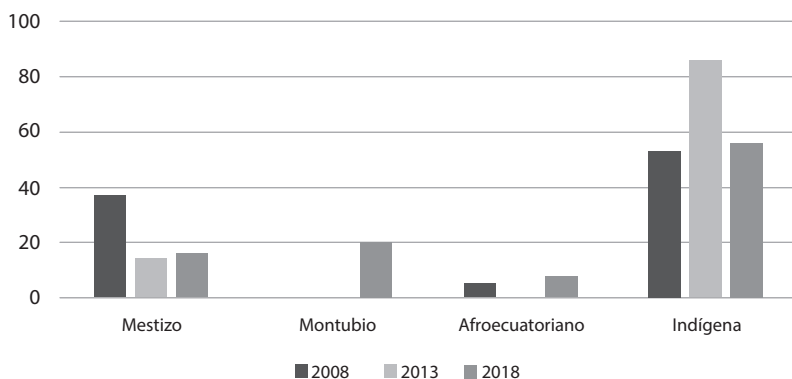


Fuente: las autoras

La incorporación de la política pública en la gestión de contenidos interculturales del medio analizado, ha recorrido un proceso de diez años que, si bien se constituye en un aporte importante, sigue respondiendo a una visión simplista de la temática, que reduce lo intercultural a la diferenciación étnica desde un discurso identitario. El proyecto político debería redefinir lo intercultural como una categoría abarataba que permita la coexistencia del otro como una figura cercana de intercambio cultural.

Figura 5

Comparación de presencia de grupos étnicos en contenidos periodísticos



Fuente: las autoras

## Conclusiones

La reflexión existente alrededor de la categoría interculturalidad nos da cuenta no solamente de su uso funcional, sino también de su engranaje dentro del sistema (Cruz, 2013), a riesgo de que al ser incluida pueda perder su potencial emancipador.

Es notoria una confusión permanente en la comprensión de lo intercultural como multicultural, en el sentido de poner el énfasis en los rasgos característicos de una cultura antes que en las posibilidades de relacionamiento de esta a partir de la comprensión, aspecto que se logra solamente si se es capaz de entender al otro y volver a sí mismo, interpelándose uno mismo. Esta confusión se da porque se presenta la categoría con un significante vacío.

Aunque el marco legislativo ecuatoriano es garantizador de derechos, esta enunciación no basta para que el Estado viva plenamente como intercultural, es necesario romper las estructuras coloniales que

subyacen la comprensión del otro, además de reforzar el reconocimiento propio sobre los valores culturales. Así como el proceso previo al censo de 2010 supuso una campaña comunicacional que acercaba a los pueblos y nacionalidades a los rasgos característicos de sus propias culturas, estas acciones deben ser permanentes y de carácter colectivo permitiendo que se logre este reconocimiento del otro, necesario para hablar de interculturalidad.

El rol que tiene la comunicación es crucial para construir la opinión pública y a partir de ello lograr que los medios de comunicación se vuelvan una ventana que favorezca las relaciones interculturales. Recuperando a Cruz (2013), es importante señalar que se requiere un diálogo intercultural, el mismo que es posible únicamente con tres condicionantes: igualdad, reciprocidad y coacción.

Por su parte, Tubino (2003 en Cruz, 2013) ratifica que la presencia del diálogo intercultural se da en relación a una imagen ideal o a una utopía realizable. De hecho, no podemos dejar de pensar el diálogo como un proceso y en ese sentido todavía existe camino por recorrer para mejorar la práctica periodística, en la cual sea evidente un mejor manejo de fuentes, una mejor estrategia narrativa y una presencia menos folclorizada y estereotipante (que, de acuerdo a lo revisado, se presenta como una legitimación positiva). Lastimosamente, una vez realizado este análisis no es evidente una mejora en el tratamiento de la interculturalidad en la prensa, es decir, la publicación de los artículos mencionados en la Constitución y en la LOC no han garantizado un tratamiento diferente de dicha presencia.

La categoría “sin referencia a un grupo étnico” permite, por otro lado, evidenciar que las manifestaciones interculturales se están pensando únicamente a partir de los objetos culturales y no desde su relacionamiento. Con ello podríamos ampliar nuestra postura frente a la categoría intercultural, para afirmar que esa ausencia de referencialidad se da también porque la construcción de las políticas públicas se ha dado, únicamente, pensando en la actuación del Estado, sin considerar

las acciones afirmativas que se deben realizar para complementar dichos derechos, de manera que contribuyan a la equidad y al diálogo.

Finalmente, si no se reflexiona sobre las causas estructurales que provocan que las formas dispares de representación de lo intercultural en la prensa, el solo tratamiento desde la articulación de la política pública no bastará para alcanzar una comunicación intercultural que se vincula principalmente con criterios de justicia y de autonomía.

## Referencias bibliográficas

- Asunción, N. (1986). *Comunicación intercultural: la comunicación humana ciencia social*. México DF: McGraw-Hill.
- Barragán, V. y Garzón, B. (2017). Radios de las nacionalidades en Ecuador: un proceso de acción de los derechos a la comunicación. *Radios, Redes e Internet para la Transformación Social*, 8, 73.
- Cazau, P. (marzo, 2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires. Recuperado de <https://bit.ly/2vbSBY4/>
- Cruz, E. (2013). *Pensar la interculturalidad: una invitación desde Abya Yala/ América Latina*. Quito: Abya-Yala.
- El Comercio. (s/f). *Código deontológico Grupo El Comercio y Ecuadoradio*. Recuperado de <https://bit.ly/2SY446R/>
- Guerrero, A. (1997). Poblaciones indígenas, ciudadanía y representación. *Nueva Sociedad*, 150, 98-105.
- Guerrero, P. (2010). La interculturalidad solo será posible desde la insurgencia de la ternura. En Autor, *Corazonar: una antropología comprometida con la vida* (pp. 239-261). Quito: Abya-Yala.
- Gumucio, A. (2011). El derecho a la comunicación: articulador de los derechos humanos. *Razón y Palabra*, 22(1), 207-233. Recuperado de <https://bit.ly/32rvHbh/>
- INEC. (2012). *Estadística demográfica en el Ecuador*. doi.org/10.1038/ismej.2010.8/
- Lalander, R. (17 de septiembre de 2010). Dilema intercultural y lucha indígena en Otavalo-Ecuador. *Anales Nueva Época*, 107-134. Recuperado de <https://bit.ly/39XO2PR/>
- Millan, T. (2004). *Comunicación intercultural: antologías sobre la cultura popular indígena*. México DF: Conaculta.

- Quijano, A. (2000). *Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.
- Ramón, G. (1993). *El regreso de los runas: la potencialidad del proyecto indio en el Ecuador contemporáneo*. Quito: COMUNIDEC; Fundación Interamericana.
- Saffon, M. (2007). *El derecho a la comunicación: un derecho emergente*. Recuperado de <https://bit.ly/2VjVBMO/>
- Tinto, J. A. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva: un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen. *Provincia*, (29), 135-173. Recuperado de <https://bit.ly/32nlpwp/>
- Villagómez, P. y Ramírez, E. (diciembre, 2018). Abordaje de la interculturalidad en la prensa ecuatoriana. *Comunicación y Música: Mensajes, Manifestaciones y Negocios*, 748-776. Universidad de La Laguna. doi: 10.4185/cil2018-225/
- Villalva, T. (2015). *Movimiento indígena de Cotopaxi, la vinculación y uso de un medio de comunicación popular* (Tesis de maestría). Quito: UASB. Recuperado de <https://bit.ly/2vewGiR/>
- Walsh, C. (2007). Interculturalidad y colonialidad del poder: un pensamiento y posicionamiento “otro” desde la diferencia colonial. En S. Castro-Gómez y R. Grosfoguel (eds.), *El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global* (pp. 47-62). Bogotá: Siglo del Hombre.
- Walsh, C. (2012). *Interculturalidad crítica y (de)colonialidad: ensayos desde Abya Yala*. Quito: Abya-Yala.





# Participación ciudadana en la creación de la radio comunitaria Radio Bocina La Merced de Quito

Morelia Coque  
Universidad Politécnica Salesiana

Selena Guatemal  
Universidad Politécnica Salesiana

Narcisa Medranda  
Universidad Politécnica Salesiana  
nmedranda@ups.edu.ec

## Resumen

Ecuador cuenta con 1 064 emisoras de radios, entre públicas, privadas y comunitarias. Las radios comunitarias son 64 y representan el 6% total de emisoras. Quito, la capital ecuatoriana, cuenta con cinco radios comunitarias con frecuencias AM y FM. Esta investigación de tipo cualitativa-cuantitativa busca visibilizar la experiencia de la Radio Bocina como un medio comunitario no registrado en las frecuencias del espectro radioeléctrico, sino más bien como un medio que a través de internet ha mantenido a la comunidad informada. Dentro del marco teórico se contextualiza a las radios comunitarias desde una exploración en fuentes bibliográficas de estudios en Latinoamérica. Los resultados evidencian a Radio Bocina como un medio que nació a partir de una iniciativa de estudiantes de comunicación de la parroquia La Merced, en la ciudad de Quito. Este trabajo analiza las formas de participación ciudadana que se dieron para consolidar la propuesta de este medio, los conflictos y logros que se han suscitado desde su creación hasta la actualidad.

## Palabras clave

Medios comunitarios, radio comunitaria, participación ciudadana, radio, democracia.

## Introducción

Las iniciativas de comunicación para el desarrollo inscriben al proceso comunicativo como un referente de participación ciudadana

y transformación social. En ese sentido, los medios comunitarios se gestan a partir de propuestas organizativas que refuerzan el empoderamiento de una comunidad, parroquia o región porque nacen a partir de las propias necesidades e intereses de los actores sociales.

Los medios alternativos y/o comunitarios son fuentes de auto-determinación política y ejercen un papel trascendental en la toma de decisiones de los gobiernos locales. Es así que la exploración de una de las experiencias de radios comunitarias en la ciudad de Quito se hace esencial para proponer un referente de comunicación para el desarrollo y generar debates en torno a las nuevas propuestas comunicacionales que se manifiestan en la actualidad.

La presente investigación propone entender las “formas de combinar el periodismo profesional y el denominado periodismo ciudadano” (Barranquero y Meda, 2015, p. 150), a partir del estudio de la radio comunitaria Radio Bocina. Además, se busca analizar la participación ciudadana en el proceso de creación de dicha radio comunitaria en la ciudad de Quito, a través de la exploración en fuentes primarias y recolección de datos empíricos.

### ***Acercamiento conceptual de los medios comunitarios***

Una de las formas de entender el origen de los medios comunitarios es la reflexión en torno a la situación de desigualdad social que viven los países de América Latina. Los intereses de los medios de comunicación masivos responden a las exigencias de las clases dominantes y grupos de poder. Esta situación imposibilita la capacidad de que la ciudadanía pueda ejercer un papel activo en la toma de decisiones dentro de sus espacios de convivencia. Es así que las formas alternativas de comunicación se derivan de la búsqueda de participación de los ciudadanos conformados en una comunidad.

La aproximación teórica de los medios comunitarios “engloba un significado unívoco partiendo del uso de dos palabras fundamentales:

medios y comunidad” (Ferro y Roura, 2013, p. 10). A pesar de que las iniciativas organizativas se han desarrollado con mayor énfasis en sectores rurales, el término “comunidad” también refiere a la población urbana y de agrupaciones diversas con intereses o problemáticas comunes. Así, se entiende que los medios comunitarios traspasan la línea de lo tradicional y lo alternativo, porque más allá de su conformación hacen referencia a la incidencia de los ciudadanos dentro de la construcción de contenidos y difusión de mensajes.

“Distintos pueden ser los propósitos de las entidades, puesto que cada comunidad representa una realidad única y peculiar con sus problemas y necesidades” (Ferro y Roura, 2013, p. 15), las experiencias de los medios comunitarios parten de distintas formas de organización social y de requerimientos en torno a las situaciones de escasez de los grupos más vulnerables. “Los medios comunitarios están llamados a jugar un importante papel en el desarrollo, especialmente dentro de las comunidades pobres y de las áreas rurales o marginadas” (Milán, 2006, p. 270), tienen una responsabilidad social frente al otro, porque lo restaura, lo empodera y le acompaña en la reivindicación de sus derechos.

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) planteó a partir de 2013 en el Ecuador no solo la reserva del 34% del espacio radioeléctrico para medios comunitarios, sino que reiteró el concepto de medios comunitarios como medios creados a partir de organizaciones de la sociedad civil o colectivos sociales. Este concepto marca una diferencia sustancial con los medios públicos y privados, pero en relación al proceso de obtención de frecuencias no se halla la misma diferenciación. Por tanto, se deja en consideración que la función de los medios comunitarios es “producir objetos que son el fruto de experiencias subjetivas en el espacio y tiempo de la realidad local que es cercana y compartida y que no es considerada como materia prima en bruto para ser mediatizada y vendible” (Belotti y Cerbino 2016, p. 51).

## *Concepto y contextualización de las radios comunitarias*

Un medio alternativo, libre y popular que se desarrolla “en la comunidad, para la comunidad, cerca de la comunidad y por la comunidad” (AMARC, 2005). Así se define de forma concreta a una radio comunitaria. Las propuestas, intereses, iniciativas, líneas políticas y actores sociales que estos medios toman en consideración para su consecución, emergen desde la participación colectiva y el bien común de las personas que intervienen en la creación y permanencia del mismo.

A partir del ejercicio de democratización de la comunicación, las radios comunitarias se conforman de manera independiente, es decir, a partir de las iniciativas organizativas “lo que está en juego es la creación de instancias de descentralización de la información y de la capacidad para comunicarse, ante un país acostumbrado a que la opinión pública sea manejada por unas pocas cadenas radiales” (Álvarez, 2008, p. 67). En el Ecuador, el mayor porcentaje de frecuencias radiofónicas corresponde al ámbito público y privado.

En América Latina, un punto de referencia con respecto a las radios comunitarias es Argentina. En este país hasta el año 2008 existían más de 175 radios comunitarias de un total de 1 940 frecuencias entregadas, esto representaba el 9% del total de radios (la mayor cantidad de radios comunitarias reconocidas por la Constitución) (FARCO, 1998, p. 2).

En Ecuador, la incidencia permanente de redes como las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), lo configuró como uno de los primeros países en incluir en mayor porcentaje a los medios comunitarios, frente a públicos y privados, en la ley de comunicación. Sin embargo, según los datos registrados en la página oficial del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM) (2018), apenas cinco radios comunitarias se encuentran registradas en la ciudad de Quito.

## *Participación ciudadana a través de las radios comunitarias*

Azucena Serrano (2015) habla sobre la injerencia de la ciudadanía en los asuntos públicos. En su investigación conceptualiza a la participación ciudadana como “aquella donde la sociedad posee una injerencia directa con el Estado; asimismo, tiene una visión más amplia de lo público. Esta participación está muy relacionada con el involucramiento de los ciudadanos en la administración pública” (p. 96). Asimismo, Serrano considera que la categoría de ciudadanía nació para referirse al grupo de personas que tenían la responsabilidad de decidir y guiar. A su vez, se caracteriza por la participación directa del ciudadano en diferentes espacios donde puedan ser escuchados.

La participación ciudadana no se evidencia en una simple forma, sino que puede presentarse en la sociedad desde diversos actores y en diferentes niveles. En ese sentido, Guillen (*et al.*, 2009) señala:

Las manifestaciones de la participación ciudadanía son muy altas, en las sociedades que tratan de consolidar un régimen democrático, este fenómeno ocurre simultáneamente en diversos espacios, con culturas muy diversas, pero todas con un objetivo central, el de dar solución a problemas de interés social (p. 5).

Está claro que la participación no se puede entender de la misma forma o a partir de los mismos indicadores o resultados, por eso es preciso explorar las propuestas de medios comunitarios con una visión amplia y no estereotipada. Para entender de mejor manera lo que implica la participación ciudadana con respecto a los medios de comunicación en el país, la LOC (2013) señala que:

La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento

de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación (art. 38).

Entender a la participación ciudadana implica profundizar también el concepto de democracia desde su origen hasta sus debates y aspiraciones actuales. Asegurar que “la democracia es la forma de gobierno en la que los ciudadanos participan, es una verdad a medias ya que tenemos que aclarar quiénes son los ciudadanos, de qué participación se trata y cuáles son sus modalidades” (Ziccardi, 2004, p. 43).

Así mismo, en cuanto al término “democracia”, Narcisa Medranda (2017) plantea que:

La democracia se fundamenta en los ciudadanos. Son estos los sujetos y objetos de la democracia y sus dimensiones civiles, culturales y sociales. Una incorporación a la participación activa de dicha ciudadanía en el seguimiento, control y validación de las instituciones que son las que concentran el poder y lo gestionan (p. 44).

Democracia, participación y comunicación van de la mano, porque implican la intervención de actores sociales que construyan y reconstruyan hechos y fenómenos sociales en la búsqueda de soluciones e interpretaciones a la realidad actual. Los tres términos tienen diferentes acepciones y se determinan a través de las distintas formas en las que los ciudadanos intervienen dentro de su comunidad.

### *Radios comunitarias en Ecuador*

En Ecuador, la Constitución (2008) alude a la futura LOC cuando establece que:

El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación,

con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana (art. 384).

La Constitución motivó la aprobación de la LOC en junio de 2013, una ley que posibilitó la creación de una normativa de frecuencias en Ecuador, al determinar que:

Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios (LOC, 2013, art. 106).

Posteriormente, en febrero de 2019, la Asamblea Nacional emitió la Ley Orgánica Reformatoria a la LOC, donde manifiesta:

Sustitúyase el artículo 106 de la Ley Orgánica de Comunicación, por el siguiente: Artículo 106.- Reserva del espectro radioeléctrico.- La autoridad de telecomunicaciones planificará el uso del espectro radioeléctrico para difusión de señal abierta para medios públicos, privados y comunitarios. Se reservará hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario en función de la demanda y de la disponibilidad, porcentaje máximo que deberá alcanzarse progresivamente. El 66% del espectro restante será asignado para el sector público y privado en función de la demanda, no debiendo exceder la asignación de frecuencias al sector público un porcentaje del 10% del espectro (Ley Orgánica Reformatoria a la LOC, 2019, art. 87).

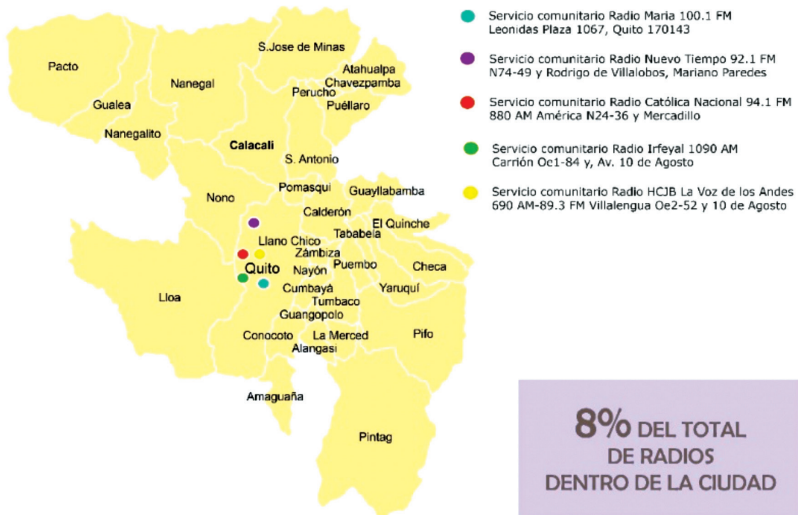
En este sentido, el informe de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), publicado en enero de 2019, manifiesta que en Ecuador existe un total de 1 064 radios, de las cuales 64 corresponden a radios comunitarias, que representan el 6% del total de frecuencias.

Según la Lista de Medios de Comunicación 2018, publicada en el portal del CORDICOM, en la ciudad de Quito existen en total 66 radios



registradas con frecuencia, de las que apenas cinco radios son comunitarias, lo que corresponde a un 8% del total. Dos de estas radios tienen una asignación de frecuencia en AM y otra en FM (CORDICOM, 2018).

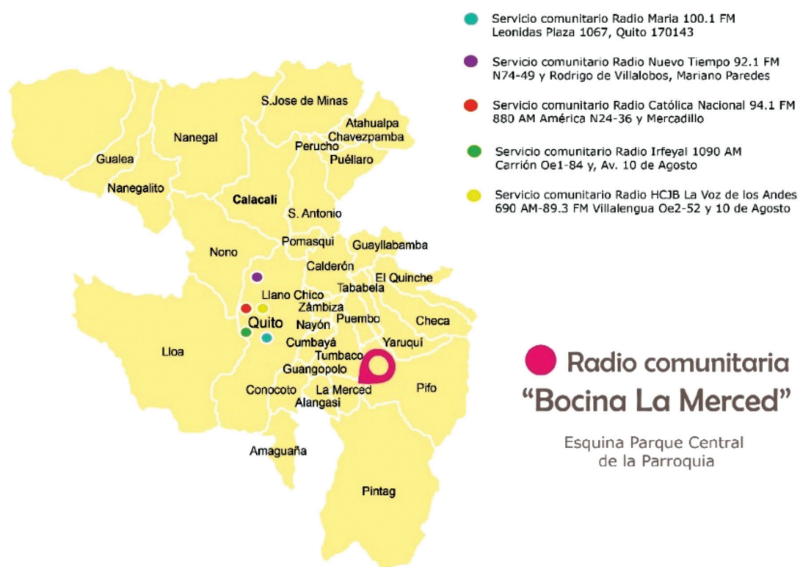
Figura 1  
Radios comunitarias que existen dentro de la ciudad de Quito



Fuente: las autoras a partir de CORDICOM, 2018

Sin embargo, la problemática a la que esta investigación se acerca, es a la realidad de aquellas radios comunitarias no registradas en los sistemas de control, que por la necesidad de darle voz a la comunidad, han debido existir a partir de la virtualidad y no por la asignación de una frecuencia. Dentro de este grupo se encuentra Radio Bocina La Merced, que fue creada en 2005 por un grupo de estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la UPS-Quito.

Figura 2  
Ubicación de Radio Bocina La Merced dentro de la parroquia



Fuente: las autoras

Es pertinente investigar este fenómeno porque permite visibilizar una de las experiencias de comunicación emergente que se desarrollan en una de las parroquias rurales de la ciudad de Quito, desde el proceso de creación de la radio, su evolución y su accionar en la actualidad. Además porque se puede entender las diferentes formas de participación ciudadana y conciencia política que ejerce la comunidad cuando se vincula a iniciativas comunicacionales.

### *Radio Bocina La Merced: una iniciativa dentro de la ciudad*

La propuesta de Radio Bocina inició en 2005, a partir de la idea de un grupo de estudiantes de instalar un parlante en el parque central

de La Merced. Este acercamiento a la comunidad se fue estructurando durante varios años hasta conformarse como una radio comunitaria y definir su nombre como Radio Bocina La Merced.

En la actualidad, la radio tiene sus instalaciones cerca del parque central de la parroquia, en el domicilio del comunicador social Fabián Iza, coordinador y uno de los fundadores de este medio. La radio *online* interviene en temas rurales, participación social y se relaciona con proyectos de la comunidad.

## Metodología

El presente artículo se encuentra dentro de la línea de investigación “comunicación y ciudadanía”, porque ofrece una aproximación a la realidad de la parroquia La Merced con respecto al trabajo de Radio Bocina, desde su fundación. En este sentido, se explican los procesos de empoderamiento político que ejerce la comunidad a través de una iniciativa de comunicación para el desarrollo. Dentro de esta línea, el eje temático correspondió a “medios y ciudadanía”, que como lo señala Rómel Montesinos (2011):

El ser humano es concebido desde todas las filosofías, incluida las percepciones andinas y religiosas, como un sujeto social, que requiere de sus semejantes para comunicarse y desarrollarse como tal, posibilitado por los medios y técnicas de comunicación que facilita la interacción entre las personas (p. 18).

Se establece que esta investigación no solo concibe como medios de comunicación a aquellos que tienen un alcance masivo, sino a todos los medios emergentes, alternativos, populares y/o comunitarios, que nacen a partir de la necesidad de ejercer la comunicación como un derecho del ser humano.

El alcance de la investigación fue exploratorio, porque no existen trabajos previos relacionados a esta radio comunitaria. A decir de Hernández (*et al.*, 2010), “los estudios exploratorios son como realizar un

viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ningún documental ni leído algún libro, sino que simplemente alguien nos hizo un breve comentario sobre el lugar” (p. 79).

Para la ejecución de este trabajo se utilizó una metodología mixta, que “es un paradigma en la investigación relativamente reciente (últimas dos décadas) e implica combinar los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio” (Hernández *et al.*, 2006, p. 37). En los siguientes párrafos se explica la ejecución de cada uno de ellos.

En primer lugar, la metodología cualitativa según Blasco y Pérez (2007), “estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (p. 25). Es así que la recopilación de información se realizó a partir de un trabajo de campo y de una búsqueda profunda de datos estadísticos actualizados, dentro de los organismos de control dentro del país. En ese sentido, se ha escogido el diseño de la teoría fundamentada porque hace un “énfasis particular en la naturaleza socialmente construida de la realidad” (Páramo, 2015, p. 9), es decir, antes de iniciar el trabajo de campo se construyó un sustento teórico en relación a los medios comunitarios, radios comunitarias, participación ciudadana y democracia.

Una vez contextualizado el problema de estudio, se investigó la realidad actual de las radios comunitarias en Ecuador. Los documentos explorados fueron: la Constitución del Ecuador (2008), la LOC (2013) y su ley reformativa (2019), los informes de 2018 de la ARCOTEL y los informes de 2019 del CORDICOM.

Se utilizó un diseño narrativo, puesto que en términos generales “es la descripción de la re-historia, de la estructura narrativa y de las variedades de la experiencia” (Huchim y Reyes, 2013). Para este diseño se han realizado entrevistas semiestructuradas a Fabián Iza (coordinador actual de Radio Bocina), Verónica Ramos (expresidenta de la radio) y Vanesa Andrango (pobladora de La Merced y partícipe activa en este medio). Por otro lado, se realizaron cinco entrevistas a pobladores de La

Merced, a quienes se les preguntó en torno al conocimiento que tienen sobre Radio Bocina y a su participación como actores dentro de la parroquia y de este medio. De igual forma, se entrevistó a tres líderes de la parroquia: Rosa Chuquimarca (presidenta del GAD parroquial), Vinicio Chasipanta (presidente del barrio Palmeras, uno de los 26 barrios que conforman la parroquia) y César Novoa (párroco). Los formatos de las entrevistas y las transcripciones se encuentran registrados en los anexos de la investigación.

Este proceso se llevó a cabo bajo un plan de muestreo intencional, tomando en cuenta el grado de cercanía de los actores con respecto a Radio Bocina. Dentro del diseño narrativo, además, “el investigador recolecta datos sobre las historias de vida y experiencias de determinadas personas para describirlas y analizarlas” (Salgado-Levano, 2007), por tanto, se buscó documentos, fotografías, materiales personales, testimonios de cada uno de los participantes, para describir el entorno temporal y espacial de los acontecimientos.

El método cuantitativo, por otra parte, “pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población)” (Hernández *et al.*, 2006, p. 6). Por tanto, este tipo de investigación requirió la técnica de encuestas con preguntas cerradas para obtener datos objetivos con respecto al reconocimiento que ha tenido Radio Bocina desde sus inicios dentro de la parroquia.

Las encuestas fueron de tipo no probabilístico y se realizaron con una muestra de ochenta personas que se encuentran en zonas cercanas al parque central de La Merced, donde se ubica la radio. El *target* propuesto fue: hombres y mujeres que son originarios de la parroquia, con un mínimo de 10 años de permanencia dentro de esta y edades entre 22 y 80 años.

Para la interpretación de resultados se llevó a cabo un análisis comparativo de las entrevistas con respecto a cada una de las preguntas que fueron estructuradas con anterioridad. Asimismo, la interpretación de las encuestas se hizo a través de gráficos estadísticos que mostraron el

promedio de personas que conocen o han intervenido de forma activa o pasiva dentro de Radio Bocina.

Una vez obtenidos esos datos, las conclusiones se establecieron en torno a una comparación de los datos cualitativos y cuantitativos, y las estadísticas actuales presentadas por ARCOTEL y CORDICOM con respecto a radios comunitarias. De esa forma, se presentó una crítica frente a las exigencias de la actual LOC en torno a radios comunitarias en parroquias periféricas de la ciudad de Quito y frente al nivel de empoderamiento social que ejerce Radio Bocina en la actualidad.

### **Información general de Radio Bocina en la parroquia La Merced**

A partir de la entrevista realizada al fundador y coordinador de Radio Bocina, Fabián Iza, se conoció que este medio nació en el año 2005, como una iniciativa de un grupo de estudiantes de comunicación social. Ellos se propusieron desarrollar un proyecto de comunicación para el desarrollo que incentive diálogos entre autoridades, líderes comunitarios y moradores de la parroquia La Merced.

Según los testimonios de Verónica Ramos y Vanesa Andrango, promotoras de dos programas de Radio Bocina, la idea empezó desde un parlante ubicado en el parque central de La Merced: un altavoz que no tenía ninguna frecuencia. Fabián Iza manifestó que las actividades no tuvieron un fin lucrativo, sino buscaban ayudar a los habitantes de la parroquia a través de su trabajo. Este medio hizo posible la creación de un periódico y una TV comunitaria dentro de la misma parroquia.

Fabián Iza destacó que cuando fue designado presidente de la Junta Parroquial de La Merced, en 2010, pudo involucrar a la comunicación para el desarrollo dentro de los aspectos de la planificación de su gestión. Iza afirmó que Radio Bocina pasó a formar parte del GAD y con ello accedió a un mejor funcionamiento dentro de la parroquia.

La visión de los líderes comunitarios y moradores que fueron entrevistados concuerda con el testimonio de Iza, definiendo a Radio Bocina como un medio que llegó a conocerse a partir de la gestión local en el año 2010. La señora Rosa Chuquimarca, actual presidenta, reafirmó que este medio fue un proyecto comunicacional de estudiantes que se vincularon al GAD parroquial.

Tanto el párroco César Novoa como el líder barrial Vinicio Chasi-panta, consideran a este medio como un proyecto que empezó a gestarse desde el trabajo y la lucha permanente de Fabián Iza, pues ha coordinado las actividades de Radio Bocina desde sus inicios hasta su funcionamiento en la actualidad. De acuerdo al testimonio de los moradores, Iza es una persona reconocida dentro de La Merced.

## **Producción y difusión de contenidos**

Las entrevistas realizadas a los moradores y líderes comunitarios de La Merced, muestran a Iza como la persona más reconocida dentro de Radio Bocina. De hecho, no se obtuvo otros nombres de personas que hayan intervenido dentro de las actividades de este medio. Sin embargo, las entrevistas realizadas a Ramos y Andrango evidencian que esta radio también estuvo integrada por un grupo de jóvenes originarios de La Merced.

Iza explicó que la planificación inicial de los programas se llevó a cabo en reuniones con el grupo de estudiantes de la UPS y un grupo de jóvenes propios de La Merced. Andrango, recuerda que en estos encuentros se proponían los contenidos a tratarse en las próximas entrevistas. Uno de estos encuentros está registrado en un acta de sesión ordinaria de Radio Bocina. En este documento se evidencia la participación de siete personas, quienes trataron dos temas: “revisión de convenios con el GAD parroquial de La Merced” y “elección de la Nueva Directiva de la Organización Comunitaria Radio Bocina de La Merced”. Según Verónica Ramos, las personas que se vincularon a la producción de contenidos

no eran expertas, sino que tenían la motivación de mejorar la comunicación entre los vecinos. Según Iza, se pretendía identificar hacia dónde debe direccionarse el ejercicio público, la participación de autoridades locales, municipios y prefecturas.

Ramos fue presidenta de Radio Bocina de 2011 a 2014, es decir, durante la gestión local de Fabián Iza. En esos años, el GAD, junto con otras instituciones, dio capacitaciones en temas de radiodifusión a la comunidad. Esto se evidencia en un certificado emitido por la Junta Parroquial de La Merced por la participación de Radio Bocina en el ciclo de talleres Producción Radiofónica y Proyecto Político Comunicativo. El documento fue entregado el 11 de mayo de 2013.

También se documentó un certificado emitido por la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y la agencia internacional Catholic Relief Services (CRS) con el tema Jornada de Comunicación Intercultural para Periodistas: Tejiendo Puntos de Encuentro, realizado en septiembre de 2013. Ramos manifestó que ALER fue una institución que brindó espacio de comunicación a través de internet y capacitación en estructuración de programas en base a problemáticas sociales.

El Municipio de Quito (IMQ) fue una institución que también brindó capacitaciones a Radio Bocina con temas relacionados a la producción radiofónica. Se emitió un certificado desde la Administración Zonal Los Chillos y las radios Distrito 102.9 FM y Municipal 720 AM en reconocimiento al I Taller de Radio para Comunicadores Comunitarios. Este documento se entregó en agosto de 2013. También poseen un certificado de participación en el Taller de Producción Radial y Elaboración de Guiones.

En el año 2014, Iza dejó de formar parte del GAD parroquial y Radio Bocina se desvinculó de esta institución. Por tal motivo, Ramos firmó un “contrato de prestación de servicios técnicos especializados” para instalar temporalmente un estudio de radio en el barrio La Cocha y mantener la funcionalidad de Radio Bocina. Andrango aseguró que



en esa transición de autoridades locales, las reuniones con el equipo se mantenían en el domicilio de Verónica Ramos.

También se obtuvo un documento dirigido al GAD parroquial en el que se registra la entrega de 24 CD originales y 24 copias con entrevistas a los diferentes dirigentes barriales de la parroquia La Merced. Aquí se señalan los nombres de los 24 presidentes barriales que fueron contactados y entrevistados por Radio Bocina. La recepción del documento se realizó el 26 de junio de 2014 por Lucia Quinga, aunque no tiene la firma de la presidenta Rosa Chuquimarca.

El líder barrial Vinicio Chasipanta, quien lleva coordinando el barrio Palmeras desde hace 25 años, considera que Iza fue la cabeza principal dentro del trabajo de Radio Bocina desde su creación. Sin embargo, la actual presidenta aseguró que las personas que intervinieron dentro de Radio Bocina, además del señor Fabián Iza, fueron el grupo de estudiantes de comunicación con quienes él realizó prácticas preprofesionales dentro del GAD parroquial. La actual presidenta del gobierno local también afirmó que el último trabajo que realizó Iza antes de terminar su gestión fue la historia de cada uno de los barrios en Casa Somos, sobre los dirigentes que se vincularon a Radio Bocina. En relación con los datos anteriores, se comprende que ese trabajo comunicacional fue realizado por todo el grupo de jóvenes que ya se conformaban dentro de Radio Bocina como un medio comunitario.

Al comparar con las entrevistas realizadas a los moradores en relación a los contenidos que se emitieron dentro de la programación de Radio Bocina, la mayoría de los entrevistados comentó que estos obedecían a las necesidades de la parroquia. Uno de los moradores considera que este medio ponía en evidencia las problemáticas de La Merced, pero que no tuvo el apoyo ciudadano para mantenerse en funcionamiento.

Así mismo, según el testimonio de Natalia Chuquimarca, deportista y madre de familia de La Merced, Radio Bocina pretendía rescatar las culturas y las tradiciones que tiene la parroquia, proponiendo conte-

nidos relacionados a las fiestas de Semana Santa o leyendas de Villivaro. De acuerdo a su experiencia, Radio Bocina estuvo pendiente de las necesidades de cada uno de los barrios de la parroquia.

Desde la percepción del artista Guillermo Sosa, el trabajo que realizaba Radio Bocina consistía en preguntar a la población acerca de las necesidades de cada uno de ellos. Él considera que el propósito de la radio fue el acercamiento con las autoridades de la ciudad de Quito, para que puedan conocer e intervenir en las problemáticas dentro de La Merced. Según el entrevistado, Fabián Iza fue la persona que realizó los trámites para obtener la radio.

Iza explicó que desde los años de fundación de Radio Bocina se ha mantenido una lucha por la asignación de una frecuencia radiofónica. Aseguró que en 2017 participaron en el último concurso de asignación de frecuencias, pero que por falta de capital no pudieron acceder a una. Este medio se mantiene desde una plataforma *on-line* a pesar de tener cerca de catorce años de funcionamiento.

## **Procesos de participación ciudadana**

A partir del acercamiento a los habitantes, Fabián Iza empezó a convocar a jóvenes de La Merced para crear talleres que impulsen la idea de proponer un medio para la comunidad. Este grupo de reporteros tuvo la iniciativa de hacer entrevistas en los encuentros barriales, así lo señala Natalia Chuquimarca quien recuerda haber sido entrevistada por este grupo, al ser una deportista destacada dentro de La Merced.

Una de las actividades que se nombraron en varias entrevistas fue el contacto que tuvo Radio Bocina con 24 barrios de La Merced, un esfuerzo que, según Verónica Ramos, no había sido realizado antes. El presidente del barrio Palmeras, Vinicio Chasipanta, aseguró que Fabián Iza siempre ha asistido a las reuniones del barrio y ha brindado apoyo en cuanto a las necesidades de la comunidad y la denuncia de obras no ejecutadas, ante las autoridades municipales.

En alguna ocasión, Radio Bocina también entrevistó al párroco César Novoa, quien presta sus servicios dentro de la parroquia desde hace seis años. De acuerdo a su testimonio, la entrevista se relacionó a temas personales y vivenciales. El sacerdote considera que Radio Bocina debe acercarse más a la comunidad para poder definirla como una radio comunitaria, pues, según su criterio, solo se reconoce el trabajo de Fabián Iza desde un aspecto personal.

Guillermo Sosa, quien se ha dedicado desde joven al arte y la pintura, manifestó haber participado en Radio Bocina en una entrevista que recogió la historia de los parroquianos, pintores y artistas que llevaron su vida junto al reconocido maestro Gonzalo Endara Crow. Sosa considera que Radio Bocina ha estado pendiente de temas culturales dentro de La Merced.

Desde 2014, Radio Bocina se desvinculó del GAD parroquial. Según Iza, este medio empezó a responder a intereses parcializados, pero desde la opinión de la actual presidenta Rosa Chuquimarca, Radio Bocina debería tener como propósito el beneficio de la parroquia y no beneficios personales.

En la actualidad se evidencia la escasa relación entre Radio Bocina y el GAD, puesto que según los testimonios de los moradores no existe ningún vínculo entre la institución y este medio. En ese sentido, las opiniones de los entrevistados concuerdan en que debería haber un apoyo por parte del GAD hacia la radio, para que pueda generarse una mayor participación y financiamiento.

Según los testimonios de Verónica Ramos y Fabián Iza, la radio empezó a trabajar de forma independiente puesto que los contenidos que emitían no iban de acuerdo a los intereses de la nueva directiva y, por tanto, creen imposible reestructurar la relación con el GAD. Además, dentro de las entrevistas coincidieron en que hubo un robo de equipos durante el cambio de autoridades, lo que generó mayores conflictos entre estos actores sociales. Sin embargo, el aspecto crucial que

afectó a Radio Bocina fue la decisión del IMQ de exigir la revisión de los contenidos de cada programa radial que quería ser emitido en las radios comunitarias, es decir, primero debían ser supervisados por el gobierno seccional. Ellos consideran que la LOC se convirtió en una amenaza hacia los medios comunitarios, porque sus programas debían ser censurados para no afectar a los intereses de las instituciones.

Radio Bocina se vio afectada por estos cambios dentro de la parroquia y, según Iza, se fue perdiendo la confianza que se había ganado en la comunidad, lo que se puede interpretar en los testimonios de los moradores. Una de las entrevistadas comentó que, aunque Fabián le invitó a formar parte de sus actividades, decidió no vincularse porque ha considerado que los intereses responden a temas personales y no de un medio comunitario. Por otro lado, según el testimonio de Natalia Chuquimarca, Radio Bocina ha estado pendiente de la opinión de la parroquia, pues recuerda que hace unos años se realizó una encuesta para identificar la funcionalidad que podría tener un medio de comunicación dentro de La Merced.

## **Aportes de Radio Bocina desde la opinión ciudadana**

Las entrevistas realizadas a líderes comunitarios dentro de la parroquia La Merced dieron resultados diversos. En primer lugar, al preguntar sobre el aporte que brindó Radio Bocina a la parroquia, el párroco César Novoa comentó que ha existido apoyo hacia la Iglesia y toda la comunidad por parte de Fabián Iza, sin embargo, reafirmó que Radio Bocina como un medio comunitario necesita ser más conocido por las personas de La Merced.

La presidenta del GAD parroquial manifestó que el aporte que brindó Radio Bocina fue temporal, es decir, el trabajo de la radio se evidenció durante la gestión local de Fabián Iza. Del mismo modo, considera que para que Radio Bocina sea un medio comunitario debe estar manejado por varias personas que quieran buscar beneficios para la comunidad.

Desde la perspectiva del líder comunitario Vinicio Chasipanta, Radio Bocina ha acompañado a 18 barrios de La Merced en las luchas y protestas por obras no ejecutadas por el IMQ y otras instituciones dentro de la parroquia. El entrevistado comentó, además, que este medio se ha vinculado con los presidentes barriales para ponerse al frente de la comunidad y reclamar sobre las necesidades que no se han tomado en cuenta por los gobiernos locales y prefecturas.

En relación a las opiniones de los moradores de La Merced, cuatro de ellos coinciden en que Radio Bocina ha brindado aportes hacia la parroquia, porque ha permitido que la comunidad se entere de las obras que se están ejecutando, algunos eventos deportivos y también de las necesidades que existen en cada uno de los barrios. Además, consideran que les ha permitido promocionarse como una parroquia turística en zonas cercanas de Quito.

Según los moradores, el proyecto comunicacional de Radio Bocina permite que la gente se entere de lo que sucede en la parroquia. Además, consideran que es una idea que no existe en todas las parroquias y que permite acercarse a las necesidades y difundirlas a toda la población. Uno de los entrevistados considera que Radio Bocina debe tener un alcance a nivel del Valle de los Chillos, para tener contacto con los gobiernos parroquiales y junto con ellos buscar soluciones a sus necesidades.

### **Percepción actual de Radio Bocina en la parroquia La Merced**

La información referente a Radio Bocina y las actividades que se llevan a cabo en la actualidad se ha podido constatar en las transmisiones que se dan a través de la plataforma Creandino.com, desde la coordinación de Fabián Iza. Según la opinión del coordinador del medio, la radio actualmente tiene un alcance en línea a nivel internacional y este aumenta gracias al uso de redes sociales.

Iza considera que a través de las nuevas tecnologías han logrado generar un diálogo directo e interacción con la audiencia. La radio se transmite de diez de la mañana a diez de la noche y las entrevistas en vivo se emiten a partir de las cinco de la tarde. Iza, además, aseguró que están abiertos a iniciativas comunicacionales de estudiantes o de moradores de la misma parroquia. En la actualidad, Radio Bocina se mantiene en funcionamiento en el domicilio de Fabián Iza, donde se construyó un estudio de radio.

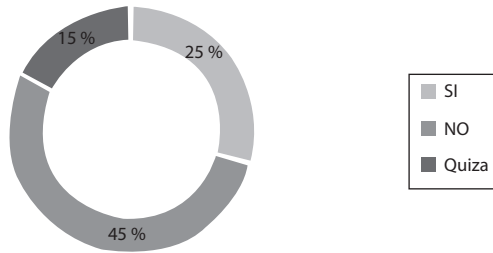
Este medio, actualmente, genera debates con representantes de partidos políticos postulantes a las próximas elecciones seccionales. A pesar de que Radio Bocina mantiene sus actividades a través de internet, los líderes comunitarios y moradores entrevistados tienen la percepción de que la radio no está en funcionamiento en la actualidad. Por esta razón existe cierto desconocimiento de los programas que emite el medio dentro de La Merced.

Todos los entrevistados consideraron que Radio Bocina debe retomar o mantener sus actividades y que estas deben estar enfocadas en el ámbito cultural, pues uno de ellos considera que se puede generar contenidos sobre las costumbres que tiene la parroquia. Otro entrevistado reiteró que este medio debe mantenerse en funcionamiento, para que difunda las necesidades de los barrios hacia las autoridades locales y centrales. La presidenta del GAD considera que Radio Bocina debe estar en funcionamiento siempre y cuando se mantenga un trabajo honesto y no ofensivo dentro de La Merced.

El reconocimiento actual de Radio Bocina y la percepción de los moradores de La Merced se pudo aclarar desde la aplicación de una encuesta, cuyos resultados se muestran en los siguientes gráficos:

Figura 1  
 Conocimiento de Radio Bocina en la parroquia La Merced

**1. ¿Ha escuchado hablar sobre “Radio Bocina” dentro de la parroquia La Merced?**

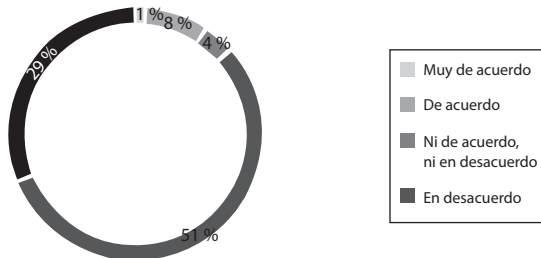


Fuente: las autoras

La figura 1 muestra que el 45% de encuestados manifiesta no tener conocimiento sobre Radio Bocina, el 25% representa a las personas que sí reconocen la existencia de Radio Bocina dentro de la parroquia y el 15% manifiesta que quizás tiene algún conocimiento sobre este medio de comunicación (la muestra fue de ochenta encuestados).

Figura 2  
 Conocimiento del proceso de creación de Radio Bocina

**2. ¿Usted conoce sobre el proceso de creación de Radio Bocina dentro de la parroquia La Merced?**

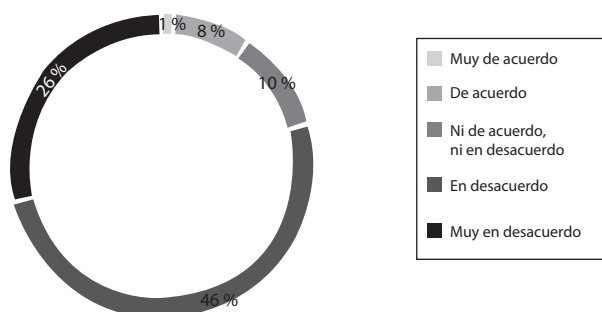


Fuente: las autoras

Los resultados obtenidos de las encuestas arrojan que el 51% de los encuestados está en desacuerdo, mientras que el 29% estima que no se debió crear esta radio y solamente, el 8% está de acuerdo en la creación del medio comunitario. Cabe indicar que existe un 4% de los encuestados que dicen no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Sin embargo, el 1% está muy de acuerdo, lo que implica un escaso conocimiento sobre el proceso de creación de Radio Bocina.

Figura 3  
Conocimientos sobre los contenidos

**3. ¿Usted tiene conocimiento sobre los contenidos emitidos por Radio Bocina?**



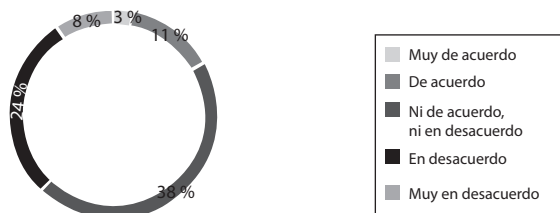
Fuente: las autoras

En las encuestas aplicadas se visibiliza que el 46% de encuestados respondió estar en desacuerdo y el 26% respondió estar muy en desacuerdo, lo que demuestra el desconocimiento de las actividades realizadas dentro de la programación de este medio. El 10% contestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 8% corresponde a de acuerdo y el 1% a muy de acuerdo. Las estadísticas muestran porcentajes mínimos de personas que tienen conocimiento sobre los contenidos de Radio Bocina.



Figura 4  
Participación ciudadana en Radio Bocina

**4. ¿Esta usted de acuerdo con la partícula  
ciudadana en Radio Bocina dentro de La Merced?**

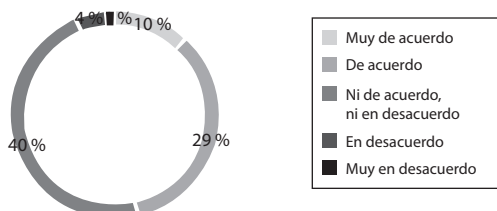


Fuente: las autoras

Se puede observar que en la cuarta pregunta existen criterios divididos con respecto a la participación ciudadana en la creación de Radio Bocina. Se evidencia que el 38% representa a ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que se interpreta como un desinterés o apatía de los moradores por conocer sobre la participación de la comunidad dentro de este medio. El 24% representa a desacuerdo y el 11% expresa estar de acuerdo. Los porcentajes mínimos representan el 8% que manifiesta estar muy en desacuerdo y el 3% que asume estar muy de acuerdo. Se evidencia una falta de participación de los moradores en Radio Bocina.

Figura 5  
Beneficio de Radio Bocina a la parroquia La Merced

**5. ¿Cree que Radio Bocina brindó  
un beneficio a la parroquia?**

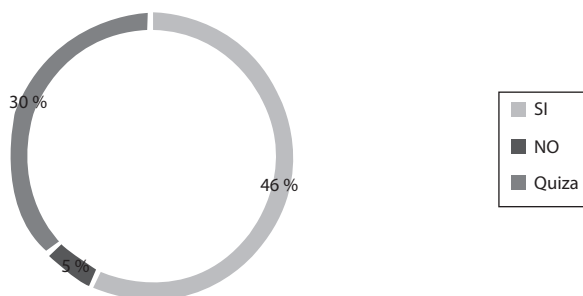


Fuente: las autoras

Se puede evidenciar que según la percepción de los moradores de la parroquia La Merced, el 40% representa a ni de acuerdo ni en desacuerdo, que constituye el desinterés sobre el aporte que brindó Radio Bocina a la parroquia. Al contrario, el 29% de moradores encuestados están de acuerdo, mientras que el 10% está muy de acuerdo sobre los beneficios que Radio Bocina brindó a la parroquia. El mínimo porcentaje corresponde al 4% que manifiesta estar en desacuerdo y el 1% muy en desacuerdo. Esto evidencia que la mayoría de encuestados afirman que Radio Bocina es un medio beneficioso para La Merced.

Figura 6  
Radio Bocina como medio comunitario en la parroquia La Merced

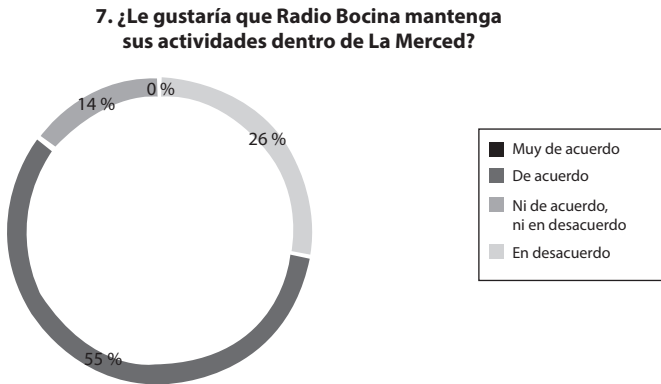
**6. ¿Considera a Radio Bocina como un medio comunitario dentro de La Merced?**



Fuente: las autoras

Se observa que la mayoría de moradores entrevistados consideran que Radio Bocina es un medio comunitario dentro de La Merced, pues el 46% dio como respuesta un sí, seguido del 30% que quizá lo consideran como un medio comunitario. El mínimo porcentaje corresponde al 5% que tuvo como respuesta un no al considerar a la radio como un medio comunitario.

Figura 7  
Actividades de Radio Bocina en la parroquia La Merced



Fuente: las autoras

Con la pregunta n° 7 se trató de dar apertura a que los encuestados expongan si les gustaría que Radio Bocina mantenga sus actividades dentro de la parroquia La Merced. Por lo que el 55% manifestó estar de acuerdo con la permanencia de las actividades, seguido del 26% que da respuesta al muy de acuerdo. Por último, un 14% representa a ni de acuerdo ni en desacuerdo. A pesar de que los mayores porcentajes dieron una respuesta afirmativa, se evidenció un porcentaje de encuestados con poco interés por las actividades de este medio de comunicación.

## Conclusiones

Si se considera que en Ecuador existe un total de 198 radios públicas, 802 emisoras privadas y 66 radios comunitarias, estas últimas representan apenas el 6% del total de radios con frecuencia en AM y FM. Este porcentaje está lejos del 34% que establece la LOC a partir de su aprobación en 2013 y su reforma en 2019. Si bien la ley impulsó la creación de más radios comunitarias, hasta hoy no se alcanza el porcentaje

que señala la normativa, prevaleciendo el sector privado como el mayor accionista de frecuencias radiofónicas en el país.

A pesar de existir una ley que ampara los derechos en materia de comunicación, el otorgamiento de frecuencias a radios comunitarias es mínimo. El Estado ha obstaculizado las condiciones que faciliten estos procesos y eso se evidencia en las estadísticas presentadas en las páginas oficiales de la ARCOTEL y el CORDICOM, donde existe un grupo mínimo de medios comunitarios registrados. Es así que las autoridades locales y centrales tienen el deber de brindar mayor apoyo a los medios comunitarios que están conformados en la actualidad y que, por falta de un capital financiero, no pueden acceder a una frecuencia dentro del país.

Radio Bocina pertenece a ese conjunto amplio de medios comunitarios que, a pesar de haberse vinculado a las autoridades locales y la municipalidad, en la actualidad no están reconocidos por la Ley ni tienen una frecuencia radiofónica para su funcionamiento. La iniciativa comunicacional de Radio Bocina ha encontrado en las plataformas de internet una herramienta para buscar un alcance dentro y fuera de la parroquia. Sin embargo, la falta de una frecuencia se convierte en una problemática porque las nuevas tecnologías aún no están al alcance de todos los moradores dentro de la parroquia La Merced.

Las iniciativas de comunicación para el desarrollo son percibidas por la comunidad como proyectos que benefician a quienes no pueden acceder a la información del lugar donde conviven diariamente. Es evidente que Radio Bocina fue una iniciativa comunicacional de jóvenes que buscaron combinar sus conocimientos desde la comunicación con las propuestas e inquietudes de jóvenes de La Merced. Las capacitaciones que se gestionaron desde varias instituciones y organizaciones relacionadas a la producción radiofónica no lograron conocimientos de carácter profesional, sin embargo, permitieron un acercamiento directo de la comunidad hacia el ejercicio comunicativo.

Un aspecto importante que se pudo concluir dentro de la investigación, fue el reconocimiento que tiene Fabián Iza dentro de la parroquia La Merced. Se pudo constatar que los líderes comunitarios y moradores entrevistados lo consideran una persona emprendedora y de trabajo permanente. Sin embargo, Radio Bocina como proyecto comunicacional no tiene el mismo reconocimiento dentro de la parroquia. Es importante que se tome en consideración que la funcionalidad de Radio Bocina como medio comunitario debe partir desde la comunidad y para la comunidad.

Las radios comunitarias no solo deben ser impulsadas por profesionales de la comunicación, sino por todos los moradores que reconocen la necesidad de instaurar un medio de comunicación cercano y accesible. En ese sentido, se pudo observar que en la parroquia La Merced hay un escaso interés de los moradores por participar o vincularse a las actividades de Radio Bocina. Se pone en consideración que la parroquia tiene una baja conciencia política y social. Si bien Radio Bocina tuvo un mayor alcance durante la gestión local de Fabián Iza, se hace clara la falta de conocimiento de los programas o actividades que propone este medio en la actualidad.

Para que una radio comunitaria tenga un funcionamiento idóneo debe construir relaciones interpersonales de confianza entre la comunidad. El trabajo de los comunicadores para el desarrollo es crear esos puentes de interlocución y retroalimentación, de tal forma que las voces que quieren ser escuchadas en los medios populares sean verdaderamente escuchadas por quienes viven y se desarrollan dentro de esos espacios. Quienes se proponen crear un medio alternativo no deben dejar de lado el acompañamiento de calidad y calidez a la comunidad y la producción de contenidos afines a las necesidades, propuestas e iniciativas de los sectores más vulnerables.

Las propuestas de comunicación para el desarrollo son importantes y ejercen mayor peso si nacen a partir de la conformación de medios comunitarios como proyectos a largo plazo. Pero es imprescin-

dible que se trabaje permanentemente en generar una mayor cantidad de audiencia dentro de los espacios donde se establece. En ese sentido, es necesario buscar un mayor reconocimiento y valoración de Radio Bocina como un medio dentro de la parroquia La Merced. De esa forma no solo logran beneficios para los moradores, sino que se hace posible crear paradigmas comunicativos que impulsen a otras parroquias, a crear espacios de comunicación, transparencia y participación ciudadana.

Es importante que Radio Bocina impulse en mayor medida procesos de “educación” que permitan valorar a la comunicación popular, alternativa, emergente y comunitaria. Si se parte de la crítica hacia los medios masivos de comunicación y el poder que ejercen en la actualidad, se puede re-significar a la comunicación como una herramienta eficaz para alcanzar el desarrollo de la parroquia en diversos ámbitos. Para que Radio Bocina sea un medio con mayor audiencia y participación dentro de La Merced, debe impulsar un cambio en el imaginario social que se consigue desde la valoración de la comunicación y la apropiación de los espacios con la comunidad.

Las necesidades y problemáticas que aquejan a la parroquia La Merced son diversas, sin embargo, se puede impulsar su mejoramiento desde el turismo y la tradición cultural que posee. La participación ciudadana se puede lograr si se concibe a la comunicación como una teoría interdisciplinaria que no solo genera diálogos entre vecinos, sino la mejora de las condiciones de toda la comunidad. La reactivación de las actividades de Radio Bocina de manera permanente pueden permitir mejoras no solo en el ámbito comunicacional, sino también desde lo político, social, cultural o económico en la parroquia.

En definitiva, se deja en claro que, a pesar de que la iniciativa comunicacional Radio Bocina puede generar beneficios dentro de la parroquia, no toda la comunidad se apropia de este espacio. Son pocas personas quienes mantienen un papel activo dentro del medio y, por lo tanto, la problemática se acentúa en la falta de relaciones interpersonales entre los fundadores del medio y la comunidad, además del poco interés de los

pobladores por hacer uso de la comunicación como un recurso alternativo de transparencia, participación ciudadana y gestión local.

Es necesario que las radios comunitarias fundamenten su valor en los aportes y beneficios que le brindan a una parroquia. A partir de ese reconocimiento pueden exigir mayores beneficios y acompañamiento por parte de quienes proponen y aprueban las leyes en el Ecuador. En la medida en que se percibe a los medios comunitarios como organismos obligatorios de participación ciudadana, democracia y transparencia, solo así se harán eficaces las leyes que están estipuladas en la normativa oficial dentro del país y que actualmente no alcanzan el cumplimiento en su totalidad.

## Referencias bibliográficas

- Álvarez, M. (2008). El desafío de las radios comunitarias. *Anagramas*, 6(12), 61-77. Universidad de Medellín, Colombia. Recuperado de <https://bit.ly/2HU5RDk/>
- ARCOTEL. (2019). *Radiodifusión sonora y televisión abierta*. Recuperado de <https://bit.ly/2VkgPVS/>
- Barranquero, A. y Meda, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas desde el 15M. *Athenea Digital*, 15(1), 139-170. doi: 10.5565/rev/athenea.1385/
- Belotti, F. y Cerbino, M. (2016). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Revista Comunicar*, 47(24), 49-56. doi: 10.3916/C47-2016-05/
- Blasco, J. y Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. Recuperado de <https://bit.ly/2TbY4pN/>
- Constitución de la República del Ecuador*. (20 de octubre de 2008). Quito: Asamblea Nacional Constituyente.
- CORDICOM. (2018). *Registro Público de Medios*. Recuperado de <https://bit.ly/3c4AUtY/>
- Ferro, S. y Roura, A. (2013). *Medios comunitarios*. Recuperado de <https://bit.ly/2Vkbwe4/>
- Foro Argentino de Radios Comunitarias (1998). *Estatuto de la asociación civil FARCO*. Recuperado de <https://bit.ly/3a2AUcm/>

- Guillen, A., Sáenz, K., Badii, M. y Castillo, J. (2009). Origen, espacio y niveles de participación ciudadana. *International Journal of Good Conscience*, 4(1), 179-193. Recuperado de <https://bit.ly/37VJGY7/>
- Huchim, D. y Reyes, R. (2013). La investigación biográfico-narrativa, una alternativa para el estudio de los docentes. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, 13(3), 1-27. Recuperado de <https://bit.ly/2ViqmS9/>
- Ley Orgánica de Comunicación (LOC)*. (25 de junio de 2013). Quito: Asamblea Nacional.
- Ley Orgánica Reformatoria a la LOC*. (20 de febrero de 2019). Quito: Asamblea Nacional.
- Medranda, N. (2017). *Calidad transparencia en la información y comunicación que se emite a través de las páginas webs de los municipios: comparación de caso Ecuador y España* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Milán, S. (2006). Medios comunitarios y regulación: una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo*, 14(2), 268-291. Recuperado de <https://bit.ly/392DnU8/>
- Páramo, D. (2015). La teoría fundamentada (Grounded Theory), metodología cualitativa de investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, (39), 7-13. Recuperado de <https://bit.ly/38WARP5/>
- Salgado-Levano, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Liberabit*, 13, 71-78. Recuperado de <https://bit.ly/3a28lvv/>
- Serrano, A. (2015). La participación ciudadana en México. *Estudios Políticos*, 9(34), 93-116. Recuperado de <https://bit.ly/2vgCx7t/>
- Ziccardi, A. (2004). *Participación ciudadana y políticas sociales del ámbito local*. México DF: UNAM.





# Pluralidad y diversidad en la comunicación: la radio parlante Pamba Radio como herramienta de participación ciudadana para el cambio social

---

Isis Patiño  
Universidad Politécnica Salesiana

Silvia Medina  
Universidad Politécnica Salesiana

María del Carmen Ramírez  
Universidad Politécnica Salesiana  
mramirez@ups.edu.ec

## Resumen

El presente artículo académico es el resultado de un proceso de investigación-acción participativa que recoge las experiencias de la radio parlante Pamba Radio, ubicada en el barrio Pambachupa de la ciudad de Quito, en la que participan moradores del sector, organizaciones como Equali, Servicio de Paz y Justicia del Ecuador (SERPAJ-E) y Chasquikom, así como docentes y estudiantes de la Carrera de Comunicación de la UPS, como parte de un proceso de experimentación en el aula, a través del diseño y ejecución de proyectos que buscan la resolución de conflictos y necesidades de la población; así como la vinculación con la sociedad y el ejercicio de una práctica preprofesional de la comunicación. El objetivo de esta investigación se centra en el análisis de procesos de participación de la audiencia, la incidencia del medio comunitario en la población de Pambachupa y la innovación en el uso de nuevas tecnologías para la producción de narrativas sonoras. Además, este estudio asocia datos cualitativos y cuantitativos. Por un lado, permitió un acercamiento exploratorio para caracterizar a la población del sector de Pambachupa y se pudo intercambiar ideas mediante entrevistas y *focus group*, por otro, se apoyó en el análisis de contenido para estudiar los productos radiofónicos difundidos en la comunidad. Todo ello en un marco reflexivo sobre las prácticas y desarrollos comunicativos cuyos contenidos estuvieron vinculados a la población beneficiaria.

**Palabras clave**

Comunicación para el desarrollo, radio parlante, participación ciudadana, narrativas sonoras, educomunicación.

**Introducción**

La comunicación es una acción que permite transmitir y recibir significados. Este proceso se inscribe en la vida cotidiana de la comunidad e implica utilizar distintos canales y medios, para establecer relaciones como forma de encuentro y de reconocimiento entre las personas y sus sociedades. De esta manera, la radio como medio de expresión se vincula a la vida diaria de los habitantes: reflexiona sobre las prácticas, procesos comunicativos y la producción de contenidos en función de la comunidad.

Las radios comunitarias alrededor del Ecuador se constituyen como una herramienta impactante en el desarrollo local y no tienen ánimo de lucro, pero en algunas ocasiones se valen de auspicios para su sustento. Mediante la comunicación popular se fomenta la participación, el trabajo organizado y la resolución de conflictos de forma dinámica y en colectivo. Estas acciones responden a las necesidades de personas que viven en un lugar determinado y en los idiomas y formatos que se adaptan mejor a su contexto. Además, brindan un espacio adecuado a la ciudadanía para que puedan expresarse con frecuencia en la radio pública y privada.

En este sentido, la comunicación local se convierte en eje fundamental que contribuye a la unión y organización barrial, pues brinda estrategias a los actores sociales de una comunidad para que sean los protagonistas en la resolución de sus problemas. Así, la necesidad de crear un medio de comunicación alternativo como lo es la radio parlante Pamba Radio, aporta a la democratización<sup>15</sup> de espacios en los que se percibe identidad, cultura y diversidad.

---

15 “Democratización” hace referencia a los procesos de desarrollo que se dieron en América Latina, a partir de los años 60, que condujeron a plantear estrategias para fortalecer la sociedad y crear escuelas radiofónicas dedicadas a la educación

Raquel Coronado, presidenta de SERPAJ-E, menciona que en 2016, el colectivo juvenil Equali incursionó en la comunidad de Pambachupa mediante un proyecto organizado y financiado por su organización, el cual estuvo relacionado con el desarrollo de herramientas para la generación de políticas públicas, planes y estrategias locales. Asimismo, fundó un programa de formación popular, radiodifusión y redes sociales, llegando a donar equipos radiales a la comunidad de Pambachupa con el objetivo de contribuir a los procesos de producción, difusión y participación, constituyéndose así la radio *on-line* Megáfono Joven. Sin embargo, el desconocimiento de los moradores en el manejo de los equipos radiales y la falta de elaboración de los contenidos radiofónicos, hizo que la radio se desintegre por un periodo de tres meses.

No obstante, en 2017 se planteó reactivar la radio parlante comunitaria Pamba Radio mediante el diseño y la ejecución de un proyecto, que surgió de la iniciativa de seis estudiantes de comunicación social de la UPS y la docente María del Carmen Ramírez. Así, se gestionó para que el profesor Pablo Terán forme y capacite en producción de contenidos sonoros a 25 integrantes del barrio, con el fin de crear participación y darle sostenibilidad a la radio.

Es así que Pamba Radio surge como un medio popular destinado a la participación constante de la comunidad, en el cual los moradores del barrio Pambachupa y La Gasca, desde un inicio hasta la fecha, son actores fundamentales en la comunicación para el desarrollo de la organización barrial. Con este trabajo colectivo se han logrado soluciones efectivas a problemáticas como la falta de higiene, inseguridad y drogadicción que acechan al sector. Ahora la opinión de los ciudadanos es reconocida sin discriminaciones ni censuras. Esta investigación de campo, unida a la reflexión y acción constante sobre las necesidades de la gente, consiguió la participación de los actores sociales de la radio

---

popular, que en su mayoría estaban auspiciadas por la Iglesia católica. Estas radios se adaptaron a las realidades locales, buscaban la participación y tenían un papel contestatario ante las injusticias contra los pueblos más vulnerables.

parlante, interactuando con su contexto. Un análisis a este proceso de experimentación, permitió visibilizar de qué manera la radio parlante se constituye en una herramienta interactiva para el cambio social.

El trabajo de investigación es pertinente con la característica sustancial de la disciplina de comunicación social, debido a que aporta al análisis de la relación de los medios comunitarios con la audiencia, así como también al proceso de recepción. Además, informa sobre la intervención de audiencias en barrios y comunidades de la ciudad de Quito, lo cual posibilita discusiones sobre la comunicación popular y las nuevas formas de crear productos radiales que aporten a la resolución de conflictos y necesidades poblacionales. Además, este artículo se sostiene en una metodología cualitativa y cuantitativa, que permitió caracterizar a un sector de los habitantes del sector de Pambachupa vinculados a la radio. Cabe destacar la importancia de haber logrado un clima positivo de intercambio de ideas a través del diálogo franco e inclusivo.

La línea teórica en la que se basó este trabajo fue la comunicación como mediación pedagógica, establecida en los escritos del Sistema Preventivo Salesiano, la cual enfatiza en los procesos comunicacionales y previene problemáticas sociales especialmente en sectores juveniles. También se fundamentó en las propuestas de Anita Gramigna, Paulo Freire, Jesús Martín-Barbero y Daniel Prieto Castillo, quienes analizan las prácticas, producción de contenidos y procesos comunicativos en función de la población.

### *Ubicación y caracterización del barrio*

El Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), cuenta con “ocho administraciones zonales las que contienen a 65 parroquias, de las cuales 32 son urbanas y 33 son rurales” (Yates, 2013, p. 4). La comunidad de Pambachupa pertenece a la administración de la Zona 3 Eugenio Espejo, parroquia Belisario Quevedo. Esta urbanización surgió luego de la parcelación de tierras, donde los predios fueron ofertados a una entidad

bancaria y se edificaron las primeras casas arquitectónicas contemporáneas dejando atrás al Quito colonial, con sus balcones, casas e iglesias de estilo barroco.

Alfredo Lozano afirma que el nombre Pambachupa está relacionado con “el significado de una construcción incaica, que quiere decir ‘cola del puma’ y traducida literalmente significa ‘llano pampa cola’. Sin embargo, recalca que la interpretación que se realiza “designa el lugar donde está la cola del puma” (Lozano, 1991, p. 133).

Figura 1  
Mapa del barrio Pambachupa



Fuente: Google Maps, 2019

Actualmente, el barrio Pambachupa está organizado por el Comité Jurídico Social Cultural, el mismo que se renueva anualmente y se registra en el DMQ. A través del pleno ejercicio democrático que se realiza en la Asamblea General de la comunidad durante el mes de diciembre de cada año, se exhiben todos los proyectos que se elaboraron de enero a diciembre; además, se presenta la agenda programada para el año siguiente.

El barrio Pambachupa cuenta con personería propia que está establecida legal y jurídicamente. La directiva está conformada por los siguientes representantes: David Tenesaca Trujillo (presidente de la comunidad), Margarita Montenegro (vicepresidenta), María Mercedes Cevallos (coordinadora cultural), Rosario Rivadeneira (tesorera) e Isis Patiño (coordinadora del área de comunicación).

El barrio cuenta con una población de 4 000 habitantes y una población flotante de mil personas (La Hora, 2007). La comunidad tiene la peculiaridad de estar ubicada en un sector cercano a las instituciones educativas, centros comerciales, espacios de movilidad y entretenimiento; al ser así, mantiene un flujo constante de personas extranjeras y provenientes de diversas provincias del país y de la misma forma los arriendos resultan ser costosos.

Así mismo, el sector de Pambachupa cuenta con servicios de: agua potable, alumbrado público, alcantarillado, telefonía, calles asfaltadas, espacios verdes, un subcentro de salud, servicio de recolección de basura e instituciones educativas como la Universidad Central del Ecuador, Colegio Juan Montalvo, Unidad Educativa Seis de Diciembre, entre otros. Además, cuenta con servicio de transporte público unificador de los principales buses alimentadores que cubren las rutas que van de norte a sur, este y oeste de la ciudad.

El barrio se caracteriza por su entorno intercultural, pues la diversidad de nacionalidades que conviven en la comunidad y las expresiones artísticas y culturales que se realizan durante la celebración de sus fiestas, identifican al barrio, promueven cultura y educación. En el marco de las fiestas de Quito<sup>16</sup> y de Navidad, se vienen desarrollando actividades como el Libro Leído y la Feria Anual de Salud y Seguridad. Actualmente,

---

16 Cada 6 de diciembre, la ciudad de Quito celebra sus fiestas de Fundación española, por esta razón se desarrollan diversas actividades como desfiles, conciertos y festivales. Cabe enfatizar que esta celebración comenzó en la década de los 60 con el fin de revalorizar la cultura hispánica.

se suman talleres de ecología, arte, lectura y ajedrez, durante todo el año, gracias a que entre los integrantes de la directiva barrial se encuentran escritores, políticos, artistas, profesores, madres y padres de familia.

Otro aspecto a destacar es que la creación de la biblioteca Nilo Narváez, en el año 2017, ha propiciado el afianzamiento intelectual y emocional de los niños por medio de la lectura, hábito útil en la mejoría de su rendimiento escolar y en el estímulo de la creatividad.

### *Pedagogía radiofónica y la convergencia de sentidos en la comunidad*

Las naciones contemporáneas desarrollan actividades de educación masiva, como la pedagogía radiofónica por la necesidad de provocar transformaciones grandes como la desescolarización y la participación ciudadana en la toma de decisiones. Uno de los principales afanes de los Gobiernos democráticos es propulsar matrices educativas que sirvan a la satisfacción de intereses colectivos y, por lo tanto, diversos.

Para Daniel Prieto Castillo (2006), “las posibilidades educativas de la radio tuvieron siempre que ver con la comunicación en el seno de las comunidades y el aprovechamiento de las posibilidades del medio, es decir con una estética radiofónica” (p. 4). El surgimiento de la pedagogía radiofónica ayudó a dinamizar la comunicación en todo el mundo, por la agilidad para transmitir información reduciendo las distancias geográficas cada vez más y promoviendo cambios en la manera de comunicarse entre los sujetos y sus sociedades. Según Barbas, Paulo Freire mira a la comunicación como un “complemento directo de la educación”, un proceso de aprendizaje que dura toda la vida y se fundamenta en la relación social igualitaria y dialógica. Mientras que Mario Kaplún dice que comunicar es “una aptitud”, “una capacidad”, debido a que la verdadera comunicación no comienza hablando, sino escuchando (en Barbas, 2012, p. 166).

En este mismo contexto, se cuestiona a la estructura de la comunicación “vertical y unidireccional”, debido a que el uso de los medios repro-



duce la imposibilidad a una relación dialógica porque se considera como un instrumento de penetración cultural. Por tanto, Javier Ocampo (2008) menciona que “según se conciba a la educación/comunicación será el uso de los medios de comunicación en la enseñanza” (p. 3). A consecuencia de las crisis que sufren las instituciones sociales como la escuela, calificada hoy monopolizadora de la educación y a la vez expulsora de educandos.

De ahí surge la educomunicación como un campo de estudio teórico-práctico entre dos disciplinas: la educación y la comunicación. Esta disciplina solo puede surgir en un “contexto de cambio cultural” (León, 2015, p. 12). Tal cambio es revolucionario, interactivo, fluido, y permanente. Este se consigue a través del entendimiento de que tanto emisores y receptores enseñan y aprenden al mismo tiempo. Por lo tanto, el desarrollo como tal no es el resultado de una relación comunicativa vertical, sino recíproco-horizontal.

En América Latina, en la década de los 60 del siglo XX, se desarrolló como elemento estratégico la pedagogía radiofónica para debilitar el analfabetismo de las poblaciones con menos acceso a los servicios educativos. Así, se buscó mejorar este medio y sus tácticas para posibilitar un aprendizaje calificado y promover cambios de comportamiento, habilidades y valores requeridos para vivir mejor (Cuculiza y Kalinowski, 1991). Por este motivo, nacen propuestas educativo-comunicacionales en la radio que buscan descomponer, o mejor revolucionar los monopolios en la comunicación, transformando a estos en medios de apoyo y expresión de los pueblos. En esta perspectiva, la radio parlante Pamba Radio es considerada actualmente un medio difusor alternativo. Frente a formatos conservadores de información, se alza como herramienta fundamental en el proceso de la educación y la comunicación del sector Pambachupa y el barrio La Gasca.

La programación de Pamba Radio y sus contenidos propenden el aprendizaje paulatino y dinámico, con ejes lúdicos, métodos estimulantes que hace efectiva la inserción sociocultural, de las individualidades en la colectividad. El diagnóstico resultante, después de un año de fun-

cionamiento, es la mejoría en el clima de convivencia entre los vecinos y la interrelación con los sectores aledaños.

Ubicar las radios parlantes en los espacios donde hay poco acceso a los medios de comunicación, posibilita que los actores sociales adquieran herramientas y así se empoderen al ejercer su derecho a la libre expresión de sus reflexiones y necesidades utilizando este efectivo medio para la comunicación. Daniel Prieto (2006) afirma que “una pedagogía humana en lo profundo pasa de modo esencial por los seres humanos y no se ciega con las madejas discursivas impuestas por las burocracias educativas” (p. 10).

De esta forma, Pamba Radio recoge las voces de los habitantes del barrio Pambachupa, sus historias, cotidianidades, necesidades, logros y momentos significativos de quienes habitan en el sector, pues su gestión ha permitido que tanto jóvenes, niños, adultos y ancianos dialoguen sobre sus intereses, conflictos y necesidades.

### ***Radios comunitarias y participación ciudadana***

Las radios comunitarias en la actualidad se constituyen como una base esencial para el desarrollo de la comunicación, sin la invención de la misma, este proceso sería lento y obstaculizado por la magnitud de la distancia geográfica. En el Ecuador, las radios comunitarias fueron los primeros medios que se crearon y tuvieron un fin educomunicativo,<sup>17</sup> como el caso de la Radio Sutatenza y las radios populares de Riobamba, que acogieron nuevos fundamentos y metodologías para emplearlas en su programación, orientadas hacia la alfabetización (Carrión, 2007).

Estas al formar parte de una comunidad, comprenden estrategias y planes de acción que involucran procesos participativos para lograr

---

17 La educomunicación tiene como objetivo la recepción crítica de los medios de comunicación por parte de los ciudadanos, lo cual los lleva a entender el rol que tienen los medios en la sociedad. Por otro lado, este proceso ayuda a que se creen espacios, métodos de comunicación y de enseñanza, que permitan la interacción recíproco-horizontal entre emisores y receptores.

cambios y transformaciones en su entorno. Por ello, las radios comunitarias posibilitan que los ciudadanos conozcan más de cerca sus problemáticas y por lo tanto tengan más elementos que posibiliten su propia intervención para solucionarlos.

Al percibir de manera directa las necesidades propias de los habitantes, este medio de comunicación juega un rol importante, debido que para transmitir un programa se debe utilizar un lenguaje idóneo, el uso de coloquialismos propios de la zona, resultando una recepción del mensaje de forma clara y directa, a diferencia de los medios tradicionales poco o nada conscientes de la diversidad de oyentes hacia los que pretenden llegar con la programación.

A partir de los postulados de Jesús Martín-Barbero en el texto *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Baca (2011) analiza la relación de los medios con sus públicos y el poder de la audiencia. En este escrito, el autor manifiesta que las audiencias deciden aceptar o negar los mensajes que se transmiten, estos a su vez interpretan de acuerdo a sus propios contextos y puntos de vista. Además, afirma que mientras los medios de comunicación definen una estructura ideológica concreta con el fin de mantener el funcionamiento del sistema, algunos de los mensajes son entendidos por la audiencia de manera distinta de cómo se codifican, dando paso a que el pueblo y la sociedad configuren su propio camino de entendimiento.

Así, las radios comunitarias mejoran la comunicación entre ambas partes, lo que mejora la convivencia social y les permite un desarrollo local. Cuando hablamos de desarrollo, este debe entenderse como un proceso forjado por los individuos y el fortalecimiento de las capacidades humanas. Desde este punto de vista, Ana Jaramillo (2014) dice que “para lograr este tipo de desarrollo son muy importantes los medios de comunicación debido a que ellos son los llamados a compartir los mensajes y las estrategias para mejorar” (p. 34).

Pamba Radio es un medio popular destinado a la constante participación de la comunidad y los moradores organizados, pues en el barrio se han generado procesos de interacción, participación y organización, constituyéndose como un espacio para mejorar constantemente las condiciones de vida con buena convivencia de la vecindad.

Este espacio de comunicación existe con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los moradores de Pambachupa y los barrios aledaños, y se materializó gracias al esfuerzo conjunto de SERPAJ-E,<sup>18</sup> la directiva del barrio, el colectivo Equali<sup>19</sup> y la fundación Chasquikom.<sup>20</sup> Como antecedente se puede señalar que con el apoyo de SERPAJ-E se instauraron tres radios comunitarias alrededor de la ciudad Quito, las mismas que se encuentran a disposición de las siguientes organizaciones: Fundación de las Américas (FUDELA), Chakiñan Yurak y Centro Interdisciplinario de Investigación e Interacción Social (CIIS).

Implementar nuevos procesos de comunicación en el barrio Pambachupa trajo la participación activa de jóvenes que en años anteriores estuvieron desvinculados de los últimos procesos que ha atravesado el barrio. En estas circunstancias, es preciso destacar el trabajo y la energía que se dona en la gestión y producción de la radio parlante, al ser un equipo consciente y solidario que no tiene ninguna remuneración, menos aún un presupuesto fijo para su funcionamiento. La motivación surge de la aceptación barrial y de la oportunidad que se da a comunicadores para realizar un trabajo comunitario a través de nuevas plataformas académicas y tecnológicas. A esto se suma el entusiasmo

---

18 El SERPAJ-E es una organización que surge en 1980 con la iniciativa de Adolfo Pérez Esquivel. Esta entidad busca construir una cultura de paz desde la no violencia y la objeción de conciencia.

19 Equali es una ONG destinada a defender la igualdad de género y a incidir en las políticas públicas juveniles.

20 La fundación Chasquikom es un centro de difusión y capacitación en temas de comunicación juvenil. Trabaja conjuntamente con organizaciones juveniles para la transmisión de proyectos informativos en radio, televisión e internet.

logrado al vincular a varios de los moradores del barrio en procesos de empoderamiento social.

### *La comunicación como una mediación pedagógica*

La comunicación es más que un proceso de interrelación social que procura no solo el conocimiento teórico y práctico, sino que requiere de una mirada reflexiva sobre su carácter mediador y educativo para provocar cambios actitudinales en situaciones como las que vive el barrio Pambachupa. Los desafíos de comprender a la comunicación como un proceso de mediación pedagógica y social van a permitir que la programación de la Pamba Radio sea el espacio para provocar procesos educativos que permitan el diálogo entre los ciudadanos para generar acuerdos en la toma de decisiones respecto a los problemas que enfrentan cotidianamente (Ramírez, 2018).

A decir de Ansión y Tubino (2017), hay que educar en ciudadanía y el medio de comunicación alternativo como Pamba Radio, facilitará a la población y a quienes están involucrados en la producción de contenidos el establecimiento de mínimas competencias comunicacionales para el aprovechamiento de este medio, en función no solo de informar, sino de formar a la ciudadanía.

La comprensión de la comunicación como mediación pedagógica ha logrado que la producción radiofónica de Pamba Radio, incorpore en sus programas contenidos diversos, que orienten al conocimiento del plano intercultural y logre que la población de Pambachupa tenga mayor apertura y aceptación a la diferencia. Ello irá generando propuestas radiales para educar a la población respecto al ejercicio democrático de su ciudadanía.

Hay que entender que el rol de la radio parlante es educativo y mediador, porque en cada uno de sus programas se producen narrativas que buscan provocar cambios y que son eventos, acciones o experiencias que “trans-forman” la consciencia, porque cada una de las historias o microhistorias que son contadas a través de la radio, sensibilizan a la población.

En estas circunstancias, la mediación pedagógica pretende ser un proceso de retroalimentación permanente donde la audiencia interviene en la producción de contenidos y espacios de constante compartir de saberes.

## Metodología

La presente investigación se inscribe en la línea de “comunicación y ciudadanía”, bajo el eje temático “medios y ciudadanía”, de la Carrera de Comunicación Social de la UPS.

El estudio realizado es de tipo exploratorio, debido a que no existe mayor información sobre radios parlantes comunitarias ni investigaciones que analicen la participación de la ciudadanía y el desarrollo comunitario. En este sentido, Carlos Calderón (2009) señala que las investigaciones exploratorias “sirven para familiarizarse con un fenómeno relativamente desconocido y entregan datos importantes sobre la posibilidad de desarrollar investigaciones más profundas o dirigidas a un contexto particular” (p. 60). Asimismo, establecen conceptos y variables promisorias que sirven para estudios futuros.

El enfoque orientador es mixto, porque es un proceso que reúne, analiza y asocia datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación para responder a un planteamiento (Ruiz *et al.*, 2013). En estas circunstancias, el estudio se apoyó en el análisis de contenido realizado a cinco programas de Pamba Radio. También se hizo entrevistas estructuradas a los aliados estratégicos vinculados a este medio de comunicación, lo cual tiene correspondencia con el lineamiento cuantitativo. Además, el *focus group*<sup>21</sup> realizado a la audiencia es característico de lo cualitativo. Así, el enfoque mixto utilizado permitió obtener información que facilitó encontrar alternativas y caminos para entender este objeto de estudio.

---

21 El *focus group* es una técnica de carácter cualitativo que permite intercambiar ideas, puntos de vista y opiniones entre actores sociales de un grupo relativamente pequeño.

Por otro lado, este análisis se fundamentó en el paradigma interpretativo, porque se centró en las experiencias y opiniones que tienen los actores sociales ante la formación de la radio parlante. Según Laura Martínez (2013), este arquetipo permite comprender e interpretar la realidad y significados que manejan las sociedades, por medio de su “interacción con el mundo físico, social y cultural en el que está inmerso” (p. 4). Asimismo, se cimentó en el estudio de acciones, pensamientos, discursos y vivencias de los moradores del barrio en torno al medio de comunicación Pamba Radio, pues con este recurso se pudo interpretar la realidad y postura del grupo seleccionado.

Una de las teorías que se desprende de las interpretaciones y que se usó en esta investigación fue la teoría crítica,<sup>22</sup> estudiada a través de Martín-Barbero y Habermas. En ese sentido, Carrasco (2015) enfatiza que esta conjetura permite examinar los medios de comunicación dentro del amplio contexto social y contribuye en la formación de individuos más críticos y conscientes de sus propias realidades, posibilidades y alternativas.

La investigación acción-participación y la etnometodología, como métodos de estudio, se fundamentan “en una posición respecto al valor intrínseco que posee el conocimiento de la propia práctica y de las maneras personales de interpretar la realidad para que los propios actores puedan comprometerse en procesos de cambio personal y organizacional” (Colmenares y Piñero, 2008, p. 103). Es decir, las acciones humanas y las situaciones sociales tienen una perspectiva participativa y comunitaria, orientadas hacia la creación de comunidades autocríticas para transformar el medio. La etnometodología permitió investigar a profundidad la temática mediante un acercamiento al grupo cultural. El análisis de datos ayudó a interpretar los significados y funciones que cumplen las actuaciones del grupo humano, expresarlas por medio de descripciones y explicaciones verbales (Barrantes, 2000). Por tanto, el

---

22 Para Carrasco (2015), la teoría crítica se fundamenta en un entendimiento intersubjetivo entre individuos o colectivos que establecen vínculos relacionales orientados hacia la creación de comunidades autocríticas, con el fin de transformar el medio social.

uso de los recursos tecnológicos ayudó a recoger un gran volumen de datos para abarcar con amplitud el objeto de estudio.

En la aplicación de técnicas para recolectar información se tomó en cuenta las perspectivas de los diversos sectores involucrados, principalmente los radioescuchas y los líderes del proyecto, sin dejar de lado a los aliados estratégicos: directiva barrial, la organización juvenil Equali y los estudiantes y docentes de la Carrera de Comunicación Social. El *focus group* permitió identificar los procesos de participación y la empatía de los moradores con el medio de comunicación. A través de la ejecución de entrevistas estructuradas se obtuvo testimonios sobre la experiencia de los encargados del proyecto y los aliados estratégicos, esto permitió evidenciar el apoyo que recibió la comunidad. Los resultados obtenidos complementan el estudio sobre la producción de contenidos en un contexto popular-comunitario.<sup>23</sup>

Paralelamente, para una mejor comprensión del tema, se realizó un análisis de contenido a cinco emisiones del programa “Pambachupa participa”, transmitido durante el periodo de mayo a diciembre de 2018. Para ello, se elaboraron dos tablas donde se reunieron datos generales de los programas transmitidos como: nombre del programa, fecha de emisión, temas, tiempo, contenido, conductores del programa, discurso y sugerencias. A través de los procesos de inserción, observación participante y notas de campo, se pudo ubicar y caracterizar el entorno del barrio Pambachupa. Además, esto nos permitió reconocer las necesidades y problemáticas que acechan al sector.

Finalmente, es importante señalar el proceso de recopilación y análisis bibliográfico, uso de la lectura, consulta de libros, páginas de internet, artículos científicos, tesis, boletines y revistas, insumos fundamentales en el

---

23 Se ha llamado comunicación popular, comunitaria, alternativa, ciudadana y/o educativa (entre otros nombres) a aquellas experiencias de comunicación vinculadas con acciones de protesta, resistencia y cambio social impulsadas desde sectores populares y espacios comunitarios.



análisis crítico y en el establecimiento de las conclusiones, pues estas técnicas de investigación facilitan un acercamiento directo a los individuos para conocer su realidad y darle autenticidad a este estudio (Barrantes, 2000).

## Resultados

Mediante la observación de campo se visibilizó constantes conflictos humanos en la comunidad de Pambachupa, esto debido a que algunos espacios recreacionales como canchas, parques y otros lugares son todavía utilizados negativamente, para el consumo de drogas y actividades delincuenciales que perjudican al barrio. A esto se suma la cercanía con el barrio La Comuna, que según los moradores del barrio comentan que se ha convertido en una zona peligrosa, debido a que permanentemente existen problemas generados por delincuencia que afectan a todo el sector. Otro tipo de inconvenientes que se producen por la creciente cantidad de negocios de venta de licores ubicados en la avenida principal del barrio La Gasca.

El testimonio obtenido por medio de las entrevistas estructuradas realizadas a los cinco integrantes de la directiva barrial, coincidió en que el nivel de seguridad en Pambachupa ha mejorado a partir del año 2016, con la presencia de la Unidad de Policía Comunitaria (UPC) y la creación de Pamba Radio. Estas mejoras resultaron fundamentales para cambiar los imaginarios sociales del barrio, pero aseguraron que todavía queda mucho por hacer, principalmente si los jóvenes y niños no concientizan sobre su realidad, ni son protagonistas del día a día al no afrontar las problemáticas sociales.

La producción radiofónica se llevaba a cabo una vez al mes, pero después de la realización del *focus group*, los moradores plantearon la necesidad de que los programas se transmitan semanalmente, esto permitirá la continuidad de la radio y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Se argumentó acerca de los contenidos, llegando a la conclusión de que estos deben ser pensados en beneficio de pobladores con diferentes edades, lo que significa que se deberán abordar temáticas variadas, en la

misma línea de producción de contenidos que se han venido trabajando hasta el momento. Con el fin de innovar en la producción radiofónica se sugirió realizar actividades dinámicas, como clases de cocina en vivo, lecciones de idiomas, presentación de artistas, también se propuso entrevistar a personas populares en el barrio y conocer sus historias de vida.

Existen múltiples obstáculos que dificultan la ejecución del proyecto Pamba Radio, entre ellos, la falta de recursos económicos y humanos, sin embargo, hay algunas propuestas planteadas como la realización de diferentes emprendimientos, conseguir auspiciantes para contar con un presupuesto destinado a la producción radiofónica.

Los testimonios de las personas entrevistadas también revelan que Pamba Radio les ha permitido desarrollar ejercicios de voz y eficacia para la expresión verbal. Esta experiencia fortalece las habilidades comunicativas de los moradores, las relaciones interpersonales y la reducción de timidez al manifestar sus ideas.

A pesar de que Pamba Radio promueve la participación horizontal, los moradores entrevistados enfatizaron en su deseo de ser ellos mismos quienes conduzcan el programa, generen contenidos, manifiesten su opinión y realicen los guiones de forma planificada, sin dejar de lado la espontaneidad, lo cual abre un debate acerca de estrategias que fomentan la cooperación. Durante la realización del *focus group* se habló sobre la importancia de difundir el programa radial a través de llamadas a moradores. Según la vicepresidente del barrio, gracias a la realización de Pamba Radio se ha generado espacios de diálogo y un constante compartir entre vecinos y vecinas.

Pamba Radio es un proyecto en conjunto para el bienestar común, trabaja de la mano con la directiva barrial y gracias a esto se ha logrado incidencia en diferentes aspectos, como son el área cultural, artística y promoción de las obras públicas en los espacios comunales. Asimismo, se han creado vínculos con la UPS y de esta forma estudiantes de comunicación social pueden realizar sus prácticas preprofesionales y contribuir a la comunidad.

Mediante la observación participante y notas de campo se reconoció la existencia de organizaciones aledañas a Pamba Radio, como el grupo juvenil que asiste a la parroquia Cristo Redentor, las personas adulto-mayores del grupo 60 y Piquito, la organización de la biblioteca barrial y la organización de familias de alcohólicos anónimos, quienes resultan ser potenciales contribuidores de la radio comunitaria.

Durante la realización del *focus group* pudimos destacar que las personas entre 60 y 70 años son las más interesadas en ser partícipes del proyecto y son quienes han intervenido a lo largo de la transmisión de los últimos programas radiofónicos. Incluso se mencionó que sería interesante contar con un segmento que hable sobre profesionales jubilados para narrar sus experiencias acumuladas a lo largo de su vida.

Este espacio radiofónico adquiere diferentes sentidos para los actores sociales. Para muchos, este les permite promocionar sus trabajos en la comunidad; para otros, expresar sus quejas; otros lo toman como un espacio de entretenimiento, pero todos buscan el fin común de compartir entre moradores y mejorar la convivencia en el entorno.

Alex Dávila, integrante del equipo de Pamba Radio, comentó que en las instalaciones de la biblioteca se dispone de un espacio donde funciona la cabina radial, en la que se realizan los procesos de producción y edición de los diversos contenidos que constituyen la parrilla de programación. En el caso de la programación de Pamba Radio, la producción que se realiza mensualmente tiene como escenario el espacio al aire libre, contiguo a la biblioteca Belisario Quevedo y a la iglesia Cristo Redentor, espacios que se interconectan con las calles aledañas: Francisco Lizaraburu, San Eduardo, Domingo Espinar, Fernández de Recalde, José del Rosario, Núñez de Bonilla, Pablo Palacio y Jerónimo Leitón. Esto permite establecer un punto de encuentro en la comunidad.

Pamba Radio es presentada al aire libre por frecuencia parlante, algunos programas fueron grabados y subidos a Facebook y al portal de Equali. Sin embargo, mediante conversaciones con la audiencia, se

plantea hacer programas en un espacio cerrado, donde no interfieran los cambios climáticos y la calidad del audio mejore.

De la información obtenida a través de entrevistas estructuradas a los productores de Pamba Radio (Alex Dávila, Edison Haro e Isis Patiño), se puede concluir que la producción radiofónica debe ser mejorada e incorporar *intros* musicales para cada uno de los segmentos. Expresan la necesidad de establecer una red de internet en el sector, de tal manera que los programas puedan ser transmitidos. Por el momento cuentan con un equipo técnico básico para la producción radiofónica: micrófonos, parlantes, *laptops*, cámaras de video y otros recursos con los que se solventa la producción de contenidos.

El análisis de contenido realizado a cinco programas transmitidos durante el periodo de mayo a diciembre de 2018 arrojó los datos que se muestran en las tablas 1 y 2.

Tabla 1  
Datos generales de la programación de Pamba Radio

<b>1. Tipo de medio de comunicación:</b>	Comunitario
<b>2. Día de emisión:</b>	Sábado
<b>3. Cadena de transmisión:</b>	Local
<b>4. Frecuencia</b>	Parlante
<b>5. Macrogénero de los programas:</b>	Informativos Formativos/educativos/culturales Entretenimiento
<b>6. Género de los programas:</b>	Noticiero, entrevista, revista de variedades
<b>7. Clasificación de audiencias</b>	Familiar-clasificación A (apta para todo público)
<b>8. Franja horaria</b>	Familiar (10:00 am-12:00 pm)
<b>9. Procedencia de la producción:</b>	Nacional
<b>10. Idioma:</b>	Español
<b>11. Se emite en versión:</b>	Original
<b>12. La transmisión es:</b>	Mensual

Fuente: las autoras a partir de Ortega y Galhardi, 2013

Tabla 2  
Análisis de contenido del programa comunitario “Pambachupa participa”

Emisión/ duración	Conductores	Discurso	Análisis de contenido	Sugerencias
15/05/18 2:15	Isis Patiño Alex Dávila Edison Haro	Durante el programa de inauguración intervinieron organizaciones sociales, artistas y moradores del barrio, en el mismo se dialogó acerca del barrio Pambachupa y La Gasca, conflictos barriales, aspectos positivos de la comunidad y proyectos de arte público.	Los moradores fueron asertivos en cuanto a la propuesta, el guión y los segmentos fueron pertinentes para la audiencia del barrio Pambachupa, el público fue variado. Las presentaciones artísticas llamaron la atención de los oyentes.	Se recomienda continuar realizando actividades dinámicas en el transcurso del programa ya que estas complementan el sentido visual y auditivo de la audiencia. Se debe establecer tiempo límite y equitativo para las intervenciones. El vínculo con organizaciones externas es positivo.
09/06/18 1:45	Edison Haro Isis Patiño	El programa trató temáticas sobre el cuidado del agua y la interculturalidad, además participaron integrantes de la organización de familiares de alcohólicos anónimos y estudiantes de comunicación social de la UPS. El discurso transmitido por los estudiantes recalca la importancia de intercambiar saberes entre nacionalidades, realizar procesos de mediación y erradicar la discriminación.	Es importante dialogar acerca de la interculturalidad en barrios como Pambachupa donde su población proviene de diferentes países con costumbres y tradiciones distintas.	Se recomienda realizar el programa a interiores de la casa comunitaria. El ejercicio radiofónico y su vínculo con la comunidad deben ir acompañados de un trabajo permanente y continuo a través de la educación, el arte y la comprensión de la realidad sociopolítica.

11/07/18 2:30	Alex Dávila Isis Patiño	El programa estuvo enfocado al intercambio de ideas sobre los procesos radiofónicos en la ciudad de Quito, asistieron invitados de radios comunitarias, compartieron sus experiencias, aprendizajes y generaron vínculos.	El conversatorio aportó al desarrollo de la radio, el encuentro fue positivo ya que se habló sobre calidad de contenido, innovación, audiencia y presupuestos que financien proyectos comunitarios.	Se recomienda tener en cuenta la imparcialidad al llevar a cabo procesos de mediación en la resolución de conflictos. Es importante llevar un registro de las personas participantes en el programa. El guión debe ser realizado en conjunto con los moradores. En la producción radiofónica deben intervenir los pobladores y los conductores del programa deben variar.
24/11/18 3:10	Edison Haro	El programa fue un homenaje a la producción de la radio comunitaria. El discurso que se presentó en el encuentro fue acerca de la comunicación y su proximidad con otras disciplinas, además las personas expresaron su agradecimiento a los realizadores del proyecto y se mencionó que la directiva barrial y la radio deben trabajar en conjunto.	La directiva barrial busca la forma de implementar nuevos procesos en la radio, para que aporte al desarrollo local y se vincule a otros espacios que fomenten el ejercicio de la comunicación, salud, educación y seguridad.	La educomunicación es un proceso que se debe aplicar en la radio comunitaria, donde además de informar y expresar diversos criterios, se debe educar a la población con el fin de proporcionar herramientas para un bienestar social y del entorno.

06/12/18 2:50	Luis Fernández	En la realización del programa especial por las fiestas de Quito, las personas realizaron la actividad del libro leído con el fin de fomentar el arte y la cultura en el barrio, en el desarrollo de esta actividad se intercambiaron opiniones, conocimientos y muestra de talentos artísticos. Este espacio permitió que las personas interactúen y opinen acerca de diferentes temáticas.	La narración oral y la lectura de libros enriquecen el intelecto de los moradores de Pambachupa y expande sus perspectivas, quienes se ven dispuestos a expresar su sentir, romper con la cotidianidad y relacionarse.	Las personas adulto mayor tienen mayor participación en la producción radiofónica, se recomienda brindar un segmento dedicado a los mismos. Es necesario tomar registro audiovisual de los programas realizados y difundirlo a través de las diferentes plataformas virtuales.
------------------	-------------------	--	--	--

Fuente: las autoras

En torno a los segmentos radiales que presenta Pamba Radio, se destacan los siguientes:

- “Patrimonio Intangible”: este segmento recoge la memoria colectiva sobre personajes, hueca, oficios, mitos y leyendas, el segmento pretende dar voz a los moradores de la tercera edad, así como fomentar el diálogo entre niños, jóvenes y adultos.
- “Curioseando”: esta sección presenta el talento, los estudios, investigaciones y aportes de artistas, especialistas y profesionales del barrio.
- “Reciclando ideas”: este programa trata sobre emprendimientos e ideas innovadoras de los moradores del barrio y de públicos externos a la comunidad y pretende fomentar iniciativas para la autogestión y el trabajo organizado en la comunidad.
- “Pambachupa participa”: el segmento analiza, cuestiona y critica problemáticas sociales del barrio y el mundo, con el fin de apor-

tar a la resolución de conflictos y la mediación, estos promueven el diálogo y la participación social; el segmento.

- “Pamba Radio te informa”: anuncia eventos mensuales, proyectos comunitarios e información cotidiana.

El equipo de comunicación del barrio Pambachupa recalcó que los moradores del sector presentaron nuevas propuestas para la radio comunitaria, entre ellas, el programa infantil “Las aventuras del capitán Chíu”, el cual promueve el respeto por los animales y la naturaleza; “Musicando”, dedicado a la educación y formación musical de los moradores; “Pambachupa to the World” orientado al aprendizaje del idioma inglés. Esto indica que existe interés de la población en la creación de nuevos contenidos que aporten al desarrollo de la comunidad.

## **Investigaciones previas en relación al objeto de estudio**

El análisis bibliográfico realizado, facilitó abordar y entender los diferentes estudios y concepciones que tienen los autores acerca de la radio parlante comunitaria, participación ciudadana y cambio social, los cuales son componentes fundamentales en esta investigación. Por lo que es necesario poner en debate las investigaciones más importantes en relación al estudio en curso, debido a que los reportes consultados tienen menos de diez años de realización y los datos bibliográficos que se citan corresponden al tema en cuestión.

El primer trabajo corresponde a Jaramillo (2014), quien realizó una investigación sobre la radio parlante del cantón Puerto Quito (La Voz del Tigrillo) como una alternativa para comunicarse con la comunidad mediante la toma de espacios públicos. En esta tesis se examina la importancia de la radio parlante y su vinculación a la vida diaria de los habitantes del cantón Puerto Quito. Además, se manejó como base las teorías de la comunicación, así como principios de la libertad de expresión, con el fin de determinar el propósito y necesidad de las ra-



dios parlantes. Cabe enfatizar que esta investigación se enmarca dentro de un proyecto factible de radios parlantes del GAD de Pichincha, que funciona en zonas donde los medios de comunicación masiva no manifiestan la realidad local. Además, se utilizó los métodos analítico, deductivo e inductivo, y se confirmó que la radio parlante es una herramienta alternativa de comunicación para los pueblos pequeños, porque ellas proyectan la realidad de la comunidad.

Del mismo modo, la investigación de Iza y Lara (2013) utilizó una metodología cualitativa y en las conclusiones ratificó que con la ejecución del proyecto se enganchó a grupos de jóvenes y adultos para seguir profundizando la dinámica de la radio parlante.

Por otro lado, el análisis realizado por Mendivil (*et al.*, 2015) se enfoca en el papel de la comunicación para el cambio social, empoderamiento y participación: “No se trata solamente de poseer los instrumentos, una radio, un periódico o un canal de televisión; se trata, sobre todo, de apropiarse de la gestión, de la creación y del proceso comunicacional que involucra la participación comunitaria” (p. 16). Este trabajo se relaciona con la investigación en curso porque contempla un estudio documental de la comunicación como escenario social y como generadora de transformaciones culturales, en la cual los conceptos y definiciones son claras para mejorar la acción colectiva de las comunidades, la comunicación y participación de los habitantes del sector en los espacios públicos.

## **Pamba Radio y las nuevas tecnologías**

La implementación de nuevas tecnologías en la producción radiofónica de Pamba Radio permite generar mayor alcance de audiencias. Las nuevas plataformas (redes sociales, páginas de internet y aplicaciones celulares) facilitan que el contenido radiofónico se amplifique a nivel mundial, siendo de gran utilidad el *software* libre y los programas sin costo y abiertos al público. Así, Ramón (2017) afirma que “la soberanía tecnológica es el resultado de la libertad, entendida como no

dominación, de los estados frente a los poderes tecnológicos. La base de esta es la educación y la investigación” (p. 134).

Es necesario reconocer que la sociedad exige cada vez más competencias, habilidades y conocimientos para desenvolvernos. Por ello, Pamba Radio es parte central de la libertad de expresión y de una modalidad de comunicación alternativa que forma parte de las nuevas dinámicas sociales. Al generar productos radiofónicos consolidados e implementar contenidos acordes al proceso de la era digital, los individuos logran “evaluar críticamente los contenidos y a tomar decisiones fundadas como usuarios, productores de información y contenido mediático” (Val-Cubero, 2017, p. 64). También brinda oportunidades a los actores sociales para que descubran nuevas formas de aprender y desempeñarse en el campo tecnológico, por medio del uso del teléfono celular, computadoras, *tablets*, *laptops* y un sin número de dispositivos móviles permiten que el acceso a medios de comunicación de forma rápida y concisa.

En este contexto, la investigación de Carlos Camacho (2007) se centra en las radios populares como un medio que permite construir ciudadanía. Por ello, este término debe ser comprendido como “la relación de la gente con el espacio de poder en cualesquiera de sus facetas y en términos de derechos y obligaciones”; con el propósito de cimentar una comunidad “para la justicia, el desarrollo y la participación” (p. 12).

Así, la radio parlante comunitaria se convierte en una herramienta fundamental para las comunidades, porque a través de ella se implementan estrategias y planes de acción para desarrollar habilidades propias, comunitarias y colectivas, con el fin de lograr la independencia de la comunicación alternativa. La valoración de los sujetos sociales está vinculada al aprendizaje para poder contar sus propias necesidades a través de la radio parlante, lo cual les permite reafirmar su papel transformador y protagónico para garantizar una mediación pedagógica y social con la ciudadanía.

## Conclusiones

Los aportes recogidos en esta investigación son fundamentales para mejorar Pamba Radio, tanto en la organización de la comunidad como en la producción de contenidos y la difusión; además, constituye un modelo de réplica para otros barrios de la ciudad de Quito, con el fin de fomentar la participación ciudadana, el cambio social y su sentido de comunidad.

Actualmente, la realización de proyectos comunitarios como Pamba Radio no es usual. Debido a la globalización y el avance tecnológico, predominan nuevas plataformas audiovisuales como las redes sociales y los productos “hipermediales”. Por eso, esta experiencia es un modelo alternativo de hacer y entender la comunicación por fuera del monopolio u oligopolio de los medios de comunicación tradicionales; representa un acto revolucionario de expresión popular que pretende darle voz a la ciudadanía, aunque debe trabajar en convergencia con las nuevas tecnologías.

La radio parlante Pamba Radio es un beneficio para los habitantes del barrio Pambachupa y representa el punto de convergencia que motiva a los ciudadanos a vincularse con actividades culturales, sociales y deportivas. Además, propulsa la organización, el diálogo y la acción colectiva, pues la unión de los moradores permite la mejora en las relaciones comunitarias para impulsar la ejecución de programas educativos, de salud, seguridad y de orientación respecto a la gestión.

La producción radiofónica de Pamba Radio se caracteriza por fomentar la participación horizontal, el dinamismo y empoderamiento social de los moradores, quienes —junto a los especialistas en comunicación social— apoyan el desarrollo y difusión de contenidos educativos dirigidos a niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.

Una de las características de Pamba Radio es la aplicación de la pedagogía radiofónica, que busca establecer procesos de diálogo a través

de la mediación social como mecanismo para provocar cambios actitudinales en la ciudadanía.

La radio es un medio de comunicación que se inscribe en la vida cotidiana, utiliza dinámicas lúdicas de encuentro, reflexión y reconocimiento entre las personas. Pamba Radio, a través de una programación con mirada crítica, pretende ir cambiando situaciones e imaginarios que han perjudicado la imagen del barrio Pambachupa y su cotidianidad.

Es necesario realizar el respectivo proceso jurídico para la legalización de la radio comunitaria, con el fin de que esta sea tomada en cuenta como un medio oficial comunitario dentro del Estado ecuatoriano; además, eso le permitiría ser beneficiaria de los programas estatales dedicados a fortalecer la comunicación en comunidades urbanas y rurales.

Finalmente, es necesario señalar que el resultado de la investigación es producto de la experiencia de un trabajo de comunicación comunitaria y de vinculación con la sociedad, que ha permitido generar un proyecto de radio parlante innovador para la ciudad de Quito, el cual ha logrado integrar a los moradores en el diálogo para la solución de problemas y necesidades individuales y colectivas. Al ser parte interesada de este proyecto, hay un compromiso de continuar con iniciativas de una comunicación para la vida y la buena convivencia, que la radio siga siendo el medio más amable para el trabajo en beneficio de la ciudadanía, donde todos y todas pueden intervenir en los procesos de comunicación, es decir, que no existen jerarquías y las decisiones se toman en conjunto.

## Referencias bibliográficas

- Ansi3n, J. y Tubino, F. (2017). *Educar en ciudadanía intercultural*. Lima: Pontificia Universidad Cat3lica del Per3.
- Baca, C. (abril, 2011). De los medios a las mediaciones, comunicaci3n, cultura y hegemonía. *Raz3n y Palabra*, (75). Recuperado de <https://bit.ly/37TJV5P/>

- Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en el mundo interconectado. *Foro de Educación*, (14). Recuperado de <https://bit.ly/2SYFQt5/>
- Barrantes, R. (2000). *Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*. Costa Rica: EUNED.
- Calderón, C. (2009). Definición de los tipos de estudio. En P. Salinas y M. Cárdenas (eds.), *Métodos de investigación social* (pp. 60-61). Quito: Quipus. Recuperado de <https://bit.ly/2SXcmvp/>
- Camacho, C. (2007). *Las radios populares en la construcción de la ciudadanía: enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia*. La Paz. Recuperado de <https://bit.ly/32oPmZD/>
- Carrasco, Á. (diciembre, 2016). Teoría crítica e investigación comunicativa: fundamentos teóricos y horizonte epistemológico. En C. Mateos y J. Herrero (coords.), *La pantalla insomne*. La Laguna, España: SLCS. Recuperado de <https://bit.ly/2Te2uMR/>
- Carrión, H. (febrero, 2007). Estudio de radios comunitarias: situación en el Ecuador. *Red Infodesarrollo*. Recuperado de <https://bit.ly/3carQ6T/>
- Colmenares, A. y Piñero, L. (mayo, 2008). La investigación-acción. *Laurus*, 14(27), 96-114. Recuperado de <https://bit.ly/2wNQni7/>
- Cuculiza, N. y Kalinowski, D. (1991). *Medios de comunicación al servicio de la alfabetización y postalfabetización*. Santiago de Chile: OREALC. Recuperado de <https://bit.ly/2SXc5IR/>
- Iza, A. y Lara, C. (2013). *Formación de la radio parlante “Bocina” en la parroquia La Merced como empresa social* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
- Jaramillo, A. (2014). *Radio parlante del cantón Puerto Quito “La Voz del Tigrillo” como una alternativa para comunicarse con la comunidad mediante la toma de los espacios públicos* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- La Hora. (19 de mayo de 2007). *Pambachupa, eterna lucha por la paz*. Recuperado de <https://bit.ly/380efff/>
- León, T. (2015). *La educomunicación en la formación de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Lozano, A. (1991). *Quito ciudad milenaria*. Quito: Abya-Yala. Recuperado de <https://bit.ly/2w7edoM/>

- Martínez, V. (2013). *Paradigmas de investigación: manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación*. Recuperado de <https://bit.ly/2PkG1MY/>
- Mendivil, C., Racedo, Y., Meléndez, K. y Rosero, J. (junio, 2015). El papel de la comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Revista Encuentros*, 13(1), 11-23. doi: 10.15665/re.v13i1.345/
- Ocampo, J. (enero, 2008). Paulo Freire y la pedagogía del oprimido. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, (10), 57-72. Recuperado de <https://bit.ly/391Fx6q/>
- Ortega, F. y Galhardi, C. (2013). Propuesta metodológica para el análisis de contenido de la parrilla de televisión en Brasil: análisis de un caso práctico en el estado de São Paulo. En M. Mariño, T. Gozález y M. Pacheco (eds.), *Investigar la comunicación hoy: revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas* (pp. 221-240). Recuperado de <https://bit.ly/2HWzuE1/>
- Prieto, D. (noviembre, 2006). *La vida cotidiana en la pedagogía radiofónica*. Recuperado de <https://bit.ly/2HSXhot/>
- Ramírez, M. (diciembre, 2018). La comunicación intercultural una mediación pedagógica y social para el ejercicio de la ciudadanía. *Revista Latina*. Recuperado de <https://bit.ly/3c6JCrN/>
- Ramón, R. (2017). Conocimiento libre y construcción colectiva de sociedad. En V. Barragán e I. Terceros (eds.), *Radios, redes e internet para la transformación social* (pp. 129-153). Quito: CIESPAL. Recuperado de <https://bit.ly/3a3HOxN/>
- Ruiz, M., Borboa, M. y Rodríguez, J. (junio-julio, 2013). El enfoque mixto de la investigación. *Revista Académica de Investigación*, 9-14. Recuperado de <https://bit.ly/32nKxjd/>
- Val-Cubero, A. (2017). La implementación de la Convención sobre la Diversidad Cultural: el compromiso estatal. En L. Albornoz y M. García (eds.), *Diversidad e industria audiovisual el desafío cultural del siglo XXI*. México DF: FCE.
- Yates, D. (noviembre, 2013). *Distrito Metropolitano de Quito: análisis integrado de amenazas relacionada con el cambio climático, aspectos naturales y socioeconómicos*. Recuperado de <https://bit.ly/2SVPdK2/>



Sección 3

**COMPETENCIAS DEL COMUNICADOR**





# Estado del arte sobre el perfil y las competencias en la formación del comunicador

---

Johana Guerrero  
Universidad Politécnica Salesiana  
johanaguerrermartinez@gmail.com

Roberto Sánchez Montoya  
Universidad Politécnica Salesiana  
rsanchezm@ups.edu.ec

## Resumen

Esta investigación de carácter exploratorio desarrolla un estado del arte sobre las competencias y el perfil del comunicador. Toma como referencia de análisis la revisión de una veintena de artículos académicos sobre el perfil y las competencias del comunicador, encontrados en la base de datos Scopus, entre los años 2010 y 2014. Se trata de una sistematización de aportes críticos para ser tomada en cuenta al momento de elaborar un perfil del comunicador, como producto de la formación profesional universitaria. Este trabajo busca una aproximación al perfil idóneo del comunicador universitario desde el análisis académico, poniendo en discusión los aportes investigativos realizados alrededor del tema en cuestión. Resulta importante el desarrollo de este artículo, por cuanto no existen suficientes trabajos que aborden el tema de manera precisa, especialmente en Latinoamérica y específicamente en Ecuador.

## Palabras clave

Perfil del comunicador, competencias del comunicador, formación del comunicador, estado del arte.

## Introducción

La propuesta de investigar sobre el perfil y competencias del comunicador surgió a partir de la necesidad de tener mayor claridad sobre el proceso de formación profesional del comunicador contemporáneo. El interés particular se consolidó en 2014, cuando comenzó a trabajarse

el rediseño de la Carrera de Comunicación Social en la UPS. El trabajo consistió en la sistematización de aportes teóricos y empíricos publicados en el formato de artículos científicos, revisados por pares y divulgados en revistas académicas de comunicación de habla hispana.

En una primera aproximación a la literatura se encontraron algunos trabajos que dan cuenta de la relevancia del tema y del interés por realizar investigaciones y aportes al mismo. Por ejemplo, los autores que en los cuatro años previos a 2015 abordan el tema de competencias del comunicador y del periodista son: Pestano, Rodríguez y del Ponty (2011), Ruíz, Ruíz y Guerrero (2012), Gonzales y Ortells (2012), Benítez y Stepanian (2012), Doménech y López (2012), Ortiz (2012), Sánchez (2012), Pérez y Delgado (2012), García y Barranquero (2014), Gómez, Roca y Guerrero (2014).

Mientras que los autores que hablan sobre el tema del perfil del comunicador y del periodista son: López García (2010), Túñez, Martínez y Abejón (2010), Vivar y García (2012), de Mendonça, Henrique y Leal (2012), Sánchez y Méndez (2013), Gómez y Roses (2013), Punín y Martínez (2013), Canavilhas (2013), Pereira, Toural y López (2013), Fuente (2014).

En general los autores comparten que es menester que los profesionales, de la comunicación, se distingan por su criterio y por su sólida formación humanística que les permita ejercer liderazgo, como analistas de la realidad, y no como simple reciclador de la información. Y que estén decididos/as a ejercer la profesión guiados/as en la verdad, la imparcialidad y el respeto hacia los/las destinatarios de la información (Giraldo, 1999).

El papel del comunicador social es fundamental en la formación del contexto histórico y cultural de un pueblo o nación; el comunicador maneja una herramienta poderosa: la información, y si esta no es manejada con la rigurosidad que exige, se puede convertir en un instrumento de manipulación, tergiversación que incluso podrían devenir en intentos de dominación, exclusión o discriminación. También es pre-

ciso señalar que los comunicadores sociales no son meros repetidores de noticias en medios de información; los comunicadores también son quienes generan opinión pública esencial en el devenir político y económico de un país.

Son frecuentes las quejas de las empresas periodísticas acerca de la formación que se recibe en las facultades. Les parece un tanto alejada de las exigencias de la profesión, quizá cierto. Sería conveniente que en las universidades se pusiera mayor énfasis en los aspectos que preparan para el ejercicio profesional (Guasch, 1996, p. 122).

Es decir, las facultades o carreras de comunicación, al momento de diseñar la malla o programa curricular en el nivel de pregrado, deberían tomar en cuenta ampliamente el campo laboral al que se van a enfrentar los/as futuros egresados/as, sus requerimientos y demandas; esto con el fin de preparar al estudiante para que se desarrolle con entereza y dotado de la mayoría de conocimientos posibles y habilidades que el ejercicio de la profesión demanda. Sin embargo, el listado de trabajos anteriormente mencionados también da cuenta de la preocupación y el interés sobre el devenir de la profesión, la preparación de un/a comunicador/a es interminable, cada vez son más los conocimientos y destrezas que debe adquirir.

La formación de los futuros profesionales del Periodismo es exigente, porque debe ir más allá del ejercicio de un mero oficio; debe lograr personas inmersas en la realidad, constantes en el trabajo, rigurosas en las interacciones con las fuentes y socialmente responsables con todo lo que ello implica (Fernández, 1999, p. 27).

En este proceso de búsqueda, en la revisión inicial sobre la literatura vinculada a la temática mencionada, también se destacan referencias a la necesidad de aproximarnos mejor a la consolidación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, vinculadas a la consolidación de internet, situación que nos situaba en un escenario desafiante.

Ahora, con la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y los contenidos, ya nadie duda que nos encontramos ante un nuevo

escenario en donde los viejos paradigmas resultan ineficaces y donde los ciudadanos parecen dispuestos a exigir más a los mediadores sociales (López García, 2010, p. 5).

Los profesionales de la información están enfrentados a una época en la que se exige el dominio de diversas habilidades, actitudes, aptitudes y conocimientos, los cuales estén a la altura del contexto actual marcado por la sociedad de la información o la sociedad red.

Ante los cambios sociales, los nuevos graduados en periodismo, y en otras especialidades de la comunicación, tendrán que afrontar retos considerables para integrarse en entornos laborales cambiantes y complejos. Para ello dependen de la preparación que les capacita para la actividad profesional, derivada de los títulos de grado en comunicación (Pestano *et al.*, 2011, p. 408).

Por consiguiente, resulta importante poner en diálogo las diferentes investigaciones y aportes sobre la materia, en pos de contribuir con el debate de conceptos contemporáneos, con el objetivo de esclarecer algunas dudas de los formadores de comunicadores. Es urgente reflexionar sobre la práctica de la comunicación, como una profesión que demanda ciertas competencias tecno-cognitivas, que no han sido oportunamente o del todo definidas dentro de los perfiles académicos. De allí que podrían surgir problemáticas en los procesos de aprendizaje de los/las estudiantes y más tarde en el desempeño de la profesión dentro del campo laboral.

## **Aproximación teórica**

La presente investigación pretende, a través de la búsqueda de datos bibliográficos o estado de arte, dar cuenta de los trabajos anteriores realizados por teóricos alrededor del tema del perfil y competencias del comunicador social, con el fin de poner en discusión los diferentes aportes académicos. Por medio del análisis y sistematización de la información recolectada se pretende aportar a la clarificación de lo que, según los estudios realizados por investigadores experimentados, debe-

ría ser el perfil y competencias sobre las cuales un comunicador social sea reconocido.

Para empezar, es importante clarificar ciertos conceptos como el de “estado de arte” o estado de la cuestión”, “competencia profesional”, perfil o destrezas del comunicador social. A continuación, se intentará dar claridad a los conceptos antes mencionados, citando a autores especializados en los temas.

### *Estado de arte*

Se revisará brevemente algunos aportes de autores que hablan sobre el estado del arte, esto nos ayudará a contextualizar de mejor manera el presente trabajo investigativo.

Los estados de arte en las ciencias sociales, y los producidos en cualquier tipo de investigación, representan el primer paso de acercamiento y apropiación de la realidad como tal, pero, ante todo, esta propuesta metodológica se encuentra mediada por los textos y los acumulados que de las ciencias sociales ellos contienen. En consecuencia, los estados del arte no se acercan a la principal fuente del conocimiento social, que es la realidad, la experiencia como tal y la cotidianidad; más bien, parten de un producto de lo dado y acumulado por las ciencias sociales, y se basan en una propuesta hermenéutica en los procesos de interpretación inicial de la realidad y de su investigación (Jiménez Becerra, 2004, p. 31).

A partir de lo citado anteriormente, se puede decir que el estado del arte como tal nos permite delimitar el estatus del conocimiento a través de la sistematización de investigaciones anteriores sobre el tema que se está tratando, sea cual fuere. En medio de ese cúmulo de conocimientos o discursos uno tiene la posibilidad de poner en discusión lo escrito o buscar campos de estudio que no han sido abordados en su totalidad.

Un estado del arte es un mapa que nos permite continuar caminando; un estado del arte es también una posibilidad de hilvanar discursos que en una primera mirada se presentan como discontinuos o contradicto-

rios. En un estado del arte está presente la posibilidad de contribuir a la teoría y a la práctica de algo (Messina, 1999, p. 145).

Un estado del arte o estado de la cuestión, como también se lo conoce, es una metodología que permite realizar estudios investigativos, tomando como base científica que valida el estudio de tal o cual tema, a los trabajos investigativos realizados anteriormente, con el fin de crear en el futuro nuevos aportes desde la academia.

### *El perfil*

Lo que viene a continuación corresponde a estudios realizados alrededor del tema del perfil del comunicador. Los perfiles suelen ser el ideal formativo detrás de una propuesta académica.

Se centra en el desarrollo de capacidades en los sujetos, favoreciendo la formación de profesionales críticos y reflexivos, autónomos y responsables en su desempeño profesional, capacidad para plantear alternativas pedagógicas y participar en las decisiones concernientes a la educación, en los niveles y ámbitos que les corresponda actuar (Bozu y Canto, 2009, p. 91).

En ese sentido, el perfil está relacionado con diferentes capacidades del profesional, que le permiten dar solución o afrontar los retos de su profesión de manera profesional. Según Baldivia (1981), el perfil profesional del nuevo periodista/comunicador se planteaba como el de un científico social, estratega y planificador.

### *Competencia*

Por competencia entendemos que es la conjunción entre los conocimientos que se han adquirido dentro de la formación académica y las características personales del profesional, lo cual es determinante a la hora de la práctica profesional. Vale citar dos afirmaciones sobre este concepto: “Por competencia se suele entender una combinación de conocimientos, capacidades y actitudes que se consideran necesarios para

un determinado contexto” (Ferrés, 2007, p. 100) y “las competencias representan una combinación de atributos y describen el nivel o grado de suficiencia con que una persona es capaz de desempeñarlos” (Ahedo e Ignacio, 2012, p. 27).

Según lo anotado anteriormente las competencias en un profesional determinan el nivel de capacidad que tiene o posee para desarrollar las actividades propias de su profesión. Las competencias producto de la formación académica las podríamos sintetizar como:

Aquellos conocimientos y habilidades, actitudes y valores que adquieren los alumnos y que les capacitan para la resolución de problemas no solo en el contexto académico, sino también profesional o personal. Cada competencia se construye a través de la combinación de habilidades cognitivas y prácticas, conocimiento (incluyendo el conocimiento táctico), motivación, valores, actitudes, emociones y otros componentes sociales y conductuales (del Val, 2013, p. 131).

Es importante realizar un estado del arte del perfil y las competencias del comunicador porque no existen trabajos investigativos suficientes que esclarezcan el tema en cuestión. Cada vez son más las demandas laborales a las cuales los futuros comunicadores sociales se ven enfrentados, por cuanto un estudio al respecto es pertinente y necesario. El contexto actual al que estamos enfrentados los estudiantes y profesionales de la comunicación está lleno de retos y de una alta cuota de competitividad.

## **Pregunta de investigación**

Con los antecedentes presentados, la pregunta de investigación que guía este trabajo está planteada de la siguiente manera: ¿Qué perfil y competencias debe poseer o identificar a un comunicador social como producto de su formación profesional? Y en esta línea, los objetivos son:

- Desarrollar un estado del arte sobre el perfil del comunicador, con el fin de dar cuenta sobre los recientes trabajos de investigación sobre este tema.



- Investigar en revistas científicas indexadas a la base datos Scopus, con el fin de abordar teóricamente el presente estudio.
- Fundamentar teóricamente, en base a la información recolectada de las revistas científicas, el perfil idóneo del comunicador.
- Elaborar un cuadro compilatorio de los aportes teóricos analizados.

## Metodología

El proceso metodológico del presente estudio se orienta a construir un estado del arte en base a una búsqueda de artículos en español de revistas científicas especializadas, indexadas a la base de datos Scopus. Estos artículos serán analizados para describir e interpretar los aportes investigativos al rededor del tema en cuestión, con el fin de dar cuenta de los estudios anteriores realizados sobre el tema y los avances que se han hecho, semejanzas y disparidades de los discursos.

Scopus es una base de datos sobre ciencia y tecnología que permite la consulta y el acceso a las referencias bibliográficas de 14.000 publicaciones científicas (peer-review) procedentes de 4.000 editoriales distintas y que, en total, proporciona acceso a unos 27 millones de referencias (Codina, 2005, p. 44).

Scopus es uno de los más grandes buscadores en internet, presenta una interfaz accesible con publicaciones científicas de varias editoriales del mundo, es una herramienta que nos permite conocer los estudios realizados por expertos en varias ramas de la ciencia.

Scopus es hoy la mejor herramienta para estudios bibliométricos y evaluaciones de producción científica, no solo por su incomparable contenido, sino también por ser la única base que reúne las herramientas adecuadas, tales como: perfil de autor, perfil de institución, rastreador de citas, índice h y analizador de revistas científicas (Elsevier, 2016).

Para el desarrollo del presente estudio se han seleccionado y revisado diez revistas especializadas de comunicación, todas de habla hispana, entre 2010 y 2014. Se eligió este rango de años por que el estudio debe

poner en debate discursos que sean relativamente vigentes, que hayan sido indexados hace máximo cinco años, contados del 2015 hacia atrás.

Los artículos encontrados en primera instancia fueron treinta, pero no todos cumplen con el rango de búsqueda establecido, por ello diez artículos no han sido tomados en cuenta dentro del corpus de este estudio, pero estarán presentados al lector como resultado del proceso de investigación, así se pretende dar mayor validez y claridad al presente artículo.

Para la sistematización de los datos se ha considerado oportuno realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de los aportes al rededor del tema, partiendo de variables que han sido planteadas a partir de los títulos, subtítulos y palabras claves presentes en los veinte artículos base para el desarrollo de este estudio, mismas que servirán para la delimitación del análisis que permitirán contrastar y comparar los hallazgos.

Luego de la una primera aproximación a los artículos encontrados, las principales temáticas que consideramos relevantes, vinculadas a nuestro interés de estudios, fueron las siguientes:

- Experiencia práctica
- Planificación y ejecución de proyectos
- Valores deontológicos
- Polivalencia mediática
- Polivalencia temática

Las variables propuestas para aplicar al presente artículo son cinco, de esta forma se ha procurado organizar la información y posterior análisis. Los resultados de la investigación serán presentados mediante cuadros comparativos trabajados en Microsoft Excel, posterior a esto se analizará la información obtenida de las figuras. Se elaboraron cinco cuadros comparativos diseñados con la siguiente información: publicaciones por año de los artículos tomados como base en este trabajo, número de artículos publicados por revista, país de procedencia de los autores/as de los artículos, número de publicaciones de artículos por

revista, frecuencia de aparición de las variables determinadas en cada artículo, en este último cuadro para el proceso de recolección de la información, se requirió la revisión minuciosa de cada pieza, con el fin de poder determinar el número de aparición de las variables en cada artículo. Cada figura estará sujeta a un análisis cualitativo y comparativo según sea el caso, con el fin de determinar semejanzas y disparidades en el discurso de los autores. Además, en la parte de resultados se puede encontrar dos tablas. La primera corresponde al estado del arte de este artículo, los cuales permiten dar sustento científico a la presente investigación, esta tabla contiene los veinte artículos base en el desarrollo de este estudio, el año de indexación, nombre de la revista que lo publica, nombre del autor/a o autores/as. La segunda tabla corresponde a los diez artículos que han sido descartados para el desarrollo del corpus de la presente investigación, ya que no tocan el tema de manera frontal o se desvían de mismo en algún punto. Consideramos importante dar acceso al lector a todo lo que conllevó el proceso de selección de las piezas que conforman el estado de arte, base fundamental de este trabajo.

## Resultados

Fueron veinte artículos científicos encontrados con información sobre el tema de investigación planteado, entre 2010 y 2014, las investigaciones provienen de las revistas *Palabra Clave*, *Comunicar*, *Signa*, *Revista Latina de Comunicación*, *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, *Profesional de la Información*, *Comunicación y Sociedad*, *Cultura Lengua-je y Representación*, *Scire e Historia* y *Comunicación Social*.

Como ya antes se mencionó, no en todas las revistas especializadas en comunicación que se escriben en español se encontró información relevante que aborde específicamente del tema del perfil y competencias del comunicador. Fueron cinco las revistas en las cuales se encontró los 20 artículos que conforman el estado del arte del presente trabajo. Los artículos estarán incluidos dentro del corpus del artículo a manera de tabla, para que de esta forma el lector sepa con claridad que se está poniendo en discusión.

Tabla 1  
Artículos base

Nº	Año	Revista, institución y país	Título del artículo	Autor y filiación institucional
1	2010	<i>Revista Latina de Comunicación</i> España	La formación de los periodistas en el S. XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico	Xosé López García Universidad Santiago de Compostela
2	2010	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas	Miguel Túñez López Universidad de Santiago de Compostela Yolanda Martínez Solana Universidad Complutense de Madrid Paloma Abejón Mendoza Universidad Complutense de Madrid
3	2011	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Transformaciones en los modelos de formación de Periodistas en España. El reto europeo	José Manuel Pestano Rodríguez Universidad de La Laguna (Tenerife) Carmen Rodríguez Wangüemert Universidad de La Laguna (Tenerife) Patricia del Ponti Universidad de La Laguna (Tenerife)
4	2012	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	El desarrollo de competencias profesionales dentro del marco del EEES. El caso de los grados en Comunicación	Isabel Ruiz Mora Universidad de Málaga María Jesús Ruiz Muñoz Universidad de Málaga Daniel Guerrero Navarro Universidad de Málaga
5	2012	<i>Revista Latina de Comunicación</i> España	La adaptación de la formación reglada y continua de la Comunicación	Hipólito Vivar Zurita Universidad Complutense de Madrid Alberto García García Universidad Complutense de Madrid
6	2012	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales	Sonia González Molina Universidad Jaume I (Castellón) Sara Ortells Badenes Universidad Jaume I (Castellón)
7	2012	<i>Estudios sobre el mensaje periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Desarrollo de las competencias específicas relacionadas con la tecnología para las áreas de periodismo y comunicación audiovisual	Antonio Benítez Iglesias Universidad Carlos III de Madrid Esteban Stepanian Taracido Universidad Carlos III de Madrid

8	2012	<i>Revista Palabra Clave</i> Universidad de la Sabana Brasil	Formación y producción periodística en internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño	Thaís de Mendonça Fábio Henrique Pereira Zélia Leal-Adghirmi (Universidad de Brasilia)
9	2012	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Las competencias profesionales en el ámbito de la especialización periodística. Propuesta de coordinación docente para los estudios de grado	Hugo Doménech Fabregat Universidad Jaume I (Castellón) Pablo López Rabadán Universidad Jaume I (Castellón)
10	2012	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Principales señas de los estudiantes de comunicación en el EES de la Comunidad de Madrid en 2012: expectativas, perfil de opción y relaciones mediáticas	Miguel Ángel Ortiz Sobrino Universidad Complutense de Madrid
11	2012	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Adquisición de competencias mediante la autonomía en el aprendizaje autorregulado	Sebastián Sánchez Castillo Universidad de Valencia
12	2012	<i>Revista Comunicar</i> España	De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores	María Amor. Pérez Rodríguez Universidad de Huelva (España) Águeda Delgado Ponce Universidad de Huelva
13	2013	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	¿Perfiles profesionales 2.0? Una aproximación a la correlación entre la demanda laboral y la formación universitaria	Hada M. Sánchez Gonzáles Universidad de Sevilla Sandra Méndez Muros Universidad de Sevilla
14	2013	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Valoración de los profesionales sobre la enseñanza del periodismo en España. Un análisis intergeneracional	Bernardo J. Gómez Calderón Universidad de Málaga Sergio Roses Campos Universidad de Málaga

15	2013	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	La profesionalización periodística en Ecuador: ¿La experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas?	María Isabel Punín Larrea Universidad Técnica Particular de Loja Alison Catherine Martínez Haro Universidad Técnica Particular de Loja
16	2013	<i>Historia y Comunicación Social</i> Universidad Complutense de Madrid España	El periodismo en tiempos de un nuevo ecosistema: propuestas para la enseñanza superior	João Canavilhas Universidad de Beira, Portugal
17	2013	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	La formación de periodistas en el marco universitario. Adaptación del modelo UNESCO a las nuevas tendencias	Xosé Pereira Fariña Universidad de Santiago de Compostela Carlos Toural Bran Universidad de Santiago de Compostela Xosé López García Universidad de Santiago de Compostela
18	2014	<i>Historia y Comunicación Social</i> Universidad Complutense de Madrid España	La formación universitaria en periodismo. ¿Mera capacitación tecnológica o una formación integral en el nuevo ecosistema informativo?	José Vicente García Santamaría Universidad Carlos III de Madrid Alejandro Barranquero Carretero Universidad Carlos III de Madrid
19	2014	<i>Historia y Comunicación Social</i> Universidad Complutense de Madrid España	¿Cómo perciben los estudiantes la adquisición de competencias? Análisis comparado: Teorías de la Comunicación en la Universidad Pompeu Fabra	Lorena Gómez Puertas Universidad Pompeu Fabra Carles Roca Cuberes Universidad Pompeu Fabra Frederic Guerrero Solé Universidad Pompeu Fabra
20	2014	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> Universidad Complutense de Madrid España	Periodistas o productores de contenido	Carmen Fuente Cobo Centro Universitario Villanueva (Madrid)

Nota: la tabla contiene el listado de los veinte artículos que fueron tomados como base para el desarrollo del estado de arte, la tabla está ordenada por años, contiene datos como nombre de la revista, título del artículo y nombres del autor o autores según sea el caso.

Fuente: los autores

Tabla 2  
Artículos excluidos

Nº	Año	Revista, institución y país	Título del artículo	Autor y filiación institucional
1	2010	<i>Revista Latina de Comunicación</i> España	Una profesión titulada periodismo	Manuel Fernández Areal Universidad de Vigo
2	2011	<i>Revista Latina de Comunicación</i> <b>España</b>	Competencias en tecnologías de información y comunicación (tic) de los estudiantes universitarios	Ana María de Guadalupe Arras Vota Universidad Autónoma de Chihuahua, México Carlos Arturo Torres Universidad Veracruzana, México Ana García Valcárcel Repiso Universidad de Salamanca, España
3	2011	<i>Revista Latina de Comunicación</i> España	La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo	Luis Gonzáles Universidad Miguel Hernández Alberto García Universidad Miguel Hernández Matthias Karmasin Universidad de Klagenfurt Andy Kaltenbrunner Universidad de Klagenfurt
4	2012	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> <b>Universidad Complutense de Madrid</b> <b>España</b>	La importancia de los instrumentos tecnológicos en los nuevos planes de estudio	Josu Ahedo Ruíz Universidad Internacional de La Rioja Ignacio Dávila del Valle Universidad Complutense de Madrid
5	2012	<i>Revista Comunicar</i> España	De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores	María Amor. Pérez Rodríguez Universidad de Huelva (España) Águeda Delgado Ponce Universidad de Huelva

6	2012	<i>Revista Latina de Comunicación</i> España	Comunicadores eficaces, comunicadores resonantes: Flujo y credibilidad del comunicador	Irene García Universidad del País Vasco Gotzon Toral Universidad del País Vasco Jon Murelaga Universidad del País Vasco
7	2013	<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i> <b>Universidad Complutense de Madrid</b> España	La integración del alumno al mundo laboral. El paradigma de la Inteligencia Emocional en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior	Carlos Del Val Merino Universidad de Málaga
8	2013	<i>Historia y Comunicación Social</i> <b>Universidad Complutense de Madrid</b> España	Evaluación de competencias y objetivos formativos	Concepción Alhama Universidad de Alicante
9	2014	<i>Historia y Comunicación Social</i> <b>Universidad Complutense de Madrid</b> España	El desarrollo de competencias digitales en la educación superior	Mario Arias Oliva Universidad Rovira I Virgili Teresa Torres Coronas Universidad Rovira I Virgili Juan Carlos Yáñez Luna Universidad Autónoma de San Luis Potosí
10	2014	<i>Revista Latina de Comunicación</i> España	Situación profesional de los periodistas españoles: las repercusiones de la crisis en los medios	X. Soengas Pérez Universidad Santiago de Compostela A. N. Rodríguez Vázquez Universidad Santiago de Compostela N. Abuin Vences Universidad Complutense de Madrid

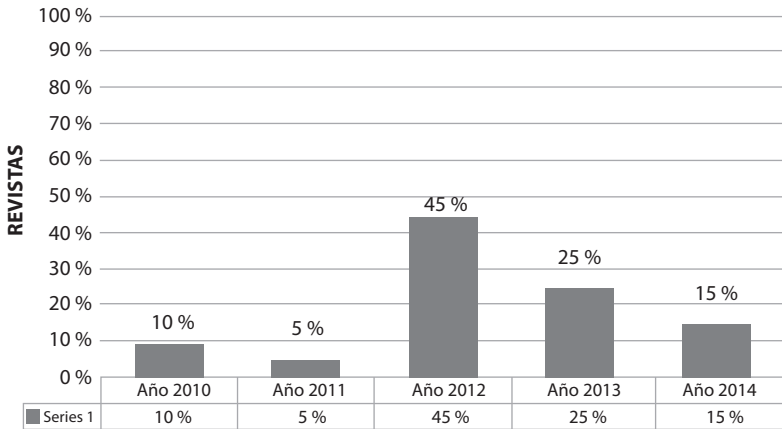
Nota: La tabla contiene el listado de los diez artículos que fueron descartados por que no abordan el tema de la investigación de manera frontal, la tabla está ordenada por años, contiene datos como nombre de la revista, título del artículo y nombres del autor o autores según sea el caso.

Fuente: los autores



En la figura 1 se puede observar que el 45% del total de las publicaciones indexadas que abordan el tema de estudio de la presente investigación, corresponden a 2012, le sigue el 25% para 2013 y el 15% en 2014. Finalmente, los años con menor porcentaje de artículos indexados en Scopus, sobre la temática investigada, se registran en 2011 y 2010, con el 5% y 10% respectivamente.

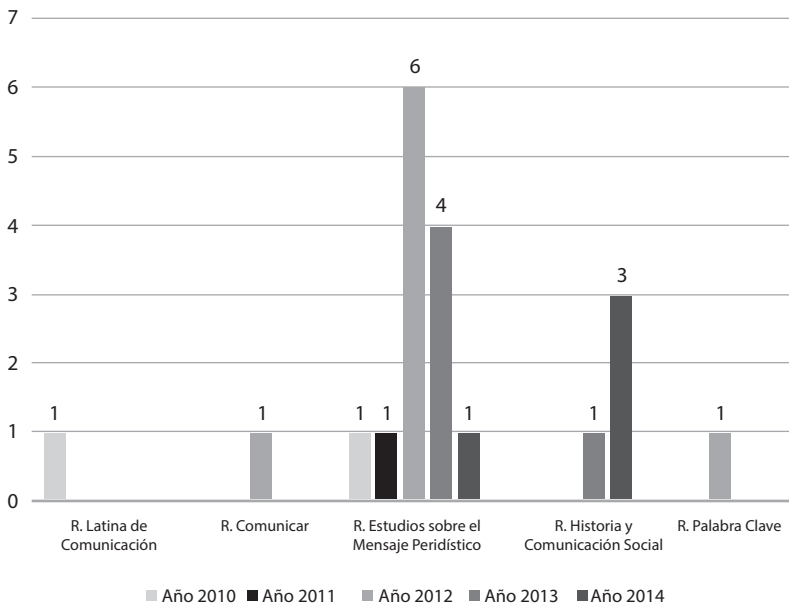
Figura 1  
Publicaciones indexadas en la base de datos Scopus dentro del rango de búsqueda establecida entre 2010-2014



Fuente: los autores

Al revisar el número de publicaciones por revista (figura 2) se encuentra que 13 de los 20 artículos, más del 50%, corresponden a la *Revista Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, con especial énfasis en los años 2012 y 2013. La siguiente publicación que aborda con mayor frecuencia la temática es la *Revista Historia y Comunicación Social* con cuatro artículos, la mayoría en el 2014. En cuanto a las revistas *Latina de Comunicación*, *Comunicar* y *Palabra Clave* solo cuentan con un artículo cada una.

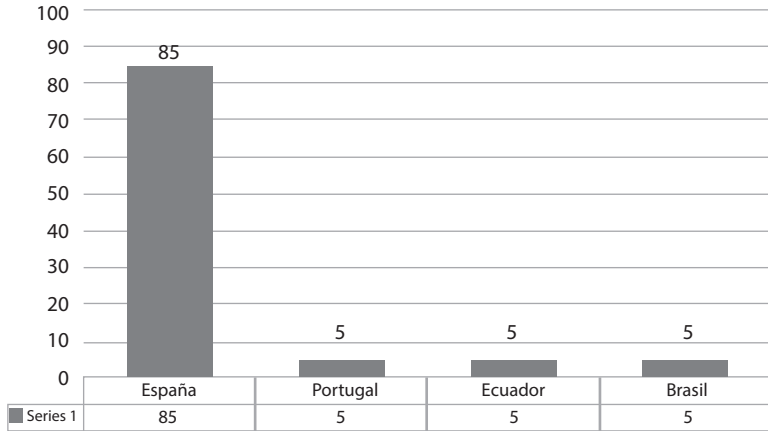
Figura 2  
Número de artículos indexados en la base de datos Scopus  
detallados por revista



Fuente: los autores

En la figura 3 se aprecia el porcentaje de procedencia o país de filiación institucional de los autores. Destaca España el 85% de investigadores, es decir, 35 de los autores proceden de universidades o centros de investigación españoles, le sigue Brasil con tres autores de un artículo, Ecuador con dos autoras correspondientes a un artículo y finalmente Portugal con un autor. Esta situación coloca a España en una posición de dominio del campo investigado con más de dos tercios de la producción científica realizada entre 2010 y 2014.

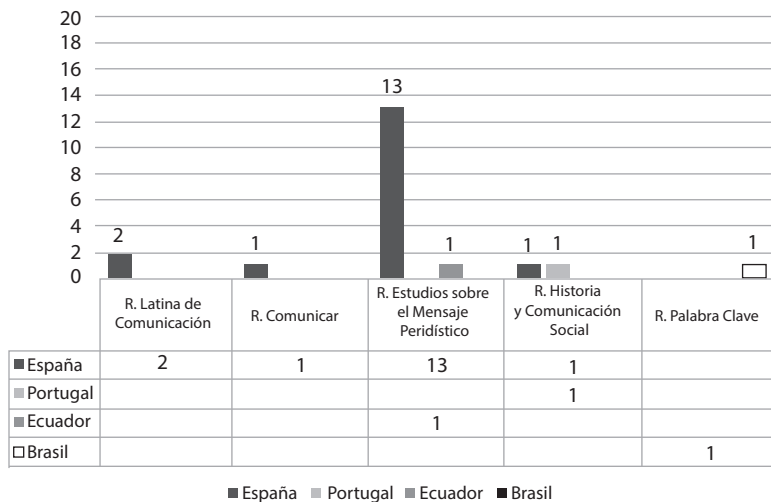
Figura 3  
 Porcentaje de la nacionalidad a la que pertenecen los/as autores /as de los artículos analizados



Fuente: los autores

La figura 4 nos ayuda a evidenciar el número de publicaciones por revista según la nacionalidad del autor. Encontramos que la *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico* es quien mayor porcentaje de publicados posee de nacionalidad española, correspondientes a 14 de los 20 artículos analizados. Cabe recalcar en el caso de las autoras ecuatorianas ambas pertenecen a la Universidad Técnica Particular de Loja. La *Revista Latina de Comunicación* cuenta con 2 publicaciones provenientes de autores de nacionalidad española, la *Revista Historia y Comunicación Social* cuenta con un autor español y otro de portugués. Al final, tenemos a la *Revista Comunicar* con una publicación de autores de nacionalidad española. Mientras que *Palabra Clave* cuenta con autores brasileños. Vale señalar que esta última revista es la única que se edita en español en Editorial Sudamericana.

Figura 4  
Número de artículos según el país de procedencia  
de los autores/as

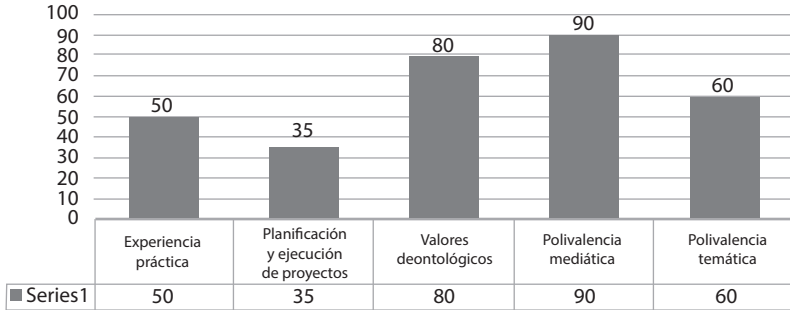


Fuente: los autores

### *Análisis de palabras claves o variables temáticas*

En el análisis de las palabras claves de los veinte artículos obtenidos se encontró que le conjunto de publicaciones comparten cinco palabras claves o variables temáticas: “experiencia práctica”, “planificación y ejecución de proyectos”, “valores deontológicos”, “polivalencia mediática” y “polivalencia temática”.

Figura 5  
Frecuencia de aparición de las variables establecidas en cada uno de los artículos



Fuente: los autores

### ***Polivalencia mediática***

Del conjunto de variables se destaca claramente la polivalencia mediática con el 90%. La polivalencia mediática hace referencia a las habilidades que el comunicador social debe tener frente a la tecnología, uso de formatos digitales, conocimiento de redes sociales, dominio de programas de edición de video y audio, conocimiento de periodismo digital, decodificación de archivos, montaje de imágenes, conocimiento de planos para grabar en video, entre otros.

El motor de cambio está simultáneamente activado en fuentes, medios, periodistas y audiencias, pero además se está produciendo una redefinición de las rutinas productivas que dirigen la demanda empresarial hacia un perfil de periodistas con formación tecnológica polivalente en multimedia (Túñez *et al.*, 2010, p. 79).

Esta variable se hizo presente en gran cantidad de artículos analizados, la gran mayoría de los autores concuerdan en que en la actualidad un profesional de la comunicación debe estar a la vanguardia de los

avances tecnológicos y que los conocimientos se deben renovar constantemente en cuanto a la materia. Poseer estos conocimientos es muy valorado en el ámbito laboral.

Como ejemplos de los diferentes aspectos que debe incluir la formación profesional, según Vivar y García (2012), un comunicador social debe dominar en el campo de lo mediático: preparación y producción digital de contenidos (audio, vídeo, fotos y textos), montaje y edición digital en de audio, vídeo, fotos y textos, por separado o conjuntamente. También se incluye en este punto la captación y elaboración digital de la información con cámaras y editores portátiles, desarrollo de *blogs*, páginas *web*, dominio de canales de YouTube, etc.

### ***Valores deontológicos***

Los valores deontológicos cuentan con un 80% de aparición en los artículos estudiados. Nuevamente, los autores concuerdan que los valores éticos de la profesión son cruciales al momento de ejercer. El conocimiento y sensibilidad para llegar a las masas, el liderazgo, la honestidad, la veracidad al momento del manejo y transmisión de la información, trabajo en equipo, buena respuesta al trabajo bajo presión, orientación a resultados, son algunas de las características que están contenidas dentro de esta variable.

En el ámbito profesional de la comunicación se valora especialmente la disposición y la preparación de trabajar en equipo productivo, para lo cual resultan adecuadas las metodologías de aprendizaje colaborativo, estos instrumentos se revelan eficaces a la hora de fomentar el pensamiento críticos, los valores deontológicos y la resolución de problemas (Ruíz *et al.*, 2012, p. 840).

### ***Polivalencia temática***

Con el 60% encontramos a la variable de polivalencia temática. No todos los autores abordan este tema, sin embargo, no es menos importan-

te. Esta variable hace alusión a los conocimientos que, por cultura general, debe tener un comunicador social, como el conocimiento de historia, política, economía, literatura, arte, geografía, manejo adecuado y oportuno del lenguaje escrito y oral, etc. Esto por cuanto el comunicador social debe desarrollar contenidos alrededor de varias temáticas sociales. Esta variable hace alusión a la capacidad de manejar diversos temas a la vez y tener el conocimiento para difundirlos por diferentes medios.

Actualmente, los informadores desempeñan todo tipo de funciones dentro de la redacción de sus medios, desde grabar y montar sus propias piezas informativas en las televisiones, hasta redactar para la versión impresa y digital de algunos periódicos. Es decir, se han vuelto polivalentes. Una situación que la actual crisis económica acentúa puesto que las empresas apuestan por la reducción de costes y la optimización de los recursos, desembocando en denominaciones como la de periodista orquesta para aludir a esta realidad (Gonzales y Ortelles, 2012, p. 356).

### *Experiencia práctica*

Con respecto a la variable de experiencia práctica, está presente en el 50% de los artículos revisados. Esta variable está relacionada a la experticia que es muy valorada dentro del ámbito laboral comunicativo: la asertividad comunicativa, el dominio de audiencias, el dominio de los estilos periodísticos.

### *Planificación y ejecución de proyectos*

Al final, con 35% de frecuencia, está la variable planificación y ejecución de proyectos. Poco más de un tercio de los autores consideran imprescindible que un comunicador sepa del desarrollo de proyectos. Esta característica corresponde en exclusiva a autores españoles. Al parecer, en universidades españolas la malla curricular está diseñada de forma distinta que en América Latina, donde la planificación juega un rol más importante. Quizá los contextos responden a realidades y necesidades distintas.

En síntesis, luego de revisar el conjunto de las principales variables que tienen mayor constancia en la mayoría de trabajos revisados encontramos que el comunicador polivalente debe de tener iniciativa, pensamiento analítico, conocimientos de planificación y organización, creatividad y su trabajo deberá estar orientado a la consecución de objetivos. Además, de preocuparse por el orden y la calidad, debe tener la capacidad de trabajar en equipo y ser flexible (Gonzales y Ortells, 2012).

## Conclusiones

Por la filiación académica a la que pertenecen la mayoría de los autores que han escrito sobre la temática, relacionada con el perfil y competencias del comunicador, encontramos que España concentra al 85% de investigadores. El año de mayor producción científica alrededor del tema del periodo revisado fue 2012, con el 45% del total de publicaciones. La revista con el mayor número de artículos sobre esta temática particular fue la española *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico* con 13 de los 20 artículos analizados. Esta situación demuestra la poca presencia de investigadores latinoamericanos en revistas indexadas bajo el sistema Scopus, que es una de las bases de datos de mayor reconocimiento internacional. Por lo tanto, la influencia que pueden generar los autores latinoamericanos sobre este tema en particular es bastante limitada.

La variable temática desarrollada con mayor frecuencia sobre el perfil del comunicador fue polivalencia mediática, debido que la comunicación está íntimamente ligada a lo tecnológico se busca que comunicador social sea capaz de manejar a la perfección las nuevas tecnologías de la comunicación que son multiplataforma (visual, sonora, audiovisual, hipermedial). Una persona debe dominar conocimientos que anteriormente eran específicos. Es decir, antes se requería de un fotógrafo, un operador de cámaras, un editor, un redactor, entre otros. Ahora una sola persona debe tener todos estos conocimientos y muchos otros para el desarrollo de la labor periodística. Además, habría que considerar que los medios de comunicación e información ya no son los únicos pro-



ductores de información para las audiencias, actualmente existe la oferta de contenidos de internet que tienen gran acogida. Ante este nuevo panorama la adaptabilidad es importante para seguir teniendo vigencia (Túñez *et al.*, 2010).

El contexto actual también requiere profesionales que dominen varios temas a la vez, que estén al tanto de los cambios tecnológicos. La preparación que el comunicador social recibe en las aulas es crucial, sin embargo, debemos reconocer que la profesión demanda de cierta cuota de autopreparación: el profesional de la comunicación debe estar en constante renovación de sus conocimientos. Puede ser que el tiempo asignado para la formación de periodistas y comunicadores sociales sea insuficiente, ya que se imparte materias genéricas a costa de restar tiempo a las materias primordiales dentro de la formación de las carreras de comunicación social (Pestano *et al.*, 2011). Según lo parafraseado, el tiempo que se estima para la preparación universitaria de un profesional de la comunicación no es suficiente, por lo tanto, los autores proponen que se priorice las materias base, para el óptimo desarrollo de la profesión, proponen como posible salida la disminución de las horas que se destina a materias generales.

Finalmente, el perfil del profesional de la comunicación que las empresas están buscando es el de un “superperiodista” o “hiperperiodista”. Profesionales de las redacciones señalan características para el periodista de hoy y estas incluyen desde ser capaz de realizar varias tareas al mismo tiempo, es decir, se aprecia la polivalencia, hasta tener dominio de uno o más idiomas, poseer un amplio bagaje cultural, dominar las diferentes herramientas tecnológicas y saber obtener las noticias (De Mendonça *et al.*, 2012).

## Referencias bibliográficas

- Ahedo, J. e Ignacio, D. (octubre, 2012). La importancia de los instrumentos tecnológicos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (18), 25-33. doi: 10.5209

- Baldivia, J. (1981). *La formación de periodistas en México*. México DF: Nueva Imagen.
- Benítez, A. y Stepanian, E. (2012). Desarrollo de las competencias específicas relacionadas con la tecnología para las áreas de periodismo y comunicación audiovisual. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 129-140. doi: 18.40919
- Bozu, Z. y Canto, J. (2009). El profesorado universitario en la sociedad del conocimiento: competencias profesionales docentes. *Revista de Formación e Innovación Educativa*, 2, 87-97.
- Canavilhas, J. (2013). El periodismo en tiempos de un nuevo ecosistema mediático: propuestas para la enseñanza superior. *Historia y Comunicación Social*, 18, 51-521. doi: 18.44259
- Codina, L. (2005). Scopus: el mayor navegador científico de la web. *El Profesional de la Información*, 14(1), 1-6.
- De Mendonça, T., Henrique, F. y Leal, Z. (2012). Formación y producción periodística en internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño. *Palabra Clave*, 26-53. doi: 0122-8285
- Del Val, C. (2013). La integración del alumno al mundo laboral: el paradigma de la inteligencia emocional en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 129-138. doi: 10.5209/rev
- Doménech, H. y López, P. (2012). Las competencias profesionales en el ámbito de la especialización periodística: propuesta de coordinación docente para los estudios de grado. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 283 - 292. doi: 18.40982
- Elsevier. (5 de febrero de 2016). *Elsevier*. Recuperado de <https://bit.ly/3a9AAIC/>
- Fernández, J. (1999). Periodismo: hacia la sociedad de la información. *Palabra Clave*, (3), 27-47. Recuperado de <https://bit.ly/2HZNcGw/>
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar*, (29), 100-107. doi: 1134-3478
- Fuente, C. (2014). ¿Periodistas o productores de contenidos? La identidad profesional en los convenios colectivos de las empresas informativas. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 1045-1062. doi: 47049
- García, J. y Barranquero, A. (2014). La formación universitaria en periodismo: ¿mera capacitación tecnológica o una formación integral en el nuevo ecosistema informativo? *Historia y Comunicación Social*, 19, 641-651. doi: 19.44991

- Giraldo, D. (1999). La enseñanza del periodismo en tiempos de crisis. *Palabra Clave*, (3), 20. doi: 0122-8285
- Gómez, B. y Roses, S. (2013). Valoración de los profesionales sobre la enseñanza del periodismo en España: un análisis intergeneracional. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 19(1), 403-418. doi: 10.5209
- Gómez, L., Roca, C. y Guerrero, F. (2014). ¿Cómo perciben los estudiantes la adquisición de competencias? Análisis comparado: teorías de la comunicación en la Universidad Pompeu Fabra. *Historia y Comunicación Social*, 19, 313 - 326. doi: 19.45030
- Gonzales, S. y Ortelles, S. (2012). La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 455-463. doi: 18.41000
- Guasch, J. (1996). Las cuatro caras del comunicador. *Palabra Clave*, 1(1), 121-130. doi: 0122-8285
- Jiménez Becerra, A. (2004). El estado del arte en la investigación en las ciencias sociales. En Autor, *La práctica investigativa en ciencias sociales* (pp. 5-16). Bogotá: UPN. Recuperado de <https://bit.ly/382foTu/>
- López García, X. (2010). La formación de los periodistas en el S. XXI en Brasil, España, Portugal Puerto Rico. *Revista Latina de Comunicación*, 231-243. doi: 10.4185
- Mellado, C. (2010). La influencia de CIESPAL en la formación del periodista latinoamericano: una revisión crítica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 307-318. doi: 1134-1629
- Messina, G. (1999). Investigación en o investigación acerca de la formación docente: un estado del arte en los noventa. *Revista Iberoamericana de Educación*, (19), 145- 207. Recuperado de <https://bit.ly/2uxtQoQ/>
- Ortiz, S. (2012). Principales señas de identidad de los estudiantes de comunicación del EES de la comunidad de Madrid en 2012: expectativas, perfil de opción y relaciones mediáticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 661 - 670. doi: 18.40945
- Pereira, X., Toural, C. y López, X. (2013). La formación de periodistas en el marco universitario. Adaptación del modelo Unesco a las nuevas tendencias. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 371-380. doi: 19.42044
- Pérez, M. y Delgado, Á. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Revista Comunicar*, 39, 25-34. doi: 1134-3478

- Pestano, J., Rodríguez, C. y del Ponti, P. (2011). Transformaciones en los modelos de formación de periodistas en España. El reto europeo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17(2), 401-415. doi: 10.5209
- Punín, M. y Martínez, A. (2013). La profesionalización periodística en Ecuador: ¿la experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 507-517. doi: 1.42535
- Ruíz, I., Ruíz, M. y Guerrero, D. (2012). El desarrollo de competencias profesionales dentro del marco del EEES: el caso de los grados en Comunicación. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 839-847. doi: 10.5209
- Sánchez, H. y Méndez, S. (2013). ¿Perfiles profesionales 2.0? Una aproximación a la correlación entre la demanda laboral y la formación universitaria. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 981-993. doi: 19.42183
- Sánchez, S. (2012). La adquisición de competencias mediante la autonomía en el proceso de aprendizaje autorregulado. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 849-857. doi: 18.40963
- Túñez, M., Martínez, Y. y Abejón, P. (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 79-94. doi: 1134-1629
- Vivar, H. y García, A. (2012). La adaptación de la formación reglada y continua a la comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 347-361. doi: 10.4185



# Entre la seguridad ciudadana y el derecho a la comunicación: análisis comunicacional de las estrategias del Servicio Integrado de Seguridad para la difusión en su denominación como ECU-911

---

Karla Díaz  
Universidad Politécnica Salesiana

Nathalie Granja  
Universidad Politécnica Salesiana

María del Carmen Ramírez  
Universidad Politécnica Salesiana  
mramirezs@ups.edu.ec

## Resumen

El artículo tiene como propósito establecer la pertinencia del análisis comunicacional de las estrategias del sistema integrado de seguridad del Ecuador, en el marco de las obligaciones que tiene el Estado de garantizar la seguridad ciudadana y, particularmente el derecho a la comunicación por parte de la ciudadanía. El punto de partida es precisamente mostrar los procesos de comunicación desarrollados por el Servicio Integrado de Seguridad ECU-911 (SIS ECU-911), considerando que la comunicación es una herramienta fundamental para el trabajo entre la institución y la ciudadanía. Para ello se habla de la comunicación estratégica, participación ciudadana, seguridad ciudadana y política pública, que son la base para el trabajo institucional y la proyección de actividades de intervención que contribuyen a la seguridad integral de la ciudadanía. Destacando el apoyo y coordinación de otras instituciones de respuesta inmediata a emergencias. Como antecedente se debe conocer que el ECU-911 surge con la concepción de seguridad, basándose en la protección del ciudadano en trabajo conjunto con otras instituciones y el Departamento de Comunicación con el que se determinan lineamientos para el manejo comunicacional tanto a nivel local

como nacional, de forma que exista un tratamiento adecuado de la información, difusión y posicionamiento de la institución. A esto se suma que todas las instituciones públicas o privadas cuentan con un sistema de comunicación, permitiendo que se desarrollen procesos interinstitucionales como es el caso del ECU-911 que, por medio de las estrategias que aplican se convierten en una herramienta que sensibiliza, logrando un cambio en la sociedad y ofreciendo al ciudadano la posibilidad de tomar decisiones; es en estas circunstancias que la comunicación cobra importancia para que se dé una verdadera comprensión de la seguridad y la prevención.

**Palabras clave**

Comunicación estratégica, participación ciudadana, seguridad, vinculación, desarrollo integral.

**Introducción**

La investigación tiene el propósito de realizar un “Análisis comunicacional de las estrategias del Servicio Integrado de Seguridad para la difusión en su denominación como ECU-911”, a través de la utilización de la comunicación como una herramienta para la difusión y vinculación con la ciudadanía, logrando establecer interacción entre las diferentes instituciones de servicios de emergencia que se encuentran en constante relación con la comunidad.

A lo largo de este trabajo investigativo se pudo conocer cuál es la finalidad y en qué consiste la red de comunicación que posee el SIS ECU-911. Considerando que es una institución que debe estar comprometida con la seguridad, salud y trabajo, ofreciendo un permanente servicio a la ciudadanía. Siendo así que el documento se desarrolla a partir del planteamiento de la problemática de investigación que analiza: ¿Si el SIS ECU-911 realiza una adecuada comunicación para la vinculación con la ciudadanía?

Mediante una plataforma tecnológica y de comunicación el SIS ECU-911 da lugar a una adhesión e interacción de las distintas instituciones entorno a los eventos que se presentan y que la ciudadanía realiza. Esta:

Plataforma tecnológica ha permitido integrar en un solo centro de datos, todos los sistemas de comunicaciones de las diferentes instituciones que forman parte integral del Servicio y en caso que se lo requiera, permite la interacción entre los diferentes centros ECU-911 y

las instituciones de emergencia a través un sistema de video conferencia confiable y redundante (SIS ECU-911, 2016, p. 59).

Para lo que fue necesario conocer, en primera instancia, el papel que juega la comunicación y las estrategias aplicadas por el SIS ECU-911, enfocadas en atender emergencias a nivel nacional, mediante el uso de la comunicación estratégica y la comunicación institucional, las cuales generan nuevos procesos de interacción entre la institución y la ciudadanía enmarcadas dentro de una planificación estratégica que, permite impulsar al desarrollo de acciones orientadas a la innovación, fortalecimiento e interacción dentro y fuera de la institución.

Fue preciso establecer, de igual manera, un recuento del marco normativo de seguridad que rige al SIS ECU-911, de tal forma que se conozcan las políticas públicas que avalen y sustenten los procesos factibles que se deben seguir como respuesta a las necesidades de la ciudadanía. De igual manera, se hizo un recuento desde la conformación del ECU-911 hasta su transformación en el servicio que brinda en la actualidad.

La metodología que se aplica en esta investigación tiene un enfoque mixto, al combinar lo cualitativo y cuantitativo que se expresa en los resultados de las entrevistas a los informantes del Departamento de Comunicación y evaluadores de video-vigilancia y de llamadas, y con una encuesta semiestructurada con preguntas abiertas y cerradas a la ciudadanía. A esto se suma la información cuantitativa proporcionada por el SIS ECU-911.

### *Comunicación desde una perspectiva estratégica*

La presente investigación da cuenta de las estrategias de comunicación aplicadas por el SIS ECU-911, en cuyo proceso tiene relevancia la comunicación utilizada como una herramienta que permite establecer una interacción con las demás instituciones de servicios de emergencia del país y la vinculación con la ciudadanía, que responde “a una cultura de planificación y evaluación integral que reivindica al ser humano” (SIS



ECU-911, 2015, p. 31) y garantiza la protección ciudadana, como respuesta a una gestión que tiene una visión integral, inclusiva y preventiva.

Para ello es necesario comprender a la comunicación no únicamente como un concepto que se vincula a la interacción social, sino como un elemento importante e imprescindible para el trabajo de una institución como el SIS ECU-911, que a través de distintas estrategias de comunicación, promueve el cumplimiento de los objetivos y políticas institucionales que garanticen una presencia activa frente a la comunidad, con la finalidad de ofrecer un servicio y atención adecuados a la población.

En este contexto, la comunicación estratégica “interviene para generar una semiosis técnicamente asistida, un proceso semiartificial, en el que se diseñan significados previamente, para luego regular la asignación de significantes pertinentes” (Scheinsohn, 2009, p. 92). Así, los procesos que se realizan deben tener coherencia en torno a lo que se pretende comunicar de forma implícita o explícita, así como los medios que se utilizan para este fin, con el objetivo de que los mensajes que se emiten apunten a una misma idea y también a la identificación corporativa.

En esa misma línea, Garrido (2015) considera que la comunicación estratégica “es un proceso continuo e interactivo, en el que se deben producir espacios de sintonía entre los involucrados o transceptores en lenguaje comunicacional”. Aspectos que se relacionan, tanto con el modelo de gestión del ECU-911 como con la necesidad de trabajar en la generación de una cultura de prevención, la cual requiere del contingente de medios de comunicación para llegar a la población con mensajes que promuevan el sentido de seguridad ciudadana.

### ***Comunicación estratégica una herramienta para el cambio***

La comunicación estratégica guía su labor a partir de la comunicación táctica que busca integrar todo un sistema de forma sinérgica y coherente, que comprende la teoría, práctica y aplicación de la estrategia. En concordancia a esto, Scheinsohn señala que la comunicación estratégica:

Comporta un marco ético, un cuerpo teórico siempre abierto, un conjunto de principios y un sistema integrado de soluciones para el abordaje, la gestión y la dirección de la problemática comunicacional, la que no debe ser reducida a cuestiones de relaciones públicas, relaciones con el periodismo, comunicación interna, publicidad, promoción, sponsoring, marketing, branding, lobbying, diseño, etc. Es cierto, todas ellas se ocupan de comunicación, pero de comunicación táctica. Esta propuesta sostiene que cada una de ellas debería estar enmarcada en una Gran Estrategia Comunicacional que responda a los propósitos políticos del Gobierno Corporativo (Scheinsohn, 2009, p. 147).

Esto hace factible a que una institución establezca relaciones e interacciones con continuos intercambios de mensajes, que se configuran en distintos espacios, para el diálogo con el público, permitiendo que la comunicación sea una herramienta que sensibiliza logrando un cambio en las sociedades y que, mediante las estrategias de comunicación, ofrezca al ciudadano elementos para la toma de decisiones. Esto es importante para que pueda existir una comprensión y una verdadera comunicación de acción social e interacción simbólica para la resolución de problemáticas, teniendo en cuenta los públicos objetivos donde el emisor se encarga de decidir y elaborar objetivos que enmarcan el contexto al que se dirige una institución.

Se da comunicación estratégica cuando el público interno y externo reacciona y decide frente a un acontecer de cualquier naturaleza. Para ello, Pérez (2008 en Salas Forero, 2011) señala que la comunicación estratégica se da a partir de ciertos lineamientos como:

- Intervención de *stakeholders* para todos los públicos.
- Los actores toman decisiones en función de su entorno.
- Es un objetivo dirigir y controlar las acciones de comunicación.
- Su intervención va más allá del público objetivo, mensajes y medios.
- Se establecen acciones de beneficio mutuo para ejecutar, controlar y evaluar (p. 236).

Frente a estos lineamientos, los *stakeholders*<sup>24</sup> son entendidos como los actores, autoridades, organismos, instituciones y ciudadanía, que son parte fundamental para el desarrollo de propuestas teórico-prácticas con responsabilidad social, en un marco de procedimientos éticos para la institución, permitiendo que haya una comunicación responsable que debe indagar cómo, cuándo y por qué comunicar; además de una visión sobre la economía que analiza su entorno interno y externo, lo que les permite detectar su buen o mal funcionamiento. De acuerdo:

Con la teoría de stakeholders se especifica y delinea las personas o grupos hacia los cuales se orientará la RSE; con su introducción se ponen “nombres y caras” sobre los miembros de la sociedad que son de interés para los negocios, y hacia los cuales deben responder las organizaciones (Acuña, 2012, p. 3).

En la misma línea, para Gonzáles (2007) existen distintos tipos de *stakeholders*, según intereses particulares, grupales y universalizables, que dan lugar a que “un stakeholders válido posee poder tanto de carácter estratégico o instrumental como comunicativo, es decir, generador de entendimientos y consensos acerca de intereses universalizables” (p. 210).

En este marco de análisis, la comunicación estratégica en las instituciones se encarga de prever posibles acciones a futuro y aprovechar las oportunidades que giran en torno a los procesos sociales que se desenvuelven en la interacción del sujeto y el mensaje, dentro del contexto de la institución. A partir del siglo XXI, la comunicación estratégica toma un nuevo enfoque como comunicación institucional, basada en objetivos a largo plazo que buscan la relación con sus públicos, creando márgenes de competitividad.

---

24 Se define como “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” (Gonzáles, 2007, p. 208).

## *La comunicación institucional y su vinculación con la ciudadanía*

En la comunicación institucional, su orientación ya no solo va estar enfocada en alcanzar los objetivos planteados, sino que va a cimentar sus bases en la comunicación como tal. Es decir, pasa a ser el objetivo que le dé posicionamiento a la institución, acompañado de estrategias y actividades continuas para que se mantenga en el mercado, desempeñando un papel de suma importancia y en condiciones de adaptarse a los cambios culturales que se desencadenan por las nuevas tecnologías que influyen de forma inmediata. En este sentido, Dolphin (2001 en Rodrich, 2012) entiende que:

Comunicación Institucional o Corporativa es una disciplina y un proceso de gestión que integra la actividad comunicativa de la organización. Se basa en la comunicación de la institución con stakeholders, aspira a una mayor toma de conciencia, comprensión y aprecio de su identidad y sus principios fundamentales, así como de los productos y servicios que ofrece (p. 221).

En concordancia con lo mencionado, Rodrich (2012) indica que la comunicación institucional es “aquella función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externa con el propósito general de establecer y mantener una reputación favorable frente a los diferentes grupos de públicos de la organización” (p. 228). Dándose énfasis en la cuestión estratégica de comunicación interna, son quienes conforman la institución y pueden ser empresarios, accionistas y trabajadores, y, por otro lado, la comunicación externa son clientes, consumidores, proveedores, la comunidad, entre otros.

El respeto a las particularidades de las instituciones es fundamental a la hora de construir vínculos, así lo entienden Tironi y Cavallo (2006) cuando afirman que esta es “la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses u objetivos” (en Apolo *et al.*, 2017, p. 525). A criterio

de Massoni (2012), se tiende a evidenciar cómo el “encuentro de las alteridades socioculturales es una nueva matriz de estilo académico y científico, que habilita otro registro de la cuestión comunicacional al re-ubicar su objeto de estudio desde el paradigma de lo fluido” (p. 63).

De acuerdo a lo señalado, se puede entender que el abordaje se da a partir del acercamiento y la planificación de la comunicación interna y externa, logrando resultados que permitan alcanzar los objetivos, razón por la que la comunicación institucional recurre a las estrategias comunicativas que están articuladas a su vez con la investigación, la gestión y la planificación, permitiendo realizar mejoras continuas en los procesos de planeación<sup>25</sup> y evaluación<sup>26</sup> de sus objetivos. En esa línea, para Apolo (*et al.*, 2017) la comunicación institucional se define como:

El conjunto de estrategias comunicacionales internas y externas enfocadas en el relacionamiento entre los actores y la institución, reconociendo sus contextos, tramas y escenarios para la construcción de objetivos conjuntos, aunando todos los esfuerzos para su consecución y vínculo con su entorno (p. 525).

Se comprende que el énfasis en la gestión de la comunicación, tanto interna como externa, considera elementos como la representación institucional, los discursos y la significación para el público y las instituciones, donde no se deja de lado a la planificación con relación a las estrategias y acciones que lleva a cabo una institución. Así, es el elemento principal de los procesos de gestión que da lugar a las mejoras, logrando prever, evitar y resolver problemas y necesidades de la ciudadanía. En este sentido, para Rodrich (2012) la comunicación institucio-

---

25 La planeación “es una actividad que constantemente han adoptado las empresas que desean identificar y seguir una visión a través del logro de objetivos y metas” (López, 2013, p. 2).

26 La evaluación “va instituyéndose como un requerimiento de la credibilidad, el conocimiento y la influencia en el campo de la comunicación [...] ayuda a mostrar que esfuerzos subjetivos y supuestamente intangibles, como es el caso de las estrategias para crear/promover/mejorar las relaciones con los públicos y ayudan a administrar problemas y conflictos, para evitar prejuicios en las entidades” (Rivero, 2015, pp. 7-8).

nal “está marcado por un entorno globalizado, competitivo y cambiante. Empresas e instituciones se enfrentan con desafíos y oportunidades que requieren análisis y planteamientos cada vez más profesionales de la comunicación, tanto a nivel estratégico y como operativo” (p. 219). Dándose una visión general de la comunicación como estrategia haciendo uso de herramientas como *marketing*, publicidad y asuntos públicos.

Otro aspecto a considerar dentro de la comunicación institucional es el cambio tecnológico que ha dado lugar a generar estrategias y técnicas de gran interés en el ámbito comunicacional para las instituciones, debido a que se “populariza el uso de blogs y plataformas de microblogging como Twitter o redes sociales como Facebook. Se trata de herramientas valiosas para las relaciones con los medios, el control de la reputación y la promoción de productos y servicios” (p. 220). Permitiendo, mediante estas técnicas, que la institución pueda recolectar información, replantear ideas y tomar decisiones que vayan de acuerdo a los valores corporativos de misión y visión. Esta es una estrategia que tiende a ser un elemento que permite una planeación efectiva, que exige el conocimiento de la planificación estratégica para la consecución de los objetivos institucionales.

### ***Planificación estratégica y su importancia en la seguridad***

La planificación estratégica<sup>27</sup> es un factor necesario para el desarrollo institucional, el cual considera a los planes, programas y proyectos como herramientas de planificación para el logro de objetivos específicos en los diferentes campos de intervención. De acuerdo con Almuñías (1999), la planificación estratégica es:

Concebido como un proceso (conjunto de actividades y operaciones interrelacionadas entre sí, que producen un resultado sinérgico), que

---

27 La planificación estratégica “radica en lograr una ventaja competitiva sostenible en el largo plazo. La técnica por excelencia del planeamiento estratégico son las matrices de evaluación y planificación de los productos y mercados de la empresa” (Ogliartri, 2017, p. 78).

tiene como uno de sus objetivos básicos la formulación de la Estrategia institucional. Exige el ajuste continuo a las nuevas condiciones del entorno y contempla los posibles desarrollos futuros. Toma en cuenta variables, que la planificación tradicional no considera en todas sus magnitudes: variables políticas, los juegos de poder de los actores influyentes en la realidad social y los estudios de viabilidad, entre otras (en Almuiñas y Galarza, 2012, p. 78).

Por ello es necesario diseñar estrategias con un lineamiento visionario, en donde “se deben al menos formular los obstáculos previsibles” (Ander-Egg, 2003, p. 30) y así visibilizar las diferentes amenazas y oportunidades que rodean a la organización. Este análisis situacional permite crear un plan estratégico como guía para enfrentar cualquier tipo de limitación, debido a que la planificación estratégica es un proceso sistemático que define objetivos y líneas de acción para la ejecución de proyectos a corto, mediano y largo plazo, para dar respuesta a las interrogantes qué y cómo hacer en los tiempos establecidos, mediante la construcción de un plan estratégico que considera una mirada de futuro para el cumplimiento de su misión y visión.

Es importante entender a la planificación estratégica como un impulso para mejorar el desempeño de la institución, debido a que influye positivamente en esta, permitiendo pensar a futuro, visualizando posibles escenarios de intervención y facilitando acciones innovadoras orientadas a la resolución de problemas. En este proceso es importante el liderazgo a la hora de enfrentar problemáticas críticas, eso permite proyectar nuevas estrategias de comunicación.

Así, la planificación estratégica considera posibles escenarios de ocurrencia para prever situaciones a intervenir, estableciendo estrategias que requieren de la intervención institucional oportuna y la participación de la ciudadanía. Estos aspectos son importantes para el fortalecimiento institucional la intervención oportuna y la mejora de los servicios.

## *Participación ciudadana*

Para los Gobiernos democráticos la participación ciudadana, es un factor determinante en la resolución de conflictos sociales, mediante la participación organizada de los ciudadanos para la consecución de objetivos y respeto de sus derechos; y, es desde esta perspectiva donde debe primar la transparencia, participación y la integridad pública. Por ello es preciso tener un referente de lo que implica ser parte de los procesos de cambio e intervención. De acuerdo a ello Ziccardi (2000 en Sánchez, 2009):

La participación ciudadana es un componente fundamental de la gobernabilidad democrática puesto que, a diferencia de otras formas de participación social, política y comunitaria, a las cuales no reemplaza, se refiere específicamente a la forma como los intereses particulares de los ciudadanos se incluyen en los procesos decisorios (p. 91).

En este sentido, los ciudadanos toman decisiones que fortalecen los procesos democráticos y de inclusión social, participando activamente y expresando sus necesidades ante las autoridades; con ello demandar el derecho a ser escuchados y atendidos adecuadamente. Por otro lado, para Sánchez (2015) la relevancia de la participación ciudadana puede ser entendida como un proceso en el que se “definen tres niveles de participación ciudadana: información, consulta y participación activa” (p. 53).

Con estas consideraciones que conceptualizan la participación ciudadana, se podría comprender que el Gobierno trabaja por y para el pueblo y, en el caso de Ecuador, desde la Constitución de 2008, se hace hincapié en la participación ciudadana a través del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS).

Se entiende, entonces, que es un proceso en el que la ciudadanía genera nuevas formas de vincularse, entenderse y relacionarse para promover su inclusión en la toma de decisiones, a través del diálogo con los colectivos, el Estado y las distintas estructuras de la sociedad civil. Todas las acciones para y con la comunidad son elementos importantes para garantizarla seguridad ciudadana.



## *Seguridad ciudadana*

Antes de definir lo que es la seguridad ciudadana, es preciso referir a lo que se entiende por seguridad. En palabras de Foucault (2010), se trata de “garantizar que los individuos o la colectividad estén expuestos lo menos posible a los peligros” (p. 86) y de esa manera lograr conjuntamente entre la ciudadanía y el Estado una configuración para el control y seguridad, trascendiendo a una seguridad ciudadana proactiva.

En su sentido más amplio, la seguridad ciudadana son acciones que un Estado desarrolla coordinadamente a través de las instituciones públicas y privadas, para garantizar el bienestar común, erradicar los actos de violencia y garantizar la paz y la convivencia armónica entre los ciudadanos. Desde esta perspectiva, para García y Zambrano (2005), la noción de seguridad ciudadana:

Se asocia actualmente a las acciones de cuidado de la propiedad privada y la integridad personal de las personas que habitan especialmente en ciudades. Por tanto, está cruzada por la noción de delito, por lo cual, la seguridad de los ciudadanos se hace posible a partir de la vigilancia y el resguardo físico y se hace énfasis en las “medidas de seguridad” para evitar delitos que infrinjan la ley y que dañen a las personas (p. 65).

De esta forma, la seguridad ciudadana está dada por un contexto de transformaciones y participación personal y comunitaria, la misma que favorece al desarrollo de autonomía y control, a la vez que mejorar las condiciones de sociabilidad, generando entornos de seguridad.

En el caso de Ecuador, la Ley de Seguridad Pública y del Estado (2009) promueve el bienestar, seguridad, paz y desarrollo integral, por lo cual se pone en marcha distintos tipos de seguridad que favorecen al orden social como lo establece:

La presente ley tiene por objeto regular la seguridad integral del Estado democrático de derechos y justicia, garantizando el orden público, la convivencia, la paz y el buen vivir, en el marco de sus derechos y deberes como personas naturales y jurídicas, comunidades, pueblos, naciona-

lidades y colectivos, asegurando la defensa nacional, previniendo los riesgos y amenazas de todo orden, a través del Sistema de Seguridad Pública y del Estado (título I, art. 1).

En este sentido, se promueve a que el Estado proteja a las personas y a la colectividad en general de todo tipo de efectos negativos que se puedan presentar, por lo que desarrolla actividades conjuntas con instituciones para la prevención ante el riesgo. Entre estas actividades está el SIS ECU-911, como un servicio de emergencia en beneficio de la ciudadanía que frecuentemente se encuentra en desarrollo e innovación de sus procesos para dar un servicio de calidad y en los ámbitos que determina la Ley de Seguridad Pública y del Estado (2009):

De la garantía de seguridad pública.- Es deber del Estado promover y garantizar la seguridad de todos los habitantes, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos del Ecuador, y de la estructura del Estado, a través del Sistema de Seguridad Pública y del Estado, responsable de la seguridad pública y del Estado con el fin de coadyuvar al bienestar colectivo, al desarrollo integral, al ejercicio pleno de los derechos humanos y de los derechos y garantías constitucionales (título I, art. 3).

Es decir, el Estado debe sujetarse a ámbitos de derecho y garantías que tengan como prioridad la prevención y que con responsabilidad junto con las instituciones competentes faciliten a la ciudadanía seguridad integral.

### ***Marco normativo de seguridad: políticas públicas***

Las políticas públicas<sup>28</sup> son acciones gubernamentales sustentadas en procesos de análisis, respaldadas en la factibilidad y el diagnóstico de

---

28 Las políticas públicas corresponden a cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo público definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado. Una política pública de calidad incluirá orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados (Lahera, 2002, p. 4).

problemas o situaciones determinadas para respuesta a las demandas de la ciudadanía, fomentando la participación de la sociedad conjuntamente con el Estado, creando lazos entre estos dos actores logrando un impacto directo a largo plazo.

Las políticas públicas direccionan la ejecución de acciones que buscan resolver los problemas públicos y mejorar la calidad y eficacia gubernamental. Es decir, son acciones “de gobierno, que tienen como propósito realizar objetivos de interés público y que los alcanzan con eficacia y aun eficiencia, son lo que en términos genéricos puede llamarse política pública” (Aguilar, 2012, p. 59). Sin embargo, en el caso de nuestro país hay que comprender si la política implementada es una disposición administrativa que puede hacerse por el Ejecutivo o por los funcionarios de alto rango, y si están dadas alrededor de un plan o programa que solo buscan consolidar y asegurar un régimen político.

Es entonces cuando su diseño está dado bajo una acción colectiva intencional y del resultado de las decisiones e interacciones que estas acciones producen en el cumplimiento de los objetivos sin dejar de lado conflictos por intereses y tensiones que se dan por diferentes decisiones ante problemas. En este sentido, para Velásquez Gavilanes (2009 en Fernández, 2017), las políticas públicas sirven como “un proceso integrador de decisiones, acciones, inacciones, acuerdos e instrumentos, adelantado por autoridades públicas con la participación eventual de los particulares, y encaminado a solucionar o prevenir una situación definida como problemática” (p. 84).

Es a partir de estas acciones y decisiones que se define la participación e interacción de sujetos sociales que se encuentran en medio de situaciones que son complejas. Tienen una relación de poder en la que se utilizan los recursos públicos para tomar las decisiones en torno a la democracia y participación de la sociedad. En concordancia con lo manifestado Lahera (2004), se considera que las políticas públicas son:

Cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo público definido en forma democrática; los que son desarrollados por el

sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado. Una política pública de calidad incluirá orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados (p. 16).

De forma que las políticas públicas den lugar a un proceso y un resultado, de acuerdo al propósito con las que son establecidas para enfrentar diversos problemas manteniendo un equilibrio y cumpliendo con las metas y expectativas por las que fueron establecidas.

El marco de la seguridad en el Ecuador y la Constitución vigente, promueven que se alcance una sociedad de bienestar y desarrollo integral, en la cual el Estado debe asumir responsabilidades en conjunto con la ciudadanía contribuyendo al logro de metas, por lo que se pone en marcha diversos tipos de seguridad que buscan garantizar la seguridad pública.

Desde este aspecto y de acuerdo a lo previsto por la Constitución (2008), es deber primordial del Estado “garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral, que sea democrática y libre de corrupción” (art. 3 n° 8). Asimismo, el Estado “garantizará la seguridad humana a través de políticas y acciones integradas, para asegurar la convivencia pacífica, la planificación y aplicación de estas políticas se encargará a órganos especializados en los diferentes niveles de gobierno” (art. 393). Entre las acciones está la prestación del SIS ECU-911 a través de la plataforma tecnológica con las normativas y los procesos correspondientes articulan un servicio para recibir llamadas de emergencias y dar una respuesta eficaz ante las mismas.

### ***Servicio Integrado de Seguridad ECU-911***

La planificación estratégica de comunicación lleva a cabo sus acciones de acuerdo a la misión, visión y objetivos de la institución u organización en la que se debe establecer vínculos con otras instituciones y la comunidad. Teniendo en cuenta mecanismos de participación como los que tiene el SIS ECU-911 que implementó la formulación de planes

y políticas públicas para la mejora de la seguridad en el caso del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ). Ello tiene su origen en la gestión en territorio que realiza cada uno de los centros zonales, locales y operativos, tomando en cuenta las necesidades y particularidades de cada centro, mediante acercamientos directos con la ciudadanía.

A partir de su creación, el 29 de diciembre de 2011, el SIS ECU-911 se establece como herramienta tecnológica integradora de los servicios de emergencia que presta el Ministerio de Salud Pública (MSP), el Cuerpo de Bomberos, la Fuerzas Armadas (FF. AA.), la Policía Nacional, la Agencia Nacional de Transito (ANT), el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, la Cruz Roja Ecuatoriana, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y los gobiernos descentralizados (GAD), de modo que:

La cobertura del SIS ECU-911 beneficia a las 24 provincias con una población de 16.370.244 ecuatorianos, alcanzando una cobertura nacional del 100%; cuenta con 7 Centros Operativos Zonales, 9 Centros Operativos Locales y 12 Salas Operativas desconcentradas. La sede del Servicio Integrado de Seguridad se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Itchimbía, en la calle Julio Endara s/n. sector parque Itchimbía además, hay que mencionar que mediante el Decreto Ejecutivo N° 31 se concede al Servicio Integrado de Seguridad ECU-911 la calidad de “Servicio” y, por tanto, personalidad jurídica como organismo público con autonomía administrativa, operativa y financiera, y jurisdicción nacional (SIS ECU-911, 2015, p. 3).

Este sistema da respuesta inmediata e integral ante distintas emergencias, cuenta con más de 2 000 cámaras que integran el sistema de vigilancia y trabajan conjuntamente con los diferentes organismos articulados en situaciones de accidentes de distinta índole.

Al ser una institución gubernamental para atención de emergencias su trabajo se enfoca en la seguridad ciudadana bajo normativas, políticas y procesos que son articulados por el servicio de recepción de llamadas y despacho de emergencias del sistema de comunicación del ECU-911 que da respuesta frente a las peticiones de la ciudadanía, de manera que:

Juega un papel preponderante, es así que se ha establecido la Red Nacional Troncalizada, que es un Sistema de Comunicaciones de misión crítica, ofreciendo servicios de voz y datos a través del Sistema Troncalizado, que permitan el desarrollo de las actividades operativas, satisfaciendo los requerimientos de instituciones del Estado bajo cuya responsabilidad se encuentre el manejo de la seguridad, tránsito y atención de emergencias naturales o antrópicas; su soporte, cobertura y niveles de seguridad han permitido integrar en esta red a instituciones articuladas que antes trabajaban aisladamente (SIS ECU-911, 2015, p. 66).

El trabajo comunicacional que realiza el SIS ECU-911 con su único número (911) busca coordinar la atención y comunicación con los distintos organismos brindando atención a la ciudadanía las 24 horas del día y los 365 días del año, cumpliendo con la misión, visión y políticas institucionales y constitucionales.

El SIS ECU-911, conforme a su planificación y la consecución de sus objetivos, se ha planteado una misión que se enfoca en:

Gestionar en todo el territorio ecuatoriano, la atención de las situaciones de emergencia de la ciudadanía, reportadas a través del número 911, y las que se generen por video vigilancia y monitoreo de alarmas, mediante el despacho de recursos de respuesta especializados pertenecientes a organismos públicos y privados articulados al sistema, con la finalidad de contribuir, de manera permanente, a la consecución y mantenimiento de la seguridad integral ciudadana (SIS ECU-911, 2017).

En su visión de futuro, trabaja para ser una institución líder y modelo para la coordinación de servicios de emergencia, para lo cual cuenta con tecnología de punta y sistemas de comunicación para brindar a la ciudadanía un servicio permanente y único de seguridad, cuyo servicio se enfoca en una política de calidad que se enfoca en la mejora continua por lo que provee un servicio de coordinación y atención de emergencias de forma efectiva y oportuna con una plataforma tecnológica, con personal competente cumpliendo estándares técnicos y normativos (SIS ECU-911, s/f).

### ***Comunicación institucional: dirección de comunicación***

De acuerdo al artículo 154 de la comunicación institucional de la Dirección de Comunicación, tiene como “misión fortalecer la imagen organizacional, mediante difusión de actividades de interés institucional y diseñar los materiales comunicacionales para las campañas de interés institucional y de vinculación con la comunidad” (SIS ECU-911, 2014, p. 18). De forma que se dirijan procesos de comunicación a largo y mediano plazo, se establezcan estrategias y tácticas que den lugar a la difusión de temas de prevención ante situaciones de riesgo y la manera en que debe proceder la ciudadanía.

### ***Centros del SIS ECU-911***

En el Ecuador, el 6 de febrero de 2012 empezó a funcionar el primer Centro SIS ECU-911, en Samborondón, que dio lugar a que pueda proveer de atención a las provincias del Guayas y Santa Elena, que presentaban los más altos índices de actos delictivos y tráfico. Por lo que se siguió efectuando y facultando de más espacios a nivel de todo el país. Luego se habilitó otro en Cuenca. Partiendo de la idea de que ninguna provincia podía ni debía quedarse sin cobertura integral de seguridad. “Se determinó construir edificios de características estándar, con volumetrías cúbicas y líneas rectas, que alberguen en un amplio espacio las salas de video vigilancia, las salas de conferencia, además de las oficinas con espacios estandarizados” (SIS ECU-911, 2015, p. 27).

Para diciembre de 2012 empezaron a funcionar en las ciudades de Machala, Quito y Ambato. En mayo de 2013 iniciaron sus operaciones en las provincias de Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsáchilas, y en octubre del mismo año, en la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí. Mientras que en febrero de 2014 se abrió el de Babahoyo, en la provincia de Los Ríos. En mayo del mismo año se lo hizo en las ciudades de Ibarra y Riobamba. Eso dio paso a la creación de otro centro en la ciudad de Macas y en agosto el de Loja y en septiembre inició opera-

ciones Tulcán y Nueva Loja, quedando pendiente la sala de operaciones ubicada en San Cristóbal, Galápagos (SIS ECU-911, 2015, p. 28).

Tabla 1  
Distribución de los centros SIS ECU-911

Zona	Lugar	Año	Tipo de centro	Salas operativas
5-8	Samborondón	2012	Centro Zonal	Santa Elena Bolívar Quevedo
7	Machala	2012	Centro Zonal	Zamora Chinchipe
2-9	Quito	2012	Centro Zonal	Mejía Rumiñahui Napo Orellana
3	Ambato	2012	Centro Zonal	Cotopaxi Pastaza
6	Cuenca	2012	Centro Zonal	Cañar
4	Portoviejo	2013	Centro Zonal	Manta
1	Esmeraldas	2013	Centro Local	
4	Santo Domingo	2013	Centro Local	
5	Babahoyo	2014	Centro Local	
1	Ibarra	2014	Centro Zonal	
3	Riobamba	2014	Centro Local	
6	Macas	2014	Centro Local	
7	Loja	2014	Centro Local	
1	Tulcán	2014	Centro Local	
1	Nueva Loja	2014	Centro Local	
5	San Cristóbal	2014	Centro Local	
Centros zonales		Centro local		Salas operativas
7		9		12
Total		28		

Fuente: las autoras



La seguridad integral en el territorio tiene un modelo de “desconcentración de servicios en seguridad, justicia, educación, salud e inclusión social” (SIS ECU-911, 2015, p. 33). Es decir que está planificado frente a distintas variables de población, índices delictivos, áreas censales y de acuerdo a los recursos que posee cada institución que conforma el SIS ECU-911 y que asisten frente a una situación de emergencia. El SIS ECU-911 cuenta con un servicio de georreferenciación,<sup>29</sup> con el propósito de optimizar su trabajo y el de las instituciones articuladas a los servicios que presta, de modo que brinden una adecuada atención a la ciudadanía y salvaguarden su integridad. Es un sistema apoyado las SAEI-FJ,<sup>30</sup> que son operadoras de telefonía celular y la red troncalizada en una plataforma tecnológica donde toda la información que es captada por los sistemas del ECU-911, generan videos, audios o datos que son puestos a consideración de Fiscalía y valorados dentro del debido proceso la toma de decisiones judiciales con el fin de garantizar debidamente la cadena de custodia. “La plataforma tecnológica del SIS ECU-911 acepta el envío de archivos en línea, los que únicamente pueden ser visualizados y descargados por los funcionarios de Fiscalía, eliminando los envíos en soportes físicos que cuentan con limitados niveles de seguridad” (SIS ECU-911, 2015, p. 66).

## Metodología

La investigación tiene como énfasis el análisis del manejo comunicacional en el ECU-911 como vínculo importante que da lugar a la interacción con las instituciones de servicios de emergencia y relación con la comunidad, principalmente con este último aspecto da lugar a

---

29 Mejora la precisión de la geolocalización para brindar una oportuna y adecuada atención a la ciudadanía que esté en riesgo o peligro de emergencia y salvaguardar su integridad; para lo cual, las operadoras de telefonía celular se encuentran implementando el equipamiento necesario en su infraestructura (SIS ECU 911, 2015, p. 66).

30 Es el sistema automatizado de entrega de información, está suscrita al convenio de cooperación interinstitucional entre el Consejo de la Judicatura, la Fiscalía General del Estado, el SIS ECU-911 y la ANT.

conocer como la ciudadanía identifica al ECU-911, que conoce del mismo y que procesos se desarrollan para que haya acercamiento mutuo.

Este estudio corresponde a la línea de “comunicación y ciudadanía”, que se desarrolla bajo dimensiones constitutivas en relación con la democracia, la política y principalmente con la ciudadanía que se convierte en el protagonista y participante de los hechos que suscitan en la esfera pública y que dan lugar a transformar o afirmar estos hechos en el espacio al que pertenecen representando un cambio social en pro de toda la colectividad.

Como afirma Obregón (s/f), la comunicación:

Por una parte, reconoce los múltiples y constantes procesos de cambio que se generan en cualquier sociedad, por otra, se desprende de una vez por todas de la connotación desarrollista que se ha manejado hasta ahora y deja abierta la posibilidad de que cualquier proceso social se aborde como una dinámica comunicativa asociada con procesos de cambio. Por último, reconoce que en muchos casos el cambio social y que a menudo requiere de procesos catalizadores, que bien puede ser de carácter comunicativo, como la creación de espacios para el debate y diálogo público (p. 6).

Mientras tanto el eje de este artículo académico es “medios y ciudadanía” que se orienta en las demandas e intereses de la ciudadanía. La investigación tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo que se desarrolla mediante entrevistas al Departamento de Comunicación, un operador de video-vigilancia y de llamadas, mientras que a la comunidad se realizará una encuesta semiestructurada con preguntas abiertas y cerradas, de modo que se pueda identificar la percepción y conocimiento que tiene la ciudadanía frente al a lo que es el ECU-911 y al trabajo que realiza.

Debido a que lo esencial de toda investigación es llegar a obtener información y con ello los resultados, por ello en lo cualitativo:

Se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipó-

tesis preceda (como en la mayoría de los estudios cuantitativos) a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos (Hernández Sampieri *et al.*, 2006, p. 27).

Por otro lado, para Salas (2011), en la investigación cuantitativa tienen un:

Rigor metodológico, con el objetivo de explicar las regularidades que se disciernen en los fenómenos, estableciendo con confianza estadística sus determinantes. Los resultados se generalizan como hechos a universos de referencia desde muestras representativas, para sentar conclusiones e implicaciones para la teoría que se muestren como conocimiento válido intersubjetivamente para todo investigador (p. 3).

## **Análisis e interpretación de resultados**

### ***Resultados cuantitativos***

Se presentan los datos del proceso de investigación obtenidos luego de la aplicación de la encuesta dirigida a la ciudadanía para conocer la incidencia que tiene el SIS ECU-911. Para ello se tomó una muestra de 82 personas que varían en edades de 17 a 73 años, distribuidas en todo el DMQ. La muestra considera la referencialidad “del promedio diario de coordinación 9150 llamadas durante las 24 horas del día, para la atención de emergencias, año 2017” (SIS ECU-911, 2017, p. 86), considerando el 35% de ese universo para contar con una muestra representativa de entre 80 a 100 personas encuestadas. Para el diseño de la encuesta se consideraron preguntas cerradas y abiertas que ayudaron a la validación de la información recopilada para conocer si se aplicaron o no las estrategias de comunicación para una adecuada vinculación con la ciudadanía.

### ***Resultados cualitativos***

Los resultados cualitativos obtenidos de las entrevistas realizadas a Alejandro Romero, *community manager* del SIS ECU-911, encargado

del análisis del portal y las redes sociales; Marcelo Yáñez, analista del área de vinculación con la comunidad; Darwin Morejón, asistente técnico de comunicación social, encargado de las relaciones públicas de la institución. Miembros calificados para dar información sobre la gestión que realiza el departamento de comunicación. A su vez, se realizó una entrevista a dos evaluadores de operaciones zonales: Natalia Herrán, evaluadora de llamadas y Darío Morocho, evaluador de video-vigilancia.

### ***Análisis de la gestión del Departamento de Comunicación del SIS ECU-911***

Una vez realizadas las entrevistas a quienes forman parte del Departamento de Comunicación del SIS ECU-911, se puede entender que la principal función que tiene a su cargo este departamento es generar un vínculo entre la ciudadanía y la institución, mediante el empleo de diferentes productos comunicacionales, medios de comunicación masivos y redes sociales.

El departamento de comunicación se divide en diferentes áreas para generar una comunicación integral en el momento de dar a conocer la gestión que cumple el SIS ECU-911 en la coordinación de emergencias y la labor de los miembros del área de evaluación de operaciones zonales que realizan un trabajo conjunto con las diferentes instituciones articuladas, así lo explica Darwin Morejón, asistente técnico de comunicación social, quien hace referencia específicamente a cuatro áreas de gestión como: uno, manejo de redes sociales y la página de la institución; dos, contenidos, área encargada de la difusión de información medios de comunicación tradicionales y alternativos; tres, audiovisuales encargados de la producción de videos, audios y artes gráficas, que son utilizadas por las otras áreas; por último, el área de vinculación, que tiene un enfoque dirigido a la participación de ferias, talleres, visitas a instituciones educativas y visitas guiadas dentro de la institución.

Señala Alejandro Romero que para ello es necesario utilizar estrategias comunicacionales efectivas tanto mediáticas como en territorio, es decir, directamente en el área donde se quiere generar un impacto y alcanzar un contacto de persona a persona, educando a la ciudadanía para que sigan los procesos necesarios y utilicen de forma adecuada los servicios que brinda el SIS ECU-911 frente a situaciones de emergencia.

El cumplimiento de todos estos parámetros, la institución, conjuntamente con el Departamento de Comunicación, crea políticas institucionales para lograr una adecuada vinculación con la comunidad, de tal manera que este proceso este articulado con todos los centros zonales del país, creando actividades mensuales para generar los diferentes procesos de vinculación. A nivel del nacional, los 16 centros deben conjuntamente realizar 176 vinculaciones mensuales, las que deben tener su debido registro, es aquí que el Centro Operacional Quito realiza ferias, visitas a territorio, visitas guiadas dentro del ECU-911, asambleas ciudadanas y talleres que permiten la participación activa de la población, desde niños hasta personas adultas, alcanzando un total de 30 actividades por mes. A esta gestión se suma el apoyo del área de redes sociales, quienes se encargan de la difusión de las actividades continuas que tiene el SIS ECU-911 y los procesos que realiza con la ciudadanía por medio de sus cuentas de Twitter y Facebook.

Como institución encargada de servir a la ciudadanía, debe mantener un vínculo directo con la misma, de tal forma que el papel que juega la comunicación en el SIS ECU-911 es fundamental, permite no solo asegurar que la institución se mantenga funcionando de manera activa gracias a la red troncalizada de comunicación, sino que también, promueve a que la ciudadanía conozca pautas para el buen uso del servicio de emergencia. A esto se suma el apoyo de medios de comunicación tradicionales y alternativos para lograr una comunicación integral; cuenta además con un sistema de video-vigilancia y mediante el número único de emergencia que posee, ofrece la opción a la ciudadanía de reportar cualquier tipo de emergencia que, según el grado, es remitida por el eva-

luador de llamada a la institución pertinente, sin dejar de lado la implementación reciente de la aplicación ECU-911 para Smartphone, creada principalmente para personas discapacitadas que no pueden comunicarse mediante el número de emergencia y gracias a la información que solicita la aplicación en el momento de su instalación. Esto permite que el servicio sea más personalizado y que el geoposicionamiento del teléfono se active en el momento de reportar la emergencia lo que facilita la llegada inmediata de una unidad móvil en el caso de requerirla.

### ***Análisis del trabajo de los evaluadores de operaciones zonales del SIS ECU-911***

De acuerdo con Natalia Herrán, evaluadora de llamadas, la labor de los evaluadores de operaciones zonales del SIS ECU-911 al igual que la función que cumple el departamento de comunicación institucional, es primordial para el funcionamiento de la institución. Por ello se realizó entrevistas conjuntas a una evaluadora de llamadas y a un evaluador de video-vigilancia, quienes son los encargados de receptor situaciones de emergencias diarias y a su vez reportarlas a las instituciones articuladas de forma inmediata.

Según Natalia Herrán, aquí se requiere la agilidad del evaluador al receptor la llamada, en un tiempo máximo de dos minutos con cuarenta segundos, donde se debe preguntar cuál es la emergencia, ubicación y toda la información necesaria del demandante para poder atender su emergencia. Sin embargo, no todas las llamadas receptoradas son reales, desde la implementación del SIS ECU-911 se han generado un alto índice de llamadas falsas, provenientes principalmente de instituciones educativas en horas estimadas de 10 a 11 de la mañana. Frente a esta situación, la institución ha tomado medidas, conjuntamente con la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCO-TEL), para sancionar este tipo de actos que interfieren con el trabajo de los evaluadores, las sanciones se dan dependiendo al tipo o cantidad de veces que se realizó la llamada, las sanciones varían desde la suspensión

de la línea por un mes hasta la suspensión definitiva por reincidencia. Mientras que Darío Morocho, evaluador de video-vigilancia, exponen que es importante el estudio de zonas conflictivas y la posterior implementación de cámaras de seguridad en estas zonas, facilitando el trabajo de las unidades de patrullaje de la policía nacional. En el DMQ se han implementado hasta la actualidad 650 cámaras.

Para brindar de una manera adecuada y de forma eficaz este servicio, Natalia Herrán explica que los miembros del departamento de evaluación de operaciones zonales reciben capacitaciones continuas para el manejo de video o recepción de llamadas, donde se realizan procesos integrales de preparación en tipeo, manejo de perfiles delincuenciales.

Después del análisis de la información obtenida tanto de las encuestas aplicadas a la ciudadanía como la información proporcionada en las entrevistas realizadas al personal del SIS ECU-911, se puede entender que las estrategias integran objetivos, políticas y acciones para alcanzar las metas y logros planteados para cada año, al igual que la disminución del tiempo en resolver las emergencias que se presentan. Se debe a varios factores, entre ellos la potencialización de infraestructura tecnológica, capacitación continua al personal e integración de las instituciones de las que forman parte la institución.

## Conclusiones

- En base a la investigación realizada se pudo deducir que la comunicación en cualquier tipo de institución es esencial y funciona como un factor imprescindible para su desarrollo tanto interno como externo. En el caso del ECU-911, permite que en su vinculación con la ciudadanía se pueda transmitir e intercambiar información por medio de los distintos procesos que se realizan a partir de charlas, primer respondiente, campañas, entre otros. Lo que promueve a generar una cultura de prevención frente a situaciones de riesgo y de respuesta inmediata para poder actuar

de manera eficiente y eficaz. Por ello, para las instituciones como el SIS ECU-911 y demás instituciones articuladas, es importante que se considere a la comunicación como estratégica para que cada una de las decisiones respecto a los procesos de intervención se lleven a cabo bajo los lineamientos de planeación, planificación, aplicación de estrategias y medición de resultados frente a lo que se ha realizado. De esta manera se cumplen también con procesos de seguimiento y evaluación permanentes que les permiten solucionar dificultades que se presentan cotidianamente de tal manera que se tomen los correctivos necesarios para un mejor servicio de seguridad a la ciudadanía.

- El conocimiento y la gestión de una comunicación estratégica en una institución de servicio público es importante para mejorar la atención de emergencias en el DMQ por parte del SIS ECU-911. Esta incidencia se ve reflejada en los resultados obtenidos anualmente desde la creación del centro operacional y la calidad de atención que actualmente tiene, para garantizar una verdadera vinculación con la ciudadanía. La investigación realizada a las instancias que tienen la responsabilidad de la comunicación institucional en el SIS ECU-911, permitió evidenciar que el Departamento de Comunicación sí implementó estrategias de comunicación para lograr una relación interactiva con la ciudadanía bajo la estrategia de doble respuesta, donde la ciudadanía y la institución se encuentran en constante diálogo.
- A pesar de haber implementado una estrategia para una mejor relación con la ciudadanía, el SIS ECU-911, aún no ha logrado alcanzar una vinculación permanente con el 100% de los ciudadanos porque un grupo considerable de la población todavía desconoce cuál es el fin que tiene la articulación de varias entidades de respuesta inmediata frente a situaciones emergencia. Aspecto que la institución busca contrarrestar con una planificación de la comunicación y la constante organización de actividades de vinculación ciudadana para lograr el cumplimiento de los objeti-



vos institucionales que se centran en dar un servicio de calidad y calidez a todos los ciudadanos de una forma eficiente y eficaz las 24 horas del día y de los 365 días del año.

- En torno al trabajo del SIS ECU-911 se puede concluir que este servicio cuenta con el personal calificado para ofrecer una adecuada atención a la ciudadanía frente a situaciones de emergencia que actúan de forma inmediata gracias a la constante capacitación del personal. Su trabajo es el resultado de una planificación estratégica que permite trabajar de forma conjunta con el departamento de comunicación encargado del direccionamiento de la política de comunicación para asegurar una activa comunicación tanto interna como externa.
- Respecto al área operativa del SIS ECU-911, esta se encarga de resolver las necesidades de la ciudadanía permanentemente. No obstante, al ser una institución que trabaja para dar respuestas a la emergencia, sus procesos de planificación deben ajustarse a los constantes cambios producto de situaciones naturales adversas y antrópicas, que se deben resolver en el instante que suceden provocando cambios de forma parcial o permanente a los cronogramas establecidos.
- Finalmente, se puede concluir que, si bien en el SIS ECU-911 existe una comprensión de la importancia de la planificación de la comunicación y de la aplicación de estrategias para el logro de los objetivos tanto del Departamento de Comunicación como de la misma institución, el presupuesto destinado para hacer efectivas las estrategias de comunicación es insuficiente, lo que provoca la limitación permanente de acciones en el territorio que garanticen la seguridad ciudadana y el derecho a la comunicación.

## Referencias bibliográficas

- Acuña, A. (abril, 2012). *La gestión de los Stakeholders: análisis de los diferentes modelos*. Recuperado de <https://bit.ly/2VskFRy/>
- Aguilar, L. (2012). *Política pública* (vol. 1). México DF: Siglo XXI.

- Almuiñas, J. y López, J. (2012). El proceso de planificación estratégica en las universidades: desencuentros y retos para el mejoramiento de su calidad. *Revista Gestão Universitária na América Latina*, 5(2), 72-97.
- Ander-Egg, E. (2003). Introducción a la planificación estratégica. En Autor, *Introducción a la planificación estratégica* (pp. 23-56). Buenos Aires: Lumen.
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L. y Pasquel, G. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. *Latina de Comunicación Social*, (72), 521-539.
- Constitución de la República del Ecuador*. (20 de octubre de 2008). Quito: Asamblea Nacional Constituyente.
- Fernández, G. (septiembre-diciembre, 2017). Políticas públicas sociales: apuntes y reflexiones. *Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6(14), 81-96.
- Foucault, M. (2010). *El nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: FCE.
- García, M. y Zambrano, A. (2005). Seguridad ciudadana: el aporte de las metodologías implicativas. *Revista de Psicología*, 14(2), 63-79.
- Garrido, F. (noviembre, 2015). Comunicación de la empresa. *Strategy and Management Business Review*, 5(5). Recuperado de <https://bit.ly/38asiPC/>
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa. *Veritas*, 2(17), 205-224.
- Hernández Sampieri, R., Collado, F. y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <https://bit.ly/2wTRNYr/>
- Lahera, E. (2004). *Introducción a las políticas públicas*. Santiago de Chile: FCE.
- Ley de Seguridad Pública y del Estado*. (10 de septiembre de 2009). Quito: Asamblea Nacional.
- López, M. (abril-junio, 2013). Planeación Estratégica un Pilar en la Gestión Empresarial. *El Buzón de Pacioli*, (81), 4-19.
- Massoni, S. (2012). Elogio de la comunicación como algoritmo fluido de la diversidad: comunicaciones a las orillas de otra ciencia y de otra profesión. *Revista Académica del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*, 7(17), 37-65.
- Obregón, R. (s/f). *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Recuperado de <https://bit.ly/396Khrf/>
- Ogliartri, E. (2017). *Manual de planificación estratégica: siete modelos para hacer un plan estratégico*. Recuperado de <https://bit.ly/2I2q4ak/>
- Rivero, M. (diciembre, 2015). Control y evaluación de la comunicación en empresas y organizaciones cubanas: una propuesta para su abordaje. *Razón y Palabra*, 19(92), 1-39.

- Rodrich, R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. *Revista de Comunicación*, (11), 212-234.
- Salas Forero, C. (julio-diciembre, 2011). Estado del arte de la nueva comunicación estratégica en Iberoamérica y Colombia. *Signo y Pensamiento*, (59), 234-246.
- Salas, H. (2011). *Investigación cuantitativa (monismo metodológico) y cualitativa (dualismo metodológico): el status epistémico de los resultados de la investigación en las disciplinas sociales*. Recuperado de <https://bit.ly/2T1Ye4i/>
- Sánchez, J. (mayo-agosto, 2015). La participación ciudadana como instrumento del gobierno abierto. *Espacios Públicos*, 18(43), 51-73.
- Sánchez, R. (2009). La participación ciudadana en la esfera de lo público. *Espacios Públicos*, 12, 85-102.
- Scheinson, D. (2009). *Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional*. Buenos Aires: Granica.
- SIS ECU-911. (28 de febrero de 2014). *Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos*. Recuperado de <https://bit.ly/2uwpq1s/>
- SIS ECU-911. (2015a). *Informe rendición de cuentas 2015*. Quito.
- SIS ECU-911. (2015b). *Memoria del SIS ECU-911*. Quito.
- SIS ECU-911. (2015c). *Memoria del SIS ECU-911*. Quito: El Telégrafo EP.
- SIS ECU-911. (2016). *Informe de gestión ECU-911*. Quito.
- SIS ECU-911. (2017a). *Informe de Gestión Anual*. Quito: Servicio Integrado de Seguridad ECU-911.
- SIS ECU-911. (18 de diciembre de 2017b). *Servicio Integrado de Seguridad ECU-911*. Recuperado de <https://bit.ly/32tVOhZ/>
- SIS ECU-911. (s/f). *Servicio Integrado de Seguridad ECU-911*. Recuperado de <https://bit.ly/2PtblcA/>