



REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN “RADIO CIUDAD” COMO
MEDIO PÚBLICO DE CUENCA**

ARTÍCULO CIENTÍFICO

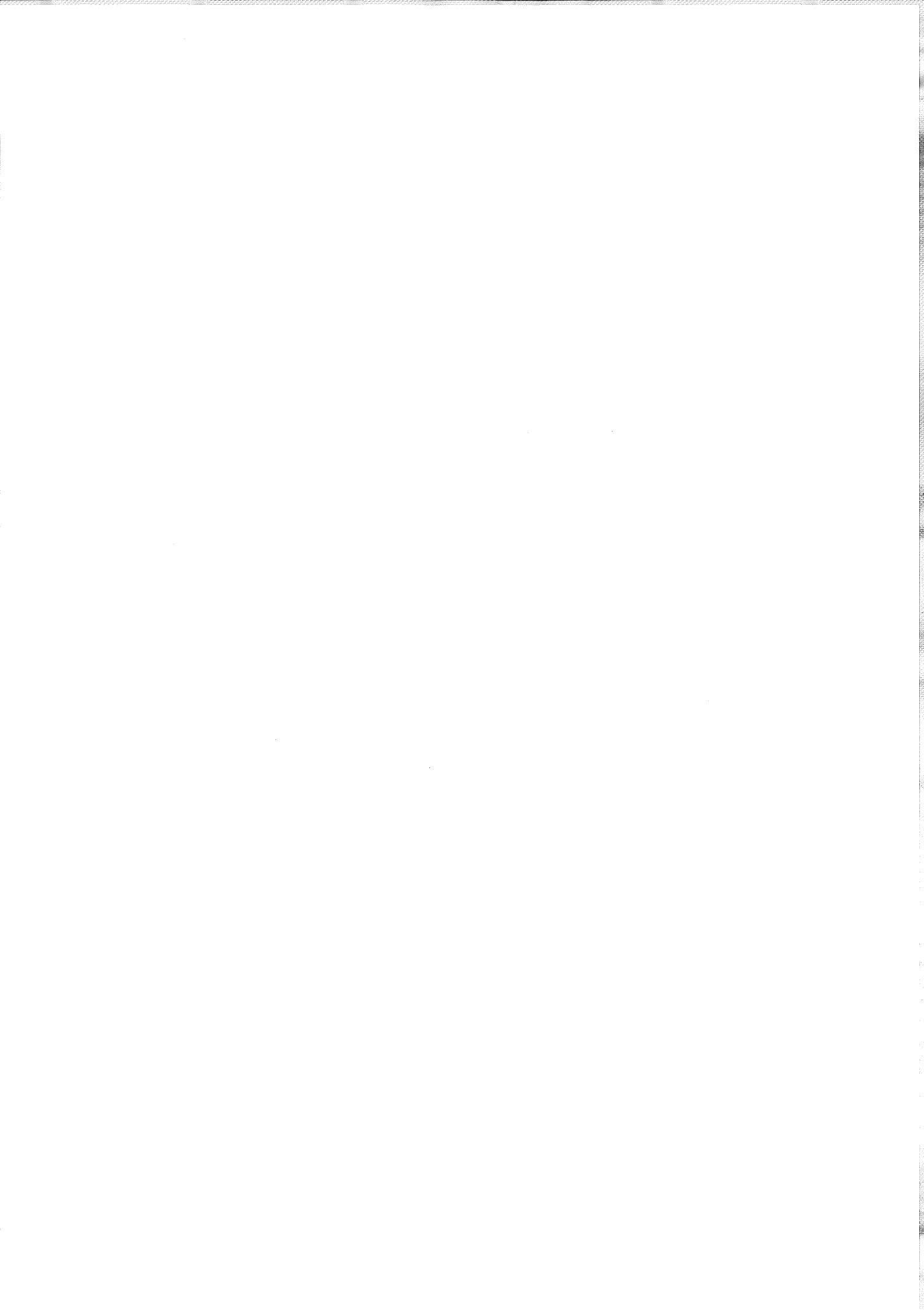
**Trabajo de Investigación,
previo a la obtención del
Título de Licenciado en
Ciencias de la Información
y Comunicación Social**

AUTOR: JORGE FERNANDO BRAZALES MATA

NÚMERO DE CÉDULA: 0102665353

TUTOR: MsC. LUIS RENÉ ÁVILA.

2019



Índice

Índice.....	I
Título.....	1
Resumen.....	2
Palabras claves	2
Abstract	3
Keywords	3
Introducción	4
Metodología	8
1. La comunicación pública.....	8
2. Medios de comunicación públicos	10
2.1 Los medios públicos en el Ecuador	14
3. El derecho a la comunicación.....	18
3.1 Lo público en el derecho	23
4. Gestión de la información en la radio pública.....	27
4.1 El estudio sobre los emisores	28
Entrevistas	31
Encuesta	35
Conclusiones	42
Referencias bibliográficas	44

**GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN “RADIO CIUDAD” COMO MEDIO
PÚBLICO DE CUENCA**

INFORMATION MANAGEMENT IN "RADIO CIUDAD" AS A PUBLIC
MEDIA OF CUENCA

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo generar un artículo científico sobre la gestión de la información en la radioemisora pública de Cuenca *Radio Ciudad*. Plantear los rasgos característicos teóricos de la gestión informativa de la radio pública, que permita visibilizar sectores sociales vulnerables, colectivos y grupos de personas que han estado ausentes del debate mediático en la ciudad de Cuenca. Se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los públicos excluidos de los medios de comunicación comercial que deben tener presencia el medio público *Radio Ciudad*?

Esta investigación utiliza un enfoque metodológico cualitativo, descriptivo y crítico. Se realiza una revisión teórica basada en el concepto del derecho a la comunicación, la comunicación pública y la gestión de la información en organizaciones mediáticas. El trabajo de campo permitirá, mediante la realización de un grupo focal a los periodistas que trabajan en este medio de comunicación, conocer cómo se genera la información. La aplicación de una encuesta a los moradores de la parroquia Sayausí, que es la de mayor sintonía de *Radio Ciudad* para conocer la interacción y expectativas que tienen. La realización de entrevistas a expertos para validar la propuesta.

Palabras Clave

Gestión, información, medio público, propuesta.

Abstract

The aim of this research relies on to generate a scientific paper on the management of information in the public radio station of Cuenca Radio Ciudad. Raise the theoretical characteristic features of the information management of public radio, which allows visibility of vulnerable social groups, groups, and groups of people who have been absent from the media debate in the city of Cuenca. The following research question was posed: What are the public excluded from the commercial media that should be present in the public Radio City?

This research uses a qualitative, descriptive and critical methodological approach. A theoretical review is carried out based on the concept of the right to communication, public communication and information management in media organizations. The field work will allow, through the realization of a focus group to the journalists who work in this media, to know how the information is generated. The application of a survey to the residents of the Sayausí Parish, which is the most tuned Radio City to know the interaction and expectations they have. Conducting interviews with experts to validate the proposal.

Keywords

Management, Information, Public Environment, Proposal.

INTRODUCCIÓN

La comunicación pública es aquella información de importancia para toda la colectividad, circule o no por los medios de comunicación. Es una “forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye, por el recurso a un sistema de comunicación especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto” (Martín Serrano, 1993, pág. 72).

Botero y Galvis, (2014), manifiestan que la comunicación pública tiene un común denominador que radica en establecer nuevas interacciones sociales entre los actores que intervienen en el acto comunicativo. Según estos autores, el manejo de la información no debería depender de un cambio de estado, pues debe basarse en un modelo donde la sociedad no solo capte en su interior, sino también se vuelva una interacción, es decir, una sociedad de públicos, para lograr una mayor democracia.

Estamos en un mundo globalizado en la que los emisores y receptores tienen un intercambio de opiniones con la mayor rapidez debido a la tecnología de hoy en día. Los cambios son trascendentales y profundos en las nuevas formas de gestión y la relación cercana de las empresas y en las instituciones públicas con su entorno. Así mismo, podemos manifestar que hay una crisis de confianza, credibilidad. Otro punto importante es el relacionado con los valores, los mismos que han sido olvidados y afecta directamente a la sociedad, a la democracia y a sus instituciones.

Redoli señala tres lógicas comunicacionales inéditas en la historia de la humanidad:

La inmediatez: nunca se había podido comunicar con la rapidez con la que lo hacemos ahora, vía imágenes, textos y sonidos.

La globalidad: nunca se había podido transmitir información de forma masiva a cualquier punto del planeta en cuestión de segundos.

La facilidad: nunca había estado en las manos de tantas personas (ciudadanos) la posibilidad de generar información y de transmitirla en tiempo real a cualquier punto del planeta con costes muy bajos (Redoli, 2017, p. 1).

En la actualidad los medios de comunicación desarrollan procesos de retroalimentación con el público mediante la utilización de las nuevas tecnologías y sus lógicas que obligan al cambio de los paradigmas clásicos.

Los medios de comunicación, “se entienden como el proceso por el que se transmite y recibe una información. El objetivo es la de informar, generar acciones, crear un entendimiento o transmitir una idea” (Peter, 2009).

Según La Ley Orgánica de Comunicación en el Art. 36 explica que: “todos los medios tienen el deber de difundir contenidos que reflejen y expresen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p.37).

Así como lo dice María Romo en su libro Introducción al conocimiento y práctica de la radio “La radio es un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos” (Romo, 1987).

El periodismo radiofónico es una forma de comunicación social que permite dar a conocer y analizar los hechos de interés público a través de las ondas. Por tanto, el periodismo de radio exige que la información sea difundida de manera clara y concisa (San Félix, 1991).

La importancia de este medio de comunicación se basa, según Kaplún (1999) en que: La radio se ha mostrado eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes. Es posible asimismo a través de la radio llevar a una reflexión sobre valores y actitudes, estimular el raciocinio, favorecer la formación de una conciencia crítica.

Las interacciones son ya simbólicas y no son de propiedad exclusiva de los medios masivos de información. Las redes sociales pueden “generar niveles superiores o inferiores de interacción, dado que dependen de los sujetos mismos, es decir, el interlocutor puede interactuar con personas que no conoce y los mismos pueden encontrarse en algún lugar del mundo” (Botero & Galvis, 2014, p. 22).

Las organizaciones públicas y privadas funcionan mediante los flujos de comunicación interna y externa, hablar del concepto de comunicación pública podría ser considerado redundante, ya que, desde la teoría, no hay nada más público que la comunicación. “Esta doble articulación de la comunicación, lo privado y lo público, es lo que nos permite afirmar que la comunicación es poner en común sentidos en su natural dimensión social” (Botero & Galvis, 2014, p. 37)

La comunicación pública está encauzada en la libertad de expresión, indispensable para abrir la discusión y debate en temas que conciernen a la sociedad en general. Esta libertad de expresión se traduce en el involucramiento de las personas en argumentos donde su intromisión y conocimiento de las cosas es notable.

El poder que ejerce el periodismo en la opinión pública es importante, la mayoría de medios utiliza tácticas para llegar a convencer a los receptores, los mensajes que emiten son asimilados y buscan respuesta inmediata. “La comunicación política que es pública por esencia, se ha convertido en la práctica en comunicación propagandística para beneficio del funcionario de turno” (Botero & Galvis, 2014, p. 41).

El derecho a la comunicación se erige, en este trabajo de investigación, como el fundamento teórico que nos permita visibilizar, mediante los medios de comunicación social, realidades ocultas para la sociedad, y lo que se halla oculto no cambia ni mejora.

En este trabajo se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los públicos excluidos de los medios de comunicación comercial que deben tener presencia el medio público *Radio Ciudad*?

El objetivo planteado para desarrollar este trabajo es: Determinar la gestión de la información de *Radio Ciudad*, como medio público en Cuenca.

La investigación ha planteado la siguiente premisa: La planificación de la gestión de la información, mejorará la calidad de programación de “*Radio Ciudad*” como medio público en Cuenca.

La presente investigación está ubicada en Cuenca ciudad del centro austral del Ecuador. Es también llamada Atenas de Ecuador por su arquitectura, su diversidad cultural, aporte a las artes, ciencias y letras ecuatorianas y por ser el lugar de nacimiento de muchos personajes ilustres de la sociedad ecuatoriana.

Cuenta con un paisaje urbanístico destacando su centro histórico, uno de los mejores conservados y más grandes del país. El centro histórico declarado Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en el año 1999.

Es la tercera ciudad más grande de Ecuador y el centro económico de la Sierra austral. Estas distinciones, junto con el increíble nivel de conservación de su patrimonio histórico y cultural han propiciado que Cuenca sea una ciudad rica en conocimientos y cultura, con gran variedad de museos, sitios arqueológicos y mucha historia que une la modernidad y que se combina perfectamente con lo tradicional; además de la religión, las personas llevan consigo las tradiciones, creencias y costumbres.

Es además conocida por ser la ciudad de origen de varios poetas y personalidades históricas como Gaspar Sangurima, Santo Hermano Miguel, Remigio Crespo Toral, Miguel Vélez, Abdón Calderón Garaicoa, Honorato Vázquez Antonio Borrero entre otros.

Las emisiones oficiales de Radio Ciudad iniciaron el 12 de abril de 2013, convirtiéndose en la primera emisora pública de carácter municipal en la provincia del Azuay. Está ubicada en la provincia del Azuay, cantón Cuenca en la parroquia San Sebastián en las calles Gran Colombia y Tarqui Esquina.

Los trabajadores de la radio son: Lic, Jorge Patricio Quilanbaqui técnico de sonido, Lic. Marco Orellana periodista, Lic. Gustavo Illescas periodista, Lic. Esteban Vidal periodista, Sr. Marlon Serrano técnico de sonido, Sr. Fernando Brazales comunicador social, Lic. Vicente Torres periodista, Dr. Saúl Chalco. Y el Director actual de la radio es: Lic. Christian Palacios.

METODOLOGÍA

La presente investigación tiene un enfoque metodológico cualitativo descriptivo crítico. Se realizó la revisión documental y bibliográfica actualizada que nos permitió conocer los presupuestos teóricos sobre la comunicación pública, el derecho a la comunicación y la gestión de la información en un medio de comunicación público.

Se realizó un grupo focal de discusión entre los colaboradores de “*Radio Ciudad*”, con el propósito de conocer cómo se genera la información del medio, cuáles son las lógicas para determinar los temas del día.

Se utilizó la investigación etnográfica o investigación cualitativa, y como complemento el uso del método cuantitativo se aplicó una encuesta a una muestra representativa de la audiencia de la parroquia Sayausí, por ser la parroquia de mayor sintonía de las parroquias de Cuenca para conocer el pensamiento de la ciudadanía.

Se realizó entrevistas a profundidad a expertos que son parte importante para la investigación. Se entrevistó al director del Medio Público, quien tiene conocimiento vasto sobre la información que procesa el medio público “*Radio Ciudad*”.

El universo del presente trabajo de investigación son los oyentes de *Radio Ciudad*, la muestra representativa es la audiencia en la parroquia Sayausí del cantón Cuenca. El Medio de Comunicación Pública tiene mayor audiencia en esta parroquia, la misma se evidencia a través de llamadas telefónicas, mensajes de textos y correos electrónicos. La muestra se efectuó a personas mayores de 30 años, los cuales está dirigida la programación de este medio de comunicación. La población del universo son 1668 personas que se encuentran en el centro de Sayausí, realizándose 176 encuestas con un margen de error del 7% y del 95% de confiabilidad.

DESARROLLO. –

Marco Teórico

1. La comunicación pública

La comunicación pública es “una forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye, por el recurso a un sistema de comunicación

especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto” (Martín Serrano, 1993, pág. 72).

En Latinoamérica existen críticas sobre el campo de la comunicación pública, debido al desconocimiento de la sociedad en hacer uso de los espacios en los medios de comunicación para transmitir la información. La forma participativa en la democracia representa los sucesos que se construyen en base a la información imparcial que debe existir en los medios de comunicación. Parafraseando a Martín-Barbero la libertad de expresión no es solamente que la gente debe informarse, sino tiene que interactuar, debatir, permitir que su palabra sea tan importante como la del medio de comunicación.

El modelo de comunicación pública se centra en la participación de la gente, para expresar libremente sus costumbres y tradiciones sin presiones de ninguna índole, aunque tradicionalmente se conoce a la comunicación pública como el conjunto de información que el Estado entrega a sus ciudadanos y que se centra más en divulgar lo que hacen en el poder, y no, lo que realmente quiere conocer la gente.

Sin embargo, “la comunicación pública en su acepción más amplia es mediación para la movilización social y la participación ciudadana” (Botero, L. Galvis, C, 2014, p. 29). La comunicación mediática, por su propia naturaleza, es pública, e inclusive, la gestión y dinámica de los medios de comunicación es el espacio ideal para plantear el cambio social “en el que las comunidades también se han jugado, a lo largo de la historia, su viabilidad como organizaciones y por tanto su destino” (Martín Serrano, 1993, pág. 18).

Desde otra perspectiva, son los medios de comunicación los que establecen que informar, sin siquiera dar paso, en ocasiones, a los temas de interés público, para que los ciudadanos vinculen su cotidianidad con lo público. La comunicación pública debe estar orientada a tratar temas de grupos sociales y representaciones colectivas. “La comunicación pública debe reconstruir el tejido social, construir el desarrollo y como filosofía de vida debe hacer visible lo invisible” (Botero, L. Galvis, C, 2014, pág. 30). La participación de la gente es tan importante como la presencia de los emisores

“La comunicación pública se constituye en un espacio propicio para fortalecer la democracia y la participación ciudadana” (Galvis, C y Botero, L, 2011, pág. 39). La ciudadanía necesita del espacio en los medios para expresar su pensamiento.

2. Medios de comunicación públicos

El médico argentino Enrique Susini y un grupo de entusiastas amigos montaron un transmisor de 5 vatios en la azotea del Coliseo de Buenos Aires y realizaron allí las primeras pruebas de radio en Latinoamérica. El 27 de agosto de 1920 a las 9 de la noche, transmitieron para todo Buenos Aires una ópera de Richard Wagner. Éste fue el primer programa de radio dirigido a público abierto que se oyó en nuestra región (López, 2004).

La primera radioemisora con servicio regular fue la KDKA de Pittsburgh EE. UU, “instalada en un garaje de la Westinghouse. El 2 de noviembre de 1920, el popular radioaficionado Frank Conrad daba a conocer los votos obtenidos por Warren Harding y James Cox, candidatos a la presidencia de los Estados Unidos” (López, 2004, p. 11).

Según López (2004) en 1921, se inician en París los primeros programas, utilizando la Torre Eiffel como antena. Al año siguiente, en 1922, se funda en Londres la BBC. John Reith se convirtió en el primer director ejecutivo de la compañía. Pocos meses más tarde, salen al aire las primeras transmisiones españolas. Estos países fueron pioneros en el uso de las tecnologías radiales y televisivas. Por esos mismos años en Estados Unidos, se empezaba a formar una compañía de Radiodifusión, la primera red de radios en ese país.

La radio se convirtió en medio muy influyente, permitiendo su uso especialmente en la segunda guerra mundial, con el fin de informar todo lo que sucedía con el gobierno de EEUU, a países aliados en Europa.

“La misión y visión de la BBC están atravesadas por la idea del servicio público, que debe ser regulado por una instancia pública” (Ordóñez, 2011, pág. 51). Los medios deben ser regulados por las instancias públicas, pero, no utilizar para informar de acuerdo a su conveniencia, de allí podemos resaltar el bajo porcentaje

de audiencia, y en muchos de los casos dichos medios desaparecen del espectro radioeléctrico.

En los años ochenta y noventa el modelo cambia, entregando las frecuencias a grupos privados. El impacto, fue que, la tradición de servicio público de comunicación se abrió el espectro a ciertos grupos privados. El peso del medio público en la población depende mucho de su programación, la misma debe ser de calidad manteniendo principios de interés general.

En Latinoamérica, “las radios en la mayoría de países empezaron como propiedad estatal, aunque en la práctica muchas veces fueron abandonadas o descuidadas, cuando no, solo sirvieron de propaganda a los gobiernos de turno” (Ordóñez, 2011, pág. 54). Se dio poco valor a los medios de comunicación públicos debido a la baja audiencia, ya que no tenía tanta importancia la información oficial que se emitía y muchos medios eran auspiciados para introducir productos norteamericanos.

En Brasil la radio fue usada como instrumento político para ganar legitimidad y mantenerse en el poder, dando paso a gobiernos autoritarios que proporcionaban información de acuerdo a sus intereses. En otros países como Venezuela y Perú existía censura en los medios de comunicación con la venia de los gobiernos y de los directores de las radios.

En los años sesenta, bajo las presiones sociales y la crisis económica en América Latina y con el triunfo de la revolución cubana en 1959, EEUU, dio la alerta para que cada gobierno actúe de acuerdo a sus intereses, por lo cual se tomaron varias medidas, ya que el Estado debía garantizar ciertos servicios públicos como: salud, educación y cultura.

Las grandes cadenas comerciales estaban en condiciones de tener propuestas educativas en sus medios. Fortalecidas y convertidas en verdaderos emporios mediáticos, estaban dispuestas a ceder con parte de su programación para un papel más público, dado que su carácter privado estaba garantizado (Ordóñez, 2011, p. 61). Los medios públicos latinoamericanos tuvieron una caída por falta de financiamiento gubernamental y fallos de un manejo de información.

Los medios públicos para ser competitivos con los medios privados, deben poner en sus parrillas de programación espacios parecidos para que tenga mayor impacto en las audiencias, o por el contrario tener programaciones propias, pero no tendría el mismo resultado, es decir, no sería del gusto masivo. “Gobiernos desde fines de los noventa, llamados de la nueva izquierda se han enfrascado en enfrentamientos con los medios de comunicación privados, entre otras cosas, para cambiar las reglas de juego, normativizar el campo de la comunicación y regularlo” (Ordóñez, 2011, pág. 65)

Los medios públicos, tiene por objetivo producir y difundir los contenidos de los diferentes sectores que conforman la sociedad incluyendo aquellos que no han aparecido en los medios privados, los medios públicos son financiados y controlados por el público, para el público, hay que crear espacios para fomentar la educación y la cultura de los pueblos, así como promover una mirada multicultural del país. Son parte central de un sistema próspero de medios, y deben estar a la par con los medios privados. “Los medios públicos y comunitarios deben estar protegidos institucionalmente y deben tener garantizado su financiación para que puedan ejercer sus funciones centrales para la consolidación de las democracias” (Unesco, 2017).

Los medios públicos, como cualquier institución o empresa, están obligados a rendir cuentas de las actividades que se realizan, las mismas, deben ser objetivas ya que solo así se podrá examinar o cuantificar el trabajo, sea esta positiva o negativa. Es importante, demostrar los resultados de los medios públicos, de eso depende su creación y la justificación del personal contratado o la compra de equipos utilizados para su funcionamiento. La ciudadanía, debe saber qué es lo que pasa con sus impuestos si se maneja o no de forma transparente.

El hecho de ser un medio público, significa tener una programación de calidad, la intención es transformar en políticas públicas y alejarse de los gobiernos que utilizan solo para promocionar sus actividades cuando están en funciones. La ciudadanía, está en la obligación de participar, criticar y evaluar la programación que tienen las emisoras. La información debe estar dirigido en dar cobertura las

diferentes realidades de la sociedad. Si hay que criticar a los gobiernos de turno, debe ser sin miedo a represalias y con absoluta libertad.

Las emisoras públicas se crearon con el propósito de garantizar la información, la cultura y para fortalecer la libre circulación de las ideas de todos. Deben garantizar el derecho del público a criticar al poder, imaginar un mundo diferente, comunicar la evolución de sus críticas e ideas, y utilizarlas en beneficio de su libertad de expresión. “El derecho universal del ciudadano a la información y la libre comunicación se aplica con especial fuerza a los medios, incluidas las emisoras y las organizaciones públicas de difusión” (Bucci, Chiaretti, & Fiorini, 2012, p. 13)

La comunicación pública busca democratizar una sociedad mediante estrategias que permitan la participación de audiencias ausentes del debate en los medios de comunicación tradicionales. Los medios masivos, son en definitiva los que deben manejar la libertad de expresión y divulgar información de interés público y eso sí tiene validez. “La emisora pública no puede estar subordinada al gobierno, pero su existencia debe estar garantizada por las leyes vigentes, incluido su financiamiento” (Bucci, Chiaretti, & Fiorini, 2012, p. 14).

Los medios tradicionales se caracterizan por la producción de información o contenidos. Los medios digitales, se pueden crear, visualizar, distribuir, modificar y preservar en dispositivos electrónicos digitales. El valor añadido que ofrece el medio digital es que requiere de una actualización incesante. Sea cual sea la situación, las dos sustentan la comunicación pública de los medios, los mismos que imponen el interés económico, social o político y no la ciudadanía quienes están en el derecho de activar la agenda pública. La ciudadanía debe empoderarse de los medios, esto quiere decir, mayor participación de los individuos y comunidades.

Los cambios son sustanciales, incluso el interlocutor no es uno, sino varios y puede estar en distintos lugares al mismo tiempo e interactuando con gente que no conoce, pero que empezó a reconocer a través de un simple clic. “Las interacciones son ya simbólicas y no son de propiedad exclusiva de los medios masivos de información. Incluso, pueden o no generar niveles superiores o inferiores de interacción, dado que dependen de los sujetos mismos” (Botero, L. Galvis, C, 2014, p. 23).

La información en los medios públicos es lineal y notable, procurando de este modo una sola realidad; la de los gobiernos, resultado de esto, es debilitar la palabra de los grupos sociales en los medios de comunicación masiva. “El eje central de la idea de la emisora pública radica en la independencia de su gestión, en todos sus aspectos” (Bucci, Chiaretti, & Fiorini, 2012, p. 14).

Los grupos sociales, los colectivos y otros claman por utilizar el espectro radioeléctrico público, ya que han sido apartados por muchos años. Claro está, que no se debe dejar de atender a la comunicación del Estado, pero, también debe permitir que los pueblos realcen su cultura a través de los medios públicos.

Analistas de los medios públicos, concuerdan en que, la línea editorial el gobierno debe abrir el espectro para facilitar la información desde diferentes ámbitos y tener diferentes puntos de vista. “El propio gobierno no debe fijar la línea editorial de las informaciones de tal o cual medio público, sino que debe haber entre el Gobierno y el medio público una autoridad constituida por personalidades indiscutibles que lo hagan” (Ordóñez, 2011, p. 104).

2. 1 Los medios públicos en el Ecuador

En Ecuador hasta antes del gobierno de Rafael Correa prácticamente no existían medios públicos, excepto Radio Nacional y Radio Municipal de Quito, “medios gubernamentales e institucionales que tuvieron papeles diferentes, según el gobierno de turno” (Ordóñez, 2011, p. 104). La autora, según su investigación, manifiesta que, los medios eran utilizados para fines políticos e informar solo lo que era conveniente y no lo que la sociedad quería escuchar.

Radio Nacional se creó en el cuarto periodo de José María Velasco Ibarra, y luego con Guillermo Rodríguez Lara logró tener varias emisoras de alcance Nacional. Esta radio cumplió como medio estatal, hasta el gobierno de Rodrigo Borja, pero decayó por el poco valor que se le dio hasta que desapareció en el Gobierno de Sixto Durán Ballén. Antes de Radio Nacional se creó La Radio Municipal en Quito en 1956, un año después se cerró por falta de presupuesto, ya en la Alcaldía de Augusto Barrera, se logra conseguir una frecuencia en FM para la Radio Municipal en diciembre 2010, dándole un nuevo impulso.

La gran mayoría de los medios públicos se crean durante el régimen de Rafael Correa, nacen con la idea de fomentar debates, sin embargo, se le dio otro giro como, por ejemplo, informar acorde a sus intereses y no para defender el interés público. “En un Estado Democrático una de las tareas es garantizar el derecho de los ciudadanos a estar bien informados” (Ordóñez, 2011, p. 104). Las audiencias deben recibir información veraz, ser partícipes de esa información e interactuar con los medios.

Un medio público, no es sinónimo de medio oficial de ningún gobierno. El medio público es un espacio en el que tiene cabida la crítica, el asombro, la pregunta y todo aquello que no puede ser silenciado.

Es importante fortalecer los medios públicos, no para los gobiernos de turno sino para dar espacio a los ciudadanos, ya sean grupos vulnerables, colectivos comunitarios y no sólo a los militantes de ciertos partidos y movimientos políticos. Los medios públicos, deben tomar las riendas para dar paso a la libertad de expresión y sobre todo informar la realidad del país de forma clara y transparente. En otras palabras, los medios no nos dicen qué pensar, pero sí nos dicen sobre qué pensar.

La realidad de los medios de comunicación públicos, no debe ser manipulada por periodistas que informan sesgadamente, sino de que profesionalismo estamos hablando. “Los medios públicos no pueden ni debe dedicar más del 80% de su programación en proponer un tema que va en detrimento del medio, tampoco debe desbalancear la programación” (Dassum, 2017).

Al hablar claramente de nuestro contexto, el control de los medios de comunicación ha sido durante la década de la Revolución Ciudadana una de las grandes disputas políticas. Lo que al inicio del gobierno de Rafael Correa se propuso como un esfuerzo por democratizar la palabra, terminar con monopolios y ampliar los espacios para la construcción y la deliberación pública, se fue convirtiendo en lo contrario: el control de los medios, el fortalecimiento de los nuevos –y peores- monopolios, opacidad en el manejo de las frecuencias, juicios, demandas, indemnizaciones desproporcionadas para amedrentar periodistas. “La gran herramienta para este control fue la Ley de Comunicación (LOC), el concepto

para justificar un control fuera de todo parámetro: declarar la comunicación como un servicio público” (Romo, 2017, p. 1).

Asimismo, en América Latina y el Caribe ha habido, históricamente, una tendencia hacia la concentración de la propiedad en los medios de comunicación, en especial en las últimas décadas. En este contexto, la propuesta del Ejecutivo de Ecuador puede entenderse como un intento de desmonopolizar/desoligopolizar (de manos privadas) el panorama mediático. A ello cabe añadir la desconfianza de los ciudadanos ecuatorianos con respecto a los medios de comunicación (Chavero & Oller, 2014, p. 165).

Según la Carta Magna en la sección séptima (dedicada a la Comunicación social) completa la definición del sistema de comunicación del Ecuador. En su artículo 384, enumera sus componentes: instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. En ese mismo artículo se compromete al Estado a formular 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” (Chavero & Oller, 2014, p. 168).

Está claro que, lo público supera el concepto que lo identifica con el Estado, con lo publicable o con lo propio del espacio público. La idea de lo público es propia de lo que es común, lo que nos pertenece a todos, lo que es de interés general. Lo público es lo visible, lo manifiesto, lo accesible. Lo público es lo colectivo, entendido como de interés o de utilidad común. Lo natural sería que el discurso se oriente a la búsqueda de consensos, a convencer con argumentos. Lo público ejerce su supremacía bajo diversas formas, según el grupo social que se entienda: nación, clase, comunidad, pueblo, ciudadanía corporativa, entre otros (Botero & Galvis, 2014, p. 47).

Pero ocupa también otro conflicto: tratados nacionales (Constitución) vs tratados internacionales, reconocen la comunicación como un derecho; artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no

ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión” (Chavero & Oller, 2014, p. 169).

Bajo un derecho a la comunicación la práctica del uso de los medios y de las dinámicas de comunicación para fines de cambio social son favorecidas. En el Perú, Ecuador, Bolivia, México y Brasil existen experiencias ya consolidadas desde la sociedad civil de observatorios y veedurías ciudadanas o centros de monitoreo de medios que permiten lanzar desde observaciones sistemáticas criterios sobre el manejo de la información en temas como la equidad de género, la infancia, la pobreza y sobre la misma comunicación social (Aguirre, 2013, p. 1).

La ciudadanía, debe estar unido al derecho de la información, pero también debe ser escuchado como una necesidad y tomado en cuenta como reconocimiento recíproco y más que eso, como una plataforma política en dónde tengan mayor participación los grupos marginados de la población. Los medios de comunicación, viven una crisis en donde se da mayor importancia a programas faranduleros en la cual no aporta nada para lo que fue creado. Hay que ser claros en este asunto, los programas especialmente los informativos, deben estar ligados a intereses comunes y que beneficie a todos.

La población excluida en nuestro país, son los indígenas, los negros, las mujeres y todos los grupos que no tienen un espacio para dar a conocer sus problemáticas. Esta crisis de representatividad tiene mucho que ver desde las altas instancias del estado ecuatoriano. En este sentido los gobiernos de turno deben tomar distancia y crear políticas públicas de libertad de expresión para que los ciudadanos pueden expresar su cultura y tradiciones.

Según el análisis que se hace, los partidos y movimientos políticos, están ocupando espacios de debate, pero, para sus propios fines, como por ejemplo llegar a la población con información subjetiva, demostrando la poca credibilidad que tienen y debilitando a los medios de comunicación pública ya que no permiten el nivel de crecimiento en la población ecuatoriana. Sin embargo, la creación de los medios públicos es un gran paso y debe seguir consolidándose.

Los medios públicos, son importantes en cualquier país, pero debe considerarse a los ciudadanos marginados del espectro radioeléctrico. Los medios masivos, deben proyectarse como un servicio social, un servicio público, pero, creo que los comunicadores estamos en la obligación de prestar ese servicio a la ciudadanía y ser parte de la solución y no del problema “La misma concepción sobre el derecho a estar bien informados, incluye la discusión en torno a los medios de comunicación relacionados a un interés público, a pesar que algunos son privados” (Romina, 2011, p. 108-109).

Si no se cambia la realidad por la que fueron creados los medios públicos, la tendencia es desaparecer. Debería auto sustentarse para poder sobrevivir, ya que no estaría en condiciones de competir con los demás medios de comunicación. Además, no debe ser un servicio público para una parte de la población. Las emisoras públicas, deben originar la democracia y sobre todo el respeto de los derechos individuales.

3. El derecho a la comunicación

Cuando hablamos del Derecho debemos manifestar que tiene una dualidad conceptual, por un lado, se refiere al “conjunto de normas jurídicas y, por otro, a una ciencia cuyo objeto de conocimiento está constituido tanto por el ordenamiento jurídico como por los conceptos sistemáticos elaborados por la dogmática” (Villanueva, 2008, p. 13). En el presente trabajo buscamos concretar las ideas que nos lleven a clarificar los alcances del Derecho a la Comunicación que tiene como característica principal la diversidad y el pluralismo.

La Constitución de la República del Ecuador, establece en el artículo 18 que “las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa a cerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general y con responsabilidad ulterior” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 11).

Desde siempre hubo la necesidad de buscar, recibir y transmitir información y opiniones como un derecho y un servicio social. El derecho, abarca todas las

corrientes de información para un desarrollo armonioso y que involucre a todos por igual. Tenemos derecho a comunicar la cultura, las tradiciones, la política y más; a través de los medios masivos, y también desde cualquier plataforma o espacio público. “La comunicación, puede desempeñar un papel decisivo para que las relaciones sociales se vuelvan más democráticas en la medida en que permitan un intercambio de los medios masivos al público y del público a los medios masivos” (MacBride, 1993, pág. 63).

Las personas tienen derecho a opinar y de expresarse libremente en el territorio ecuatoriano, incluso de las personas que han sido invisibilizados como los adultos mayores, los discapacitados, LGBTI, adolescentes y otros grupos vulnerables. Este derecho incluye el no ser molestado a raíz de sus comentarios, derecho a investigar y recibir informaciones y opiniones y sobre todo difundirlas en cualquier medio de comunicación sean estos públicos o privados.

El derecho a la comunicación no es optativo. Los derechos humanos evolucionan, se perfeccionan, no son estáticos. Los derechos humanos tienen un contenido que los hace específicos a los seres inteligentes y sensibles que somos. “Los derechos humanos son interdependientes, y no pueden ser dissociados. Los derechos humanos abarcan la libertad, la participación, la solidaridad, el acceso, la inclusión, la equidad, la justicia y la interculturalidad” (Gumucio, 2011, p.1).

La ciudadanía es un proceso dinámico en el que las personas reclaman por sus derechos a la comunicación. Esto involucra a que los sujetos utilicen el espacio público, se debe participar en la definición del sistema o modelo de desarrollo. En la actualidad, la información se define como un principio de poder cuya dirección debe estar enfocada a la sociedad en igualdad de condiciones. “La libertad de expresión y opinión, la comunicación, los derechos de información y conocimiento deben ser reconocidos como partes claves de una noción más amplia e integral del derecho a la participación política y de la construcción de ciudadanía” (Araya, Avendaño & Carazo, 2013, p. 347).

Todas las personas deben ejercer influencias en las decisiones que afectan su vida. Es incomprensible, que, en la mayoría de los casos, la participación es nula o solo se realiza cuándo hay una necesidad. “En el plano de la comunicación como

en el de la ciudadanía hay luchas de poder y conflictos hay actores en pugna con diferentes cuotas de poder para demandar y exigir sus derechos” (Araya, Avendaño & Carazo, 2013, p. 348).

Gracias a la comunicación, el individuo puede proyectarse a los demás y existe la posibilidad de autorrealización personal. “La comunicación es un derecho fundamental del hombre y una de las manifestaciones más liberales de la sociedad y en particular, de las burguesas, pues constituye la mejor garantía para la interacción social” (Botero & Galvis, 2014, p. 52).

La ley de comunicación en su artículo 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. 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.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. 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.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Los medios de comunicación deben abrir espacios para fomentar el diálogo y expresar libremente la información. La participación de los grupos sociales especialmente los vulnerables, tienen derecho a la comunicación para construir intercambio de información. En el gobierno de Rafael Correa, los medios de comunicación entraron en grandes disputas políticas.

Parafraseando a María Paula Romo (2017), ex asambleísta y Docente de la Universidad Andina Simón Bolívar de Portoviejo. Al principio de la década del

correísmo, se propuso democratizar la palabra, supuestamente para acabar con los monopolios, se convirtió en todo lo contrario, debido a que el control de los medios lo tenía el gobierno, el mismo que sancionaba y multaba no solo a los medios sino también a los periodistas. El gobierno se fortaleció para crear un nuevo monopolio, el propósito era intimidar a periodistas a través de juicios, demandas e indemnizaciones desproporcionadas.

“La comunicación es piedra angular de la democracia; la existencia de medios independientes es pieza clave para la transparencia y la lucha contra la corrupción; la libre circulación de información es condición indispensable para un ejercicio ciudadano vigoroso” (Romo, 2017, p. 1). Los medios independientes deben ser claros y concisos al momento de informar; sin favorecer a ningún gobierno, y, el objetivo es luchar contra el poder y sobre todo sacar a la luz los hechos de corrupción.

La opinión pública, radica en las organizaciones sociales, culturales o políticas. No es algo que se aprende o es influido por alguien, es más bien, el criterio propio del ser humano, quién tiene derecho a expresarse libremente y sin restricciones. Opinar significa que el individuo, debe hacerlo con hechos y conceptos reales. En ocasiones la opinión pública, se encuentra a merced de los gobiernos. Estos manipulan a su antojo, con el único propósito de que el ciudadano se vuelva pasivo, sin reacción y permanezca políticamente inmaduro, indiferente a los grandes problemas. “El periodismo, puede ser un “contrapoder” eficaz cuando las autoridades gubernamentales, económicas o de otra clase tratan de ocultar o distorsionar la información de interés público” (MacBride, 1993, p. 167).

A nivel internacional, les corresponde a los organismos como la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Comisión de Derechos Humanos, y la Corte Interamericana de Derechos Humanos, para los países de América Latina, velar por el cumplimiento del derecho a la comunicación y la libertad de información y de expresión. “La comunicación política, que es pública, debe ser un asunto no sólo propio del Estado y de sus funcionarios, sino que debe ser reivindicada por distintos actores del colectivo” (Botero & Galvis, 2014, p. 54). La opinión pública, es tan

importante, ya que de esa manera protege los intereses de los diferentes grupos sociales, pero, para ello debe tener mayor protagonismo en los medios masivos.

Los medios masivos, durante muchos años les han fallado a los ciudadanos ya que en su programación no hay espacios para difundir los problemas sociales y culturales que son fundamentales para el desarrollo de los pueblos. Al contrario, se ha dado la oportunidad a los políticos que a través de sus ideologías logran meterse en la mente de los ciudadanos y sobre esto, podemos decir que “los medios masivos tienen una responsabilidad moral y política de tomar en cuenta las actitudes y las opiniones del público” (MacBride, 1993, p. 168).

Lo que no se visibiliza en los medios de comunicación en la sociedad contemporánea no es público. Lo que es público “puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible y constituye la realidad” (Arendt, 2009, p. 59). Acota que, para entender la realidad, es necesario conocer hasta los pensamientos de la mente, las pasiones del corazón, las delicias de los sentidos, que al ser individualizadas se preparan para una adecuada aparición pública, buscando la transformación de estas realidades, transformaciones que, de acuerdo a Arendt, suceden en la narración de historias, buscando la felicidad en las pequeñas cosas de la vida.

Hay que integrar a los actores sociales, solo así, será posible la comunicación pública y comunicación política. Hay que potenciar a los ciudadanos para que utilicen los espacios en los medios públicos. El compromiso, es de los investigadores, docentes y estudiantes de comunicación social, presionar para que se cumpla con el derecho de informar con objetividad. Existen medios de comunicación que están politizados y se someten a las exigencias de sus clientes mediante la publicidad del partido gobernante.

Los medios públicos, necesariamente deben cambiar su modelo de programación, para ello, deben pasar de medios gubernamentales a medios netamente públicos, en donde se permita la inclusión de los grupos sociales excluidos. Puede que, desde esos sectores nazcan iniciativas de interés general y con contenidos interesantes en salud, educación, cultura y humor.

Es el momento que empezamos a contar historias desde nuestro punto de vista, ser creativos a la hora de proponer una narración en diferentes formatos o géneros periodísticos, pensar desde lo académico es aprovechar que el Derecho a la Comunicación es ingresar al mundo de la democracia y la política. Utilizar la tecnología no para consumir sino para producir nuestros propios mensajes, pensando siempre en el valor de la comunicación. Hay que plantear contenidos de interés ciudadano, hay que trabajar con pasión. Comunicar, es para encantar y brindar alegría a los habitantes.

3. 1 Lo público en el derecho

El derecho a la comunicación está más allá de la libertad de prensa que plantea “la libre producción y difusión de la información generada por quienes laboran en los medios de comunicación, lo que presupone una relación restringida entre los productores de la información y el Estado” (Sierra Caballero, 2017, p. 14).

Se extiende a la posibilidad de una real participación en el conocimiento que genera la información siendo parte de ella, evitar el monopolio del habla en los medios de comunicación, que deben ser dirigidos por comunicadores profesionales capacitados para abrir el debate e incorporar audiencias hasta ahora invisibles para que sean parte de sus contenidos, mediante la creación de nuevos formatos a través de la investigación mediática que permitan plasmar el derecho a la comunicación de grupos determinados invisibles en nuestra sociedad.

Al enfocarnos dentro de este contexto y específicamente en la ciudad de Cuenca, encontramos a la radio objeto de este estudio en esta ciudad hay dos radioemisoras de carácter público. Una nacional con señal y frecuencia repetidora para la Región Austral. “*Radio Ciudad*”, es la única radioemisora pública que emite su señal desde Cuenca. En la actualidad es dirigida por el licenciado en Ciencias de la información y comunicación social Marcelo Valencia, integrada además por cinco periodistas.

Los Medios de comunicación públicos, en este momento van rumbo a la solvencia. “*Radio Ciudad*” presenta una propuesta con temas relevantes a nivel local. Así también debemos indicar, que el desarrollo de las noticias se hace a nivel político, social, administrativas, culturales, y comerciales de Cuenca. “*Radio*

Ciudad” es un medio de comunicación público creado por la Empresa de teléfonos, agua potable y alcantarillado (ETAPA-EP), pertenece al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cuenca. Es parte de la Subgerencia de Comunicación de Etapa y cuenta con personal profesional para cumplir las funciones encomendadas, mantiene procesos de capacitación permanentes en redacción periodística, reportes, comunicación organizacional, Ley Orgánica de Comunicación, mediante conferencias y talleres dictados profesionales de la comunicación.

Al ser un medio de comunicación público, “*Radio Ciudad*” busca incorporar en sus contenidos las realidades y criterios de sectores ciudadanos ausentes de los medios de comunicación comercial, sin embargo, no tiene definida una línea editorial para que sea aplicada y sirva de guía para el funcionamiento adecuado de este medio de comunicación público.

Es el único medio radial público en la ciudad de Cuenca, y por lo tanto, debe convertirse en un medio que permita expresar el pensamiento de los diferentes sectores sociales invisibilizados por los medios comerciales, para dar cumplimiento al derecho constitucional de buscar, intercambiar, producir y difundir información como lo señala el artículo 18 de la Carta Magna.

La ausencia de medios de comunicación públicos en nuestra sociedad ha implicado la inexistencia de políticas de gestión de la información para medios públicos y una línea editorial definida, que garantice el adecuado funcionamiento de una radio pública, que sea incluyente, plural, democrática. Un medio de comunicación público es del público y para los públicos.

Un medio público debe desarrollar su programación en forma diferente a los medios privados, debe defender los intereses de la ciudadanía, visibilizar sectores excluidos del debate público, aunque sin duda, también deberá difundir información de la institución que lo ha creado, debe mantener contenidos incluyentes.

La Radio Pública en Ecuador, ha marcado una gran diferencia desde su implementación, por esta razón para hablar de este medio masivo de comunicación es importante mencionar su evolución desde sus inicios hasta la época actual. En sus inicios, no generaba mucho interés a sus oyentes, en el campo informativo,

educativo, entretenimiento y sobre todo en el ámbito de la política. Es importante abrir el espectro para realizar nuevos programas y dar oportunidad a los grupos vulnerables como son los adultos mayores, colectivos, personas con discapacidad, y grupos culturales.

La falta de una programación estable no le permite tener un desarrollo trascendental en la audiencia. Antes del apareamiento de las nuevas tecnologías, por la producción de audios con otras herramientas donde el público interactúa sobre diferentes temas. Aquí, los directores de turno intentan manejar a sus propias conveniencias para mantener cautivo al oyente, mientras los nativos tecnológicos, dan su propio uso y sentido, a las temáticas que muestran los programas de la radio pública.

Es posible fijar algunas particularidades de este medio de comunicación masivo pero que no llega a tener el impacto que se espera. Se lo puede analizar la línea editorial para saber en dónde se está fallando y cuál sería el mecanismo para llegar y captar a más oyentes de la radio.

El 28 de septiembre de 2008, el país aprobó una nueva Constitución que generó grandes cambios, entre ellos se encuentra el reconocimiento de los Derechos de la Comunicación e Información que establecen un marco inédito para avanzar hacia una profunda democratización de la comunicación.

El Art. 16 por ejemplo, dispone que: “Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1) 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”.

Es importante crear Consejos de participación social para velar el derecho de la comunicación, donde existan propuestas políticas y planes públicos de comunicación. Los mismos, deberían estar conformados por diferentes sectores de la sociedad (pueblos y nacionalidades, organizaciones sociales, comunicadores, escuelas y facultades de comunicación). Ejercer un control y participar son cosas fundamentales para que los medios de comunicación cumplan con la ley. “Los

ciudadanos/as y organizaciones cumplen un papel activo frente a los medios” (León, 2013, p. 247).

Siendo parte fundamental de la convivencia en la sociedad, la comunicación, esta forma parte de un derecho humano que nos permite desarrollarnos de forma individual y colectiva, por lo tanto, el Foro Ecuatoriano de la comunicación considera que la nueva “Ley Orgánica de Comunicación debe poseer un sustento de naturaleza pública que hagan de la sociedad un protagonista para la democratización de las comunicaciones dejando atrás el pasado restrictivo y limitante” (León, 2013, pág. 244).

Dentro de las Bases para la Ley Orgánica de Comunicación y los Principios de una comunicación democrática, es necesario que exista: Plurinacionalidad, reconocer a los pueblos y nacionalidades originarios y ancestrales como actores políticos, jurídicos, económicos y culturales que supere los rezagos coloniales, buscando la unidad y armonía en la diversidad. Interculturalidad, reconocer las relaciones e interacciones respetuosas entre culturas, basadas en la igualdad de derechos y la redistribución del poder. Igualdad en la diversidad, el ejercicio de los derechos, en igualdad de condiciones y con justicia social y ecológica sin discriminación. Corresponsabilidad, el Estado y la ciudadanía deben asumir obligaciones y deberes para el pleno ejercicio de los principios y derechos de la comunicación. “Participación, inclusión autónoma y crítica de todas las personas, colectividades y pueblos en la decisión y evaluación de todos los asuntos relacionados con la comunicación. Finalmente, Soberanía, como base de la voluntad y participación del pueblo” (León, 2013, p. 246).

Es derecho de todos, contar con programas de calidad que lleven contenidos con fines educativos y culturales, información clara, veraz, que sea verificable y definitivamente libre de todo contenido poco apropiado, sexista, denigrante, violento, racista o que de alguna forma vaya a discriminar las personas. Tenemos derecho a ser partícipes en la elaboración de la programación y poder hacer uso de los medios para informar sobre la realidad del país.

Los medios de comunicación deben tener la capacidad de rectificar en caso de divulgar contenido que pueda perjudicar de alguna forma a los usuarios o usuarias,

está en nuestras manos organizarnos y proponer legalmente argumentos para hacer validos los derechos que tenemos dentro de la comunicación y el estado debería incorporar muchos más programas de lectura que ayude a la crítica de los medios de comunicación con el fin de obtener una ganancia mutua entre el pueblo y los medios para una mejor convivencia y mucho más auténtica, sin temor a represalias, esto es lo que forma parte de una comunicación democrática. (León, 2013, p. 246).

Los significados de la radio pública son diferentes, pueden ser percibidos de múltiples maneras por la audiencia, lo cual puede constituirse en una ventaja porque en la medida en que se tenga una programación variada y no sesgada, puede entrar en un acercamiento con una gran variedad de oyentes de diferentes edades y niveles. Las diferencias que se ha podido sentir a través de la Radio Pública, como medio de comunicación, en la construcción de contenidos, se verán reflejadas en una programación que se realizará para *“Radio Ciudad”*.

Por lo tanto el objetivo de esta investigación es Determinar la gestión de la información de *“Radio Ciudad”* como medio público en Cuenca, revisar de una manera directa, los presupuestos teóricos y metodológicos que permitan conceptualizar la gestión informativa de radio pública para determinar las características fundamentales de la gestión informativa de los medios públicos y de esa forma realizar la propuesta de gestión de la información de *“Radio Ciudad”* como medio público de Cuenca en beneficio de la ciudadanía y de la emisora mediante la cual, a manera de hipótesis se puede expresar que mejorará la calidad de programación de *“Radio Ciudad”* como medio público de Cuenca.

4. Gestión de la información en la radio pública

La gestión de la información de un medio de comunicación radial público es una actividad autorregulada que cumple un grupo de personas, mediante un procedimiento establecido y el uso de equipos que permiten recoger, registrar, procesar y visibilizar información, que busca facilitar los procesos de producción mediática en permanente interacción con ellos implica identificar la agenda pública y mediática para la construcción de contenidos que permitan visibilizar las diversas realidades sociales. La gestión de la información incluye el diagnóstico, la planificación, ejecución y evaluación del proceso en la organización mediática.

En el proceso de comunicación intervienen los diferentes elementos de la comunicación. Para ampliar nuestro conocimiento sobre lo que significa emisor y receptor en la comunicación, debemos saber primero lo que significa la comunicación. El término comunicación proviene del latín “comunicare” se entiende como el proceso que se transmite y recibe una información. La comunicación, se puede dar entre seres vivos, por medio de lenguaje entre seres humanos, o a través de las nuevas aplicaciones tecnológicas.

Pero, para que un proceso se lleve a cabo es importante que existan varios elementos: él emisor; es decir, alguien que transmita un mensaje por los medios de comunicación habilitados para tales fines. El emisor, actúa como comunicador portador de funciones sociales. Detalla juicios de valor en la comunicación de masas, tiene un papel específico interconectado con el público. La comunicación, mantiene un orden jerárquico de información entre el emisor y el receptor de forma vertical.

El receptor, es quién recibe el mensaje e interpreta según los signos lingüísticos, luego de su interpretación está en capacidad de refutar dicho mensaje al emisor. El mensaje, es el contenido hablado o grabado de una comunicación. Canal de comunicación, es el medio donde se transmite la información o mensaje al aire. El código, es un elemento importante en la comunicación, son signos del idioma, combinados por el emisor según el mensaje que desea transmitir. El contexto, es el lugar en donde el emisor realiza la comunicación. El emisor y canal: Es la forma que adquiere el medio para transmitir y recibir las ideas, la información y los significados. Emisor y receptor: Influye la retroalimentación, es decir, el oyente recibe el mensaje lo interpreta y está en capacidad de dar una respuesta inmediata. Emisor y mensaje: Inicia desde la moral y la ética del emisor, clasifica la forma de enviar el mensaje ya sea a través de los signos y lo relaciona al sistema sociocultural.

4.1 El estudio sobre los emisores

El estudio de los emisores es el análisis del trabajo que cumplen los periodistas encargados de generar la información en un medio de comunicación.

Las rutinas de producción no se pueden entender desde el producto y viceversa. Es necesario “entender” la cultura periodística, las formas de ejercicio de poder, las relaciones interpersonales, las jerarquías, los egos, las estrategias de vinculación con otros poderes y, fundamentalmente, las subjetividades de los trabajadores/as de la prensa. Es decir, aquellos significados que le dan sentido a la sinergia institucional del medio, a las actuaciones periodísticas (Retegui, 2013).

Diversos estudios de investigaciones han permitido conocer los diferentes elementos de la comunicación de masas, incluso hay estudios sobre la recepción de mensajes, las audiencias que poseen los medios de comunicación, conjunto de circunstancias o factores sociales que rodean a las personas e influyen en su estado de desarrollo, pero, ¿qué hay detrás de esos mensajes? Sin duda, se ha dejado a un lado el estudio a los emisores, ¿quiénes son, estas personas que envían la información? Según estudios recientes, esas personas han manejado la información a su conveniencia, es decir, no hay objetividad periodística o imparcialidad en la fabricación de la información.

Crear noticias no es tan fácil, se necesita hacer un trabajo exhaustivo e investigativo, los cambios de los nuevos sistemas de información, los cambios culturales, la división de los públicos y otros factores influyen mucho en la recepción de las audiencias. “Los flujos informativos, a menudo, determinan un empobrecimiento de la calidad de la información, una depreciación de la función periodística” (Wolf, 1997, p. 1).

La comodidad del periodista hoy en día, es copiar las noticias de los medios digitales y transmitir a las audiencias y en mucho de los casos esa información no es contrastada, esto, tarde o temprano puede ser causa de muchas dificultades como demandas y sanciones que van desde lo económico hasta la cárcel.

Es preciso manifestar por qué los medios de comunicación, emiten gran cantidad de noticias provenientes de los medios tecnológicos como nunca antes ha existido en el planeta y sacando conclusiones sobre esta situación los contenidos informativos son pobres. El interés informativo deja de ser prioritario y cede terreno a los propósitos comerciales. El trabajo periodístico juega un papel importante en el manejo de la información. “Las innovaciones tecnológicas, por tanto, han sido

introducidas principalmente, cuando no de forma exclusiva, como soporte de la realización técnica de la información cotidiana, dejando inalterado su modelo” (Wolf, 1997, p. 2).

Organizando y priorizando la información daría un efecto de crecimiento en el rating de sintonía. Hay una infoxicación por la introducción de las tecnologías informáticas y de los sistemas editoriales en los medios de comunicación, es decir, sobreinformación por parte de los periodistas; la misma que no contribuye al manejo profesional.

El trabajo periodístico, está sometido a condicionamientos y cambios en el sistema informativo y esto ha provocado un empobrecimiento en los contenidos. Sin embargo, no podemos desechar del todo la tecnología informática ya que todos los medios masivos están en constante competitividad.

Las aseveraciones de los periodistas, genera un periodismo de servicio público que resalta la relación entre los medios. “El resultado no es sólo una mayor visibilidad de la sociedad civil y del cambio social, sino, desde el punto de vista periodístico” (Wolf, 1997, p. 3).

El deber del comunicador, es buscar su propia información a través de fuentes que gocen de credibilidad, seleccionar mejor las noticias con el carácter prioritario. El periodista, debe encontrar nuevos mecanismos que permitan la interconexión con los oyentes, el público, tiene que ser partícipe de lo que escucha. Los comunicadores, necesariamente tienen que buscar las noticias y no las noticias al periodista, solo así, podrán encontrar un equilibrio al momento de enviar mensajes al público.

Las nuevas formas o modos tecnológicos, almacenan parte de la información, y el resto, se transforma en especulación o subjetiva. Para lanzar una información a las audiencias, hay que verificar en diferentes fuentes sobre la realidad de la noticia, ésta sería, una alternativa para gozar de credibilidad en las audiencias. La nueva creación de noticias, permitiría tener una estructura sólida, ser más organizados y sobre todo tener una sociedad transparente con conocimientos orientados a la verdad.

Para la nueva generación es importante concretar y definir una cultura periodística, identificar nuevos parámetros, fomentar nuevas ideas, por qué muchas veces se pueden encontrar sociedades diversas y con diferentes criterios, si se aplica estos objetivos la información seguirá manteniendo relevancia social.

Entrevistas:

Jorge Patricio Quilambaqui, Licenciado en Ciencias de la Información, y empleado de “*Radio Ciudad*” responde ante la pregunta: ¿cuáles son los principales problemas de la Radio Pública? La autocensura, el no sacar información que afecte a las Instituciones del Estado o a las autoridades del medio público, por ejemplo, la radio de la Asamblea no puede sacar información que pueda poner en tela de duda la imagen de la Asamblea y no tanto de los Asambleístas ya que hay personas que representan a varios partidos o movimientos políticos. Los periodistas, representan a una institución que es de la Asamblea.

¿Cómo debería manejarse la Radio Pública? Quilambaqui, Manifiesta que, debe ser institucional para que informe los hechos que acontece dentro de los Ministerios, alcaldías y más, también informar la agenda del presidente de la República, siempre y cuando responda a los intereses de la ciudadanía.

¿Cómo justificamos la existencia de los medios públicos? Los Gobiernos, la Asamblea, los Municipios e incluso la Iglesia, necesitan difundir su pensamiento, sus objetivos, su misión. Considerando si hay libertad de prensa en el país, los medios independientes no siempre sacarán la información de las Instituciones anteriormente nombradas ya que no les beneficia mucho.

¿Deberían los medios públicos, abrir espacios para la cultura? Claro, si hablamos de un medio público, significa que es de la ciudad, es de todos, lo que sí, debe regularse para dar oportunidad a los diferentes colectivos. Un medio público no está en la condición de dar paso a las personas de oposición al Gobierno de turno, ya que, acarrearía varios problemas o sanciones de tipo político y social. Además, los problemas enlazarían al medio público y también para el personal. El medio público, necesita anunciar las acciones, el trabajo que tienen las instituciones. Se puede llegar a firmar convenios bajo cláusulas; como, por ejemplo, si se va a

difundir un programa de Educación, debe ser con beneficio de orientación y más no de desorientación o peor aún politizar, hay que tratar de educar y llevar el control de determinados convenios de programas en los medios públicos.

Roxana Encalada, licenciada en Comunicación Social, ante la pregunta ¿cuál es la evaluación de los medios públicos? Manifiesta, que es importante la existencia de los medios públicos, sin embargo, los mismos no han cumplido con la gestión por la cual debería permanecer, deben responder para beneficio de los ciudadanos y no a intereses políticos. Los medios públicos existen a partir de la ley de comunicación, en Cuenca hay medios como: Diario El Tiempo, Diario El Telégrafo y “Radio Ciudad” que están calificados. Encalada, administró “Radio Ciudad” en su primer año de vida, y lamentablemente coincidió con un proceso electoral, el asunto era convertirle como un vínculo con la ciudadanía ya que es un medio que pertenece al Municipio y es administrada por una empresa municipal, fue creada para enlazar las actividades del Municipio y los ciudadanos. Debido a la campaña electoral de ese entonces, no se cumplieron con los objetivos ya que hubo muchas presiones, los medios públicos responden siempre a los que están al frente del Gobierno estatal o Municipal.

¿Cuándo estuvo al frente de “Radio Ciudad” aplicó la Ley de Comunicación? Hicimos todo el esfuerzo para cumplir con todos los principios que obligaba la ley de comunicación, especialmente con la contratación del número de personal que se requería, esa fue una de las deficiencias, pero, por el resto se ha cumplido con todo lo que disponía la “Cordicom” y la “Supercom”.

¿Percibió libertad en el manejo de la información? No, al principio la radio trabajó con un grupo de profesionales, todos ellos, reconocidos en la ciudad. El aporte de ellos, fue muy valioso ya que cada uno orientó con ideas para armar la programación. Se abrieron espacios para Noticias, Deportes, música y de revista familiar que estaban impactando en Cuenca. A medida que avanzó la campaña electoral, la influencia y la incidencia política fue al extremo, empezamos a tener presiones como, por ejemplo, quienes debían tener o no espacios en la radio, los reporteros eran obligados a trabajar 24/7, atendiendo al alcalde de ese momento, sobre aquello, tuvimos impases fuertes cuando teníamos la presencia de los

candidatos opositores al gobierno de ese momento. Otras situaciones eran las presiones fuertes de las coberturas de lo que teníamos o no que hacer en cuanto a la información.

El trabajo, se volvía cada vez más difícil y más complejo, el grupo inicial se planteó un objetivo, pero, la realidad era otra, se volvió insostenible por que las presiones eran muy fuertes desde la administración Municipal.

¿Había muchas restricciones? Intentamos hacer un esfuerzo grande, pero, la situación de los periodistas era más compleja ya que su trabajo estaba en riesgo. En mi caso era mucho más fácil de manejar, ya que estaba en una comisión de servicios, el resto eran contratados. Hubo, temor y preocupación por que no sabíamos que iba a pasar con el personal, las preguntas eran ¿nos contratarán? o ¿habrá sanciones? Fue preocupante, ya que hubo presiones y exigencias a través de llamadas telefónicas, eso dificultaba mucho el trabajo que queríamos hacer.

¿Cómo deberían manejar la información en los medios públicos? Los medios públicos no deben depender del Estado, o del Gobierno de turno. Los medios públicos, son de los públicos y deberían ser financiados por los ciudadanos o auto-sustentables para no depender del Gobierno. El momento que la radio depende de los gobiernos de turno, muchos de los funcionarios que son de libre remoción incide en el manejo de la información. En la ley está contemplada la objeción de conciencia y que todos los periodistas podemos apelar a esta objeción de conciencia, pero, trasladar a la realidad es muy complicado, ya que es un tema sensible del ser humano como es sus ingresos familiares, muchos dependemos de un sueldo para mantener a nuestras familias.

Sigo, creyendo que deben existir los medios públicos, medios públicos reales que tengan la posibilidad de una visión crítica de lo que acontece, desde el ámbito político, deportivo y social sin presiones y sin injerencias que lo obliguen a callar o favorecer a cierto tipo de posiciones.

Marcelo Valencia responde la pregunta, ¿Qué son los medios públicos para usted?

Los medios públicos de acuerdo a la ley de comunicación son aquellas instancias o medios de comunicación creados por parte de las instituciones públicas por el

estado, o a su vez por los Gads provinciales o municipales, para la difusión de su gestión. Básicamente en eso consiste la creación de un medio público, destinado a generar acercamientos con la ciudad y obviamente la difusión de la gestión de la institución que corresponde.

¿Cuál es la diferencia entre medios públicos y privados?

El tema con un medio público, va destinado a ser un medio totalmente objetivo, moralista en el hecho de que la ley nos impone nos obliga a generar espacios a todos los sectores que crean conveniente que necesitan difundir su gestión o su papel en la sociedad a través de un medio público, esto de acuerdo a la ley de comunicación. Los medios privados a su vez son aquellos que corresponden y obedecen a políticas y a particulares, inclusive a veces de ciertos sectores sociales y políticos que buscan difundir su gestión y muchas veces captar la atención de la ciudadanía en general para dar a conocer su criterio político o muchas veces su criterio particular en cuanto a las actividades comerciales en general. Los medios públicos tienen por característica el difundir básicamente la publicidad o los aspectos que la autoridad hoy, en este caso la institución, Etapa, lo que nos interesa difundir son campañas de concientización sobre el uso adecuado del agua, el cuidado de las fuentes de agua, los páramos, sectores como el parque nacional El Cajas que son de donde nosotros extraemos o consumimos el agua que ahí se genera un caso adicional su humedad que son los que generan el agua. En el caso nuestro es además difundir el tema de telecomunicaciones, el uso de la telefonía fija, otro tipo de proyectos o programas de telefonía, además la televisión, internet, que son productos que genera la empresa de etapa entre otros además del alcantarillado. En cambio en el medio privado hay pauta para absolutamente todo, entonces son esas las grandes diferencias que de acuerdo al criterio con el que se maneje el medio público y el medio privado son las que nos dan las diferencias o las características de los medios de comunicación.

¿A qué medios públicos está dirigido Radio Ciudad?

De acuerdo a un proyecto de creación de Radio Ciudad, este medio dirigirá su programación absolutamente a todos los sectores sociales, no podemos nosotros dejar de lado a ningún sector social ni vulnerable, se entiende que ese es el objetivo del medio público, tener cercanía con la comunidad, eso nos obliga a tener una

programación bastante variada pero tampoco sin tener una definición exacta o un carácter o genero definido, tenemos nosotros una variedad de programación, pero si usted nos escucha de lunes a viernes tenemos los informativos, los programas deportivos, la programación musical que es romántica y en español. Los fines de semana en cambio es una programación totalmente alegre, diferente a lo que es entre semana, en la madrugada también tenemos una programación variada de boleros, pasillos, música nacional, tradicional nuestra. Obviamente cumpliendo con lo que nos exige la ley, de acuerdo a la ley usted tiene el 100% de la programación el 50% de producción nacional, artistas nacionales en general. El medio tiene que producir su programación

Se realizó un diagnóstico en el mes de junio del presente año a habitantes de Sayausí mediante una encuesta, la que arrojó los siguientes resultados:

ENCUESTA

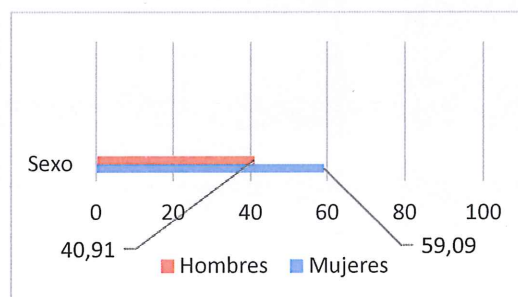


Gráfico 1. Fuente Fernando Brazales.

La encuesta fue realizada a personas mayores de edad, siendo el 51.14% mujeres y el 48.86% de encuestados hombres.

1. ¿Conoce usted que *Radio Ciudad*, es la única *Radio Pública* de Cuenca?

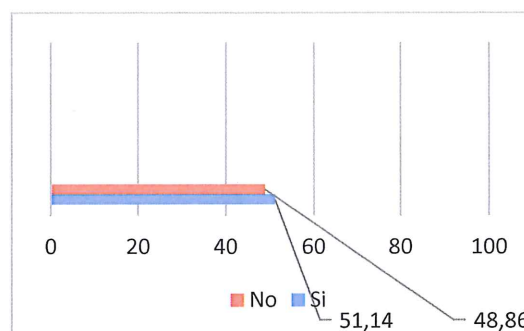


Gráfico 2. Pregunta n.-1 de la encuesta. Elaboración propia.

Interpretación pregunta 1. El 51,14% si conoce que Radio Ciudad en la única Radio Pública de Cuenca y el 48,86 no lo sabe.

2.- ¿Con qué frecuencia escucha *Radio Ciudad*?

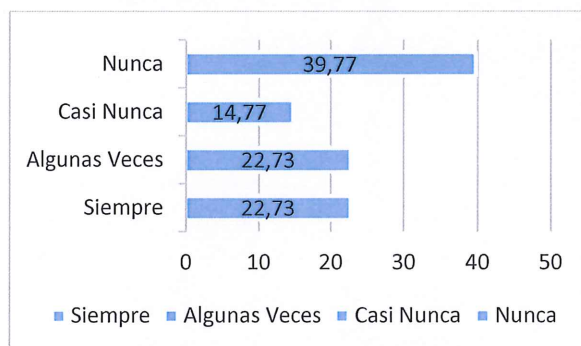


Gráfico 3. Preguntar n.-2 de la encuesta. Elaboración propia.

Interpretación pregunta 2. El 22,73% responde que siempre escucha la radio, algunas veces el 22,73%, casi nunca el 14,77% y el 39,77% que no escucha la radio.

3. ¿Cree usted que *Radio Ciudad* como medio público, brinda información de calidad?

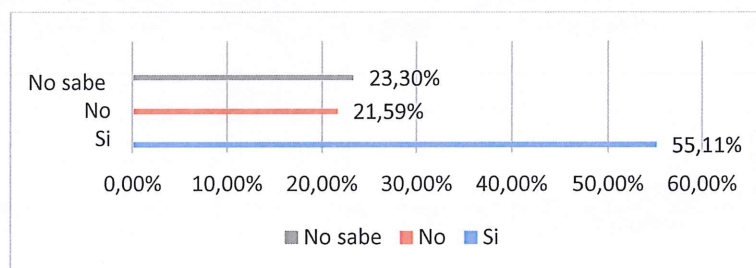


Gráfico 4. Preguntar n.-3 de la encuesta. Elaboración propia.

El 55,11% cree que la radio brinda información de calidad, el 21,59% cree que no y el 23,30% responde que no sabe.

4. ¿Qué tipo de Información le agradaría escuchar en *Radio Ciudad*?

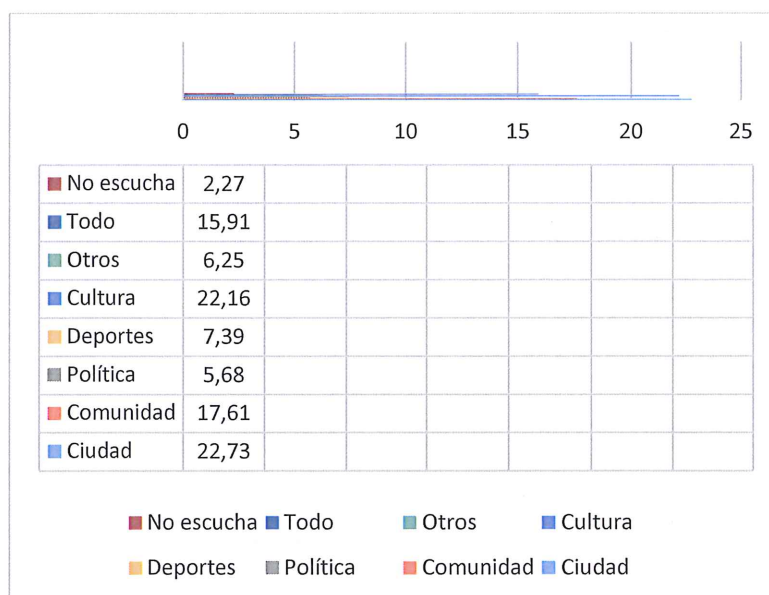


Gráfico 5. Preguntar n.-4 de la encuesta. Elaboración propia.

Interpretación a la pregunta 4, los encuestados respondieron que el 22,73% le agrada escuchar temas de Ciudad, el 22.16% Cultura, el 17.61% temas de Comunidad, 15.91% Todos los temas expuestos, el 7.39% deportes, el 6.25 otros temas como (farándula, salud, música y moda), el 5.68% política y el 2.27% no escucha la radio.

5. ¿Cuál es su preferencia musical?

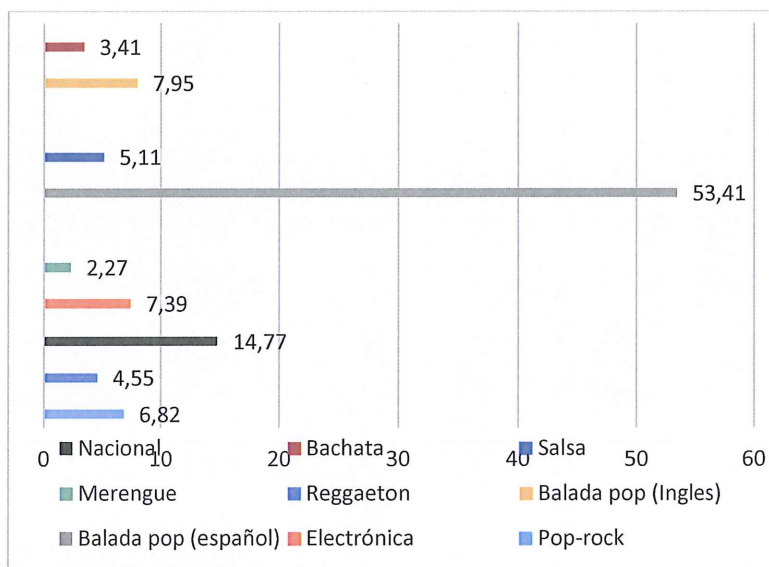


Gráfico 6. Pregunta n.-5 de la encuesta. Elaboración propia.

Frente a la preferencia musical de los encuestados el 53.41% respondió que le gusta la balada pop en español, el 14.77% que le gusta la música Nacional, al 7.95% le gusta la balada pop en inglés, 7.39% para la electrónica, pop rock para el 6.82%, salsa para el 5.11%, el reggaetón preferido por el 4.55%, la bachata para el 3.41%, y el 2.27% para el merengue.

6.- ¿Cómo interactúa usted con *Radio Ciudad*

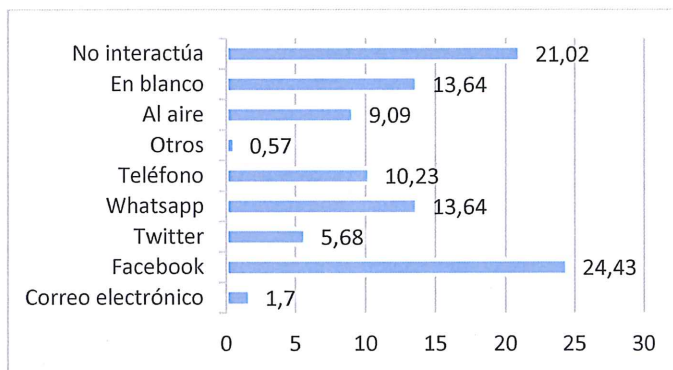


Gráfico 7. Pregunta n.-6 de la encuesta. Fernando Brazales.

El 24.43% responde que interactúa con la radio a través del Facebook, el 21.02% por Twitter, por WhatsApp el 13.64%, por el teléfono el 10.23%, Al aire lo hacen el 9.09% de los encuestados, el 1.7% lo realiza por correo electrónico, el 0.57% lo

realiza a través de otros medios como Instagram, en blanco responden 13.64%, el 5.68% no interactúa,

7.- ¿De la actual programación qué espacio escucha?

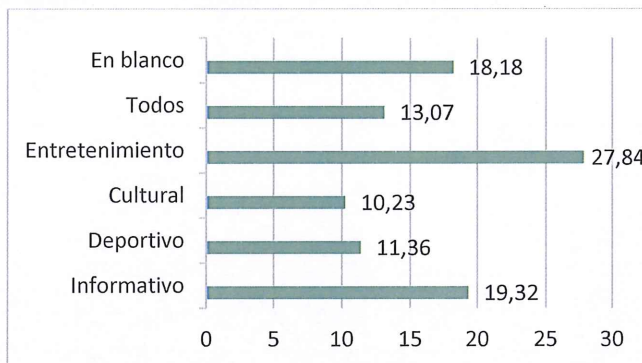


Gráfico 8. Pregunta n.-7 de la encuesta. Elaboración propia.

El 27.84% de los encuestados responde que escucha entretenimiento, el 19.32% escucha el espacio informativo, 18.18% no responde, el 13.07% escucha todos los espacios de la radio, el 11.36% escucha el programa deportivo y el 10.23% escucha el espacio cultural.

8. En una nueva propuesta de radio, ¿Qué programa le gustaría escuchar?

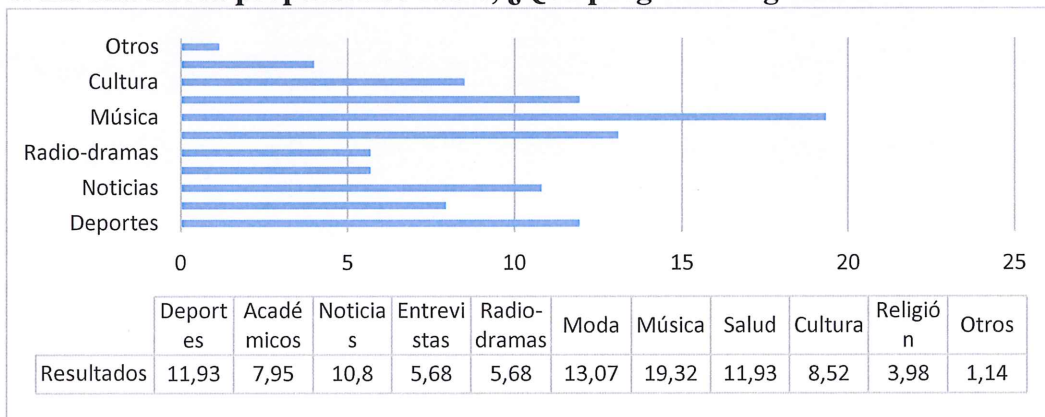


Gráfico 9. Pregunta n.-8 de la encuesta. Elaboración propia.

El 11.93% cree que le gustaría escuchar deportes, programas académicos para el 7.95%, noticias el 10.8%, entrevistas el 5.68%, radio-dramas 5.68%, moda el 13.07%, música el 19.32%, salud el 11.93%, cultura el 8.52%, religión 3.98% y el 1.14% para otros programas como el clima, farándula, etc.

9. ¿Qué sugerencias le haría a la nueva propuesta radial?

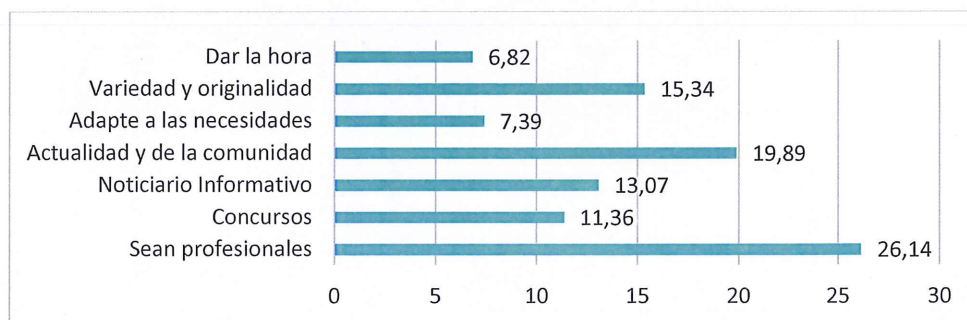


Gráfico 10. Pregunta n.-9 de la encuesta. Elaboración propia.

El 26.14% sugiere que los presentadores sean profesionales de la comunicación, el 19.89% cree que deben tratar temas de actualidad y de la comunidad, el 15.34% que tenga variedad y originalidad, el 13.07% que haya noticiero informativo, el 11.36 que haya concursos, el 7.39% cree que debe el contenido adaptarse a las necesidades del público, y el 6.82% cree que es importante dar la hora permanentemente en las programaciones.

10.- ¿Los contenidos de la programación de *Radio Ciudad* incluyen temas de su realidad o sus problemas cotidianos?

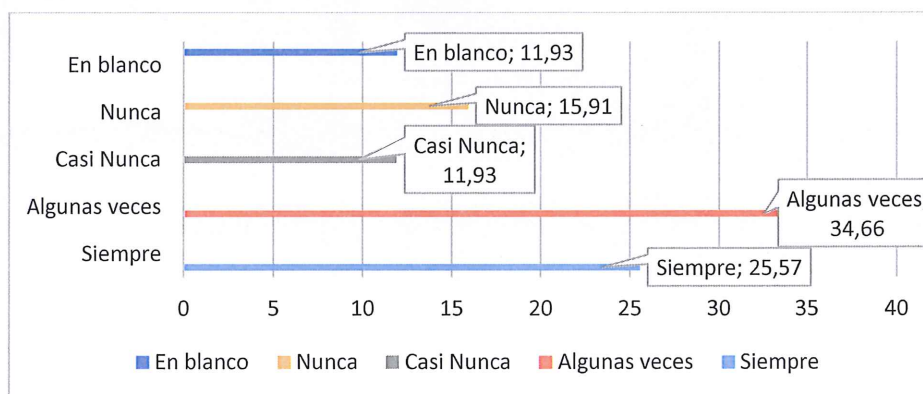


Gráfico 11. Pregunta n.-10 de la encuesta. Elaboración propia.

El 25.57% responde que siempre incluye temas de su realidad o sus problemas cotidianos, el 34.66% piensa que algunas veces, el 11.93% casi nunca, el 15.91% nunca y el 11.93% no responde.

11.- ¿Considera usted que los contenidos de la programación de *Radio Ciudad* se refieren prioritariamente a temas de interés del Municipio de Cuenca?

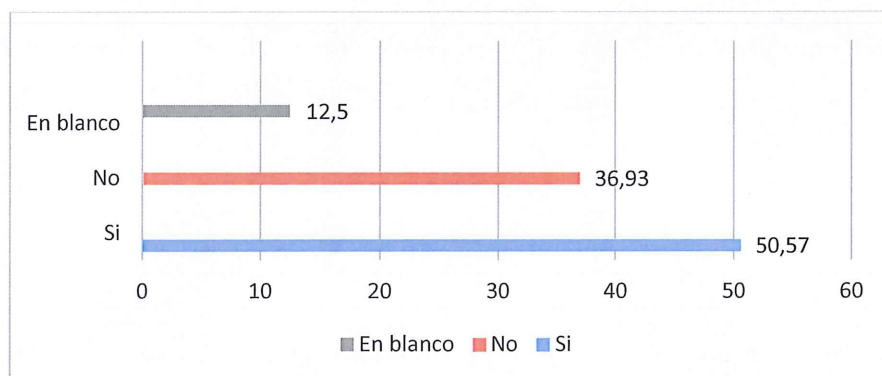


Gráfico 12. Preguntan n.-11 de la encuesta. Elaboración propia.

El 50.57% cree que los contenidos de la programación se refieren a temas de interés del Municipio de Cuenca, el 36.93% cree que no y el 12.5% no responde.

12.- ¿Cree usted que los contenidos de la programación de *Radio Ciudad* incluyen temas de interés ciudadano?

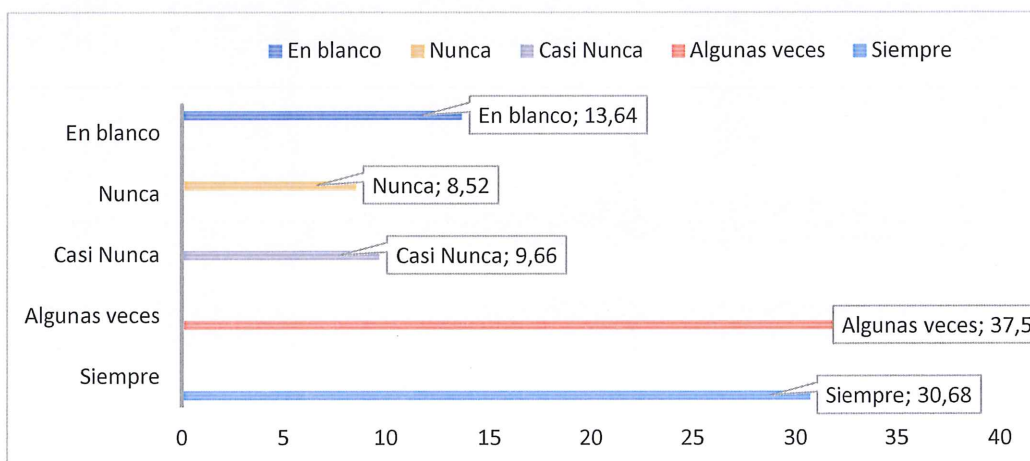


Gráfico 13. Preguntan n.-12 de la encuesta. Elaboración propia.

El 30.68% responde que siempre tiene contenido de interés ciudadano, el 37.5% piensa que algunas veces, el 9.66% casi nunca, el 8.52% nunca y el 13.64% no ha respondido.

13. ¿Puede usted identificar en la programación de *Radio Ciudad* que públicos de la sociedad están presentes en sus contenidos? Puede escoger más de una opción.

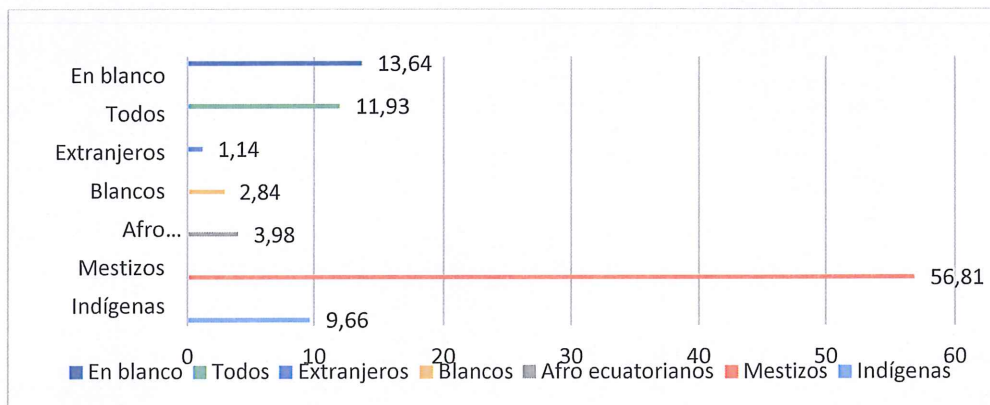


Gráfico 14. Pregunta n.-13 de la encuesta. Elaboración propia.

Los encuestados respondieron que el 56,81% son mestizos, el 11,93% respondió que todos, el 13,64% no respondió, el 9,66% es para los indígenas, el 3,98% es para los afro ecuatorianos, el 2,84% es para blancos y el 1,14% para extranjeros.

Conclusiones

Según la encuesta realizada a los habitantes de la parroquia de Sayausí, desconoce que “*Radio Ciudad*” es un medio público de Cuenca. Por lo tanto, se debe realizar una campaña promocional. Un porcentaje significativo, no escucha “*Radio Ciudad*” debido al impacto que tiene la emisora en Cuenca.

Respecto a si “*Radio Ciudad*” tiene información de calidad, existe un marcado número que confirma ésta realidad. Ante la inquietud de qué información le gustaría escuchar, manifiestan temas de Ciudad, Cultura y Comunidad.

Por otra parte, sobre la preferencia musical la mayoría marca interés por la balada pop en español. Es importante señalar que la mayoría de encuestados interactúa a través de la red social Facebook.

Los espacios de entretenimiento como: concursos y artistas en vivo son los preferidos por los ciudadanos, seguido del Informativo. En cuanto a la nueva propuesta de la programación radio, las personas se refieren a que debe existir más programas deportivos y académicos. Consideran que los programas deben ser conducidos por profesionales de la comunicación.

Identifican que la prioridad en los contenidos de las noticias, son apegados al Municipio de Cuenca y a sus empresas. Consideran que “*Radio Ciudad*” tiene contenidos de interés ciudadano y que estos están dirigidos a la población mestiza y en menor rango la indígena. Los contenidos de la radio deben ser actualizados permanentemente

Hay un porcentaje de personas que no son oyentes de la radio, pero su opinión en la encuesta señala que desean programas con contenidos de orientación en el orden de salud, economía, seguridad, y otros que permitan orientar a la opinión pública, ayudar a la ciudadanía con mensajes prácticos y concretos, orientados a buscar el buen vivir y la sana convivencia en la sociedad.

Referencias bibliográficas

Aguirre, J. L. (30 de junio de 2013). El derecho a la comunicación base para la construcción de la comunidad. Ensayo Académico. Cochabamba, Bolivia: Scielo.

Araya, L., Avendaño, A., & Carazo, E. (2013). LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO: Un acercamiento a la legislación costarricense en el contexto de otras legislaciones latinoamericanas. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.

Arendt, H. (2009). La condición humana. Buenos Aires: Paidós.

Asamblea Nacional Constituyente, M. (2008). Constitución Política del Ecuador. Registro oficial, 11.

Botero, L., & Galvis, C. (2014). Comunicación Pública, una opción para la democracia. Medellín: Universidad de Medellín.

Bucci, E., Chiaretti, M., & Fiorini, A. M. (2012). Indicadores de calidad de las Emisoras Públicas - Evaluación Contemporánea. Montevideo: Unesco.

Chavero, P., & Oller, M. (2014). LA COMUNICACIÓN EN ECUADOR, ¿DERECHO O SERVICIO PÚBLICO? Revista Culturas Jurídicas, 165.

Dassum, M. (29 de 03 de 2017). De quién son los medios públicos. El Comercio, pág. 1.

Gumucio, A. (noviembre de 2011). El Derecho a la Comunicación: Articulador de los Derechos Humanos. Santa Cruz, Bolivia.

Kaplún, M. (1999). Producción de Programas de Radio. Quito: Quipus.

León, O. (2013). Democratizar la palabra, Movimientos convergentes en comunicación. Quito: Alai.

Ley Orgánica de Comunicación. (2013) Ley Orgánica de Comunicación: Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. Quito: Asamblea Nacional.

López Vigil, J. (2004). Manual Urgente para Radialistas apasionados. La Havana: Pablo de la Torre.

MacBride, S. (1993). Un solo mundo, voces múltiples Comunicación e Información en nuestro tiempo. México: Fondo de Cultura Económica.

Martín Serrano, M. (1993). Producción social de la comunicación. Madrid: Alianza editorial.

Peter, B. (2009). DE Gutemberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación. Asturias: Anaquel.

Redoli, D. (2017). La comunicación pública y su importancia para los nuevos directivos públicos. Cescompol, 1.

Romina, O. (28 de Junio de 2011). Nacimiento de los Medios Públicos en el Ecuador. La (re) construcción de lo público. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.

Romo, M. (2017). Defensa y Justicia. Revista Institucional de la Defensoría Pública del Ecuador, 1.

Romo, M. (1987). Introducción al Conocimiento y Práctica de la radio. México: Diana.

San Félix, Á. (1991). La Radiodifusión en la mitad del mundo. Quito: Editorial Nacional.

Unesco. (2017). Medios públicos y comunitarios. Montevideo: Unesco.

Villanueva, E. (2008). Derecho a la información. Quito: Quipus Ciespal.

Wolf, M. (1997). Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación.

Anexos

ENCUESTA

La presente encuesta es confidencial, será utilizada exclusivamente con fines académicos, tiene como propósito conocer las preferencias, requerimientos y participación de la audiencia de *Radio Ciudad*, única radioemisora pública de Cuenca.

Sexo
mayores de 18 años de edad

Edad: Encuesta dirigida a personas

Femenino

Masculino

1. ¿Conoce usted que *Radio Ciudad*, es la única *Radio Pública* de Cuenca?

Sí No

2.- ¿Con qué frecuencia escucha *Radio Ciudad*?

Siempre que puedo.

Algunas veces.

Casi nunca.

Nunca.

3. ¿Cree usted que *Radio Ciudad* como medio público, brinda información de calidad?

Sí No

¿Porque?

.....
..
.....
.....
.....

4. ¿Qué tipo de Información le agradecería escuchar en *Radio Ciudad*?

• Ciudad

• Comunidad

- Política
- Deportes
- Cultura
- Otros. Especifique

5. ¿Cuál es su preferencia musical?

- Pop-rock.
- Electrónica
- Balada pop (español)
- Balada pop (inglés)
- Reguetón
- Merengue
- Salsa
- Bachata
- Nacional

6.- ¿Cómo interactúa usted con *Radio Ciudad*?

- Correo electrónico
- Redes Sociales:
 - Facebook
 - Twitter
 - WhatsApp
- Teléfono
- Otros. Especifique

7.- ¿De la actual programación qué espacio escucha?

- Informativo.
- Deportivo.
- Cultural.
- Entretenimiento.

8. En una nueva propuesta de radio, ¿Qué programa le gustaría escuchar?

- Deportes.
- Académicos.
- Noticias.
- Entrevistas.
- Radio-dramas.
- Moda.
- Música.
- Salud.
- Cultura.
- Religión.

Otro especifique

9. ¿Qué sugerencias le haría a la nueva propuesta radial?

- Que los presentadores sean profesionales de la comunicación.
- Que haya concursos.
- Que haya noticiario informativo.
- Que se traten temas de actualidad y de la comunidad.
- Que el contenido se adapte a las necesidades del público.
- Que tenga variedad y originalidad.
- Es importante dar la hora permanentemente en las programaciones

10.- ¿Los contenidos de la programación de *Radio Ciudad* incluyen temas de su realidad o sus problemas cotidianos?

- Siempre.
- Algunas veces.
- Casi nunca.
- Nunca.

11.- ¿Considera usted que los contenidos de la programación de *Radio Ciudad* se refieren prioritariamente a temas de interés del Municipio de Cuenca?

- Si
- No

12.- ¿Cree usted que los contenidos de la programación de *Radio Ciudad* incluyen temas de interés ciudadano?

- Siempre.
- Algunas veces.
- Casi nunca.
- Nunca.

13. ¿Puede usted identificar en la programación de *Radio Ciudad* qué públicos de la sociedad están presentes en sus contenidos? Puede escoger más de una opción

- Indígenas
- Mestizos
- Afro ecuatorianos
- Blancos
- Extranjeros



Personal de la radio.



Personal de la radio.



Personal de la radio.



Personal de la radio.

PROGRAMACION DE RADIO CIUDAD 2018

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA	PROGRAMA
02h00 - 06h00	Sueños de una Noche (música nacional)	Sueños de una Noche (música nacional)	Sueños de una Noche (música nacional)	Sueños de una Noche (música nacional)	Sueños de una Noche (música nacional)
06h00 - 08h30	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia
08h30 - 09h30	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva
09h00 - 12h00	Tu Mejor Mañana en la Ciudad: en este espacio se emitirán notas de la Corporación Municipal	Tu Mejor Mañana en la Ciudad: en este espacio se emitirán notas de la Corporación Municipal	Tu Mejor Mañana en la Ciudad: en este espacio se emitirán notas de la Corporación Municipal	Tu Mejor Mañana en la Ciudad: en este espacio se emitirán notas de la Corporación Municipal	Tu Mejor Mañana en la Ciudad: en este espacio se emitirán notas de la Corporación Municipal
12h00 - 13h30	Ciudad Noticia (12h00 - 13h00)	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia
13h00 - 14h00	Talento Ecuatoriano	Talento Ecuatoriano	Talento Ecuatoriano	Talento Ecuatoriano	Talento Ecuatoriano
14h00 - 17h00	En la Cabina	En la Cabina	En la Cabina	En la Cabina	En la Cabina
17h00 - 18h00	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva	Ciudad Deportiva
18h00 - 19h00	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia	Ciudad Noticia
19h00 - 20h00	La Hora de Julio Jaramillo	La Hora de Julio Jaramillo	Por los Caminos de la Plenitud (Universidad Adulto Mayor)	La Hora de Julio Jaramillo	Ciudad Bohemia
20h00 - 02h00	Los Recuerdos de la Noche en la Ciudad	Los Recuerdos de la Noche en la Ciudad	Los Recuerdos de la Noche en la Ciudad	Los Recuerdos de la Noche en la Ciudad	Ciudad Bohemia

HORARIO	NOMBRE DEL PROGRAMA
	SABADO
02h00 - 05h00	Sueños de una Noche (musica nacional)
05h00 - 06h00	Repris Por los Caminos de la Juventud
06h00 - 07h30	Reumen Semanal Noticias
07h30 - 9h30h00	Ecuadorianisima
13h00 - 20h00	Nuestra Gente
20h00 - 02h00	Ciudad Nocturna

HORARIO	NOMBRE DEL PROGRAMA
	DOMINGO
02h00 - 06h00	Sueños de una Noche (musica nacional)
06h00 - 07h00	Musica Nacional
07h00 - 08h00	Resumen Informativo de la Cooperacion Municipal
08h00 - 09h00	Voces del Alma PPL
09h00 - 18h00	Música Variada
18h00 -19h00	Concierto
19h00 - 02h00	NOCHES DE AMOR

NOTAS

1.- LOS FINES DE SEMANA LA PROGRAMACION ES ALTERADA CON LOS REPORTES DE LOS PERIODISTAS QUE CUBREN LA AGENDA DEL ALCALDE DE LA CIUDAD, EL GERENTE DE ETAPA Y LAS ACTIVIDADES DE LAS EMPRESAS DE LA CORPORACION MUNICIPAL.

2.- Cada Hora se difunde Micro informativos con salidas en vivo de nuestros reporteros en la mañana y tarde

3.- En La Madrugada cada hora de difunde micro informativos

PROGRAMAS EVENTUALES

Ciudad Bailable los días Festivos Nacionales

Mundialito de los Pobres

Villancicos

Tesis Aprobada
M.sc. Diego Jelezas R.
Jelezas



GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN "RADIO CIUDAD" COMO MEDIO PÚBLICO DE CUENCA

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.scielo.org.mx

Fuente de Internet

<1%

2

Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú

Trabajo del estudiante

<1%

3

www.kerwa.ucr.ac.cr

Fuente de Internet

<1%

4

"Proceedings of the International Conference on Information Technology & Systems (ICITS 2018)", Springer Nature, 2018

Publicación

<1%

5

Submitted to 95131

Trabajo del estudiante

<1%

6

www.amares.com

Fuente de Internet

<1%

7

ddd.uab.cat

Fuente de Internet

<1%

8	revistas.urosario.edu.co Fuente de Internet	<1%
9	tecnologiaeducativakarlibeth.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
10	recai.uaemex.mx Fuente de Internet	<1%
11	www.redalyc.org Fuente de Internet	<1%
12	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
13	www.cibersocietat.net Fuente de Internet	<1%
14	biblioteca.defensoria.gob.ec Fuente de Internet	<1%
15	www.palgraveconnect.com Fuente de Internet	<1%
16	waccglobal.org Fuente de Internet	<1%
17	www.dlh.lahora.com.ec Fuente de Internet	<1%
18	signis.ec Fuente de Internet	<1%
19	Submitted to Universidad Nacional de	

Educación

Trabajo del estudiante

<1 %

20

mediosparalapaz.org

Fuente de Internet

<1 %

21

cronica.diputados.gob.mx

Fuente de Internet

<1 %

22

www.peacelink.it

Fuente de Internet

<1 %

23

www.entesa.com

Fuente de Internet

<1 %

24

www.reduc.cl

Fuente de Internet

<1 %

25

www.caf.com

Fuente de Internet

<1 %

26

www.gallur.net

Fuente de Internet

<1 %

27

www.mj.go.cr

Fuente de Internet

<1 %

28

barbarajminer.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

29

www.poesologia.com

Fuente de Internet

<1 %

30

publications.iadb.org

Fuente de Internet

<1 %

31	etcetera.com.mx Fuente de Internet	<1 %
32	comunicacion0517.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
33	www.lawndalenews.com Fuente de Internet	<1 %
34	www.sonora2003.com.mx Fuente de Internet	<1 %
35	free-news.org Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.unesp.br Fuente de Internet	<1 %
37	dspace.lu.lv Fuente de Internet	<1 %
38	journals.cincader.org Fuente de Internet	<1 %
39	link.springer.com Fuente de Internet	<1 %
40	www.eforobolivia.org Fuente de Internet	<1 %
41	www.infomipyme.com Fuente de Internet	<1 %
42	www.racsa.co.cr	



Fuente de Internet

<1 %

43

www.ilce.edu.mx

Fuente de Internet

<1 %

44

flordepasion.radiotres.org

Fuente de Internet

<1 %

45

www.iespaloma.com

Fuente de Internet

<1 %

46

www.parlatino.org.br

Fuente de Internet

<1 %

47

hispagua.cedex.es

Fuente de Internet

<1 %

48

www.uniceflac.org

Fuente de Internet

<1 %

49

transparenciacr.org

Fuente de Internet

<1 %

50

www.icalquinta.cl

Fuente de Internet

<1 %

51

repositorio.upao.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

52

Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador

Trabajo del estudiante

<1 %

Submitted to Patricia Test Account

Excluir citas Apagado

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía Apagado



CENTRO DE IDIOMAS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo generar un artículo científico sobre la gestión de la información en la radioemisora pública de Cuenca Radio Ciudad. Plantear los rasgos característicos teóricos de la gestión informativa de la radio pública, que permita visibilizar sectores sociales vulnerables, colectivos y grupos de personas que han estado ausentes del debate mediático en la ciudad de Cuenca. Se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los públicos excluidos de los medios de comunicación comercial que deben tener presencia el medio público Radio Ciudad?

Esta investigación utiliza un enfoque metodológico cualitativo, descriptivo y crítico. Se realiza una revisión teórica basada en el concepto del derecho a la comunicación, la comunicación pública y la gestión de la información en organizaciones mediáticas. El trabajo de campo permitirá, mediante la realización de un grupo focal a los periodistas que trabajan en este medio de comunicación, conocer cómo se genera la información. La aplicación de una encuesta a los moradores de la parroquia Sayausí, que es la de mayor sintonía de Radio Ciudad para conocer la interacción y expectativas que tienen. La realización de entrevistas a expertos para validar la propuesta.

PALABRAS CLAVE: GESTIÓN, INFORMACIÓN, MEDIO PÚBLICO, PROPUESTA.





CENTRO DE IDIOMAS

ABSTRACT

The aim of this research relies on to generate a scientific paper on the management of information in the public radio station of Cuenca Radio Ciudad. Raise the theoretical characteristic features of the information management of public radio, which allows visibility of vulnerable social groups, groups, and groups of people who have been absent from the media debate in the city of Cuenca. The following research question was posed: What are the public excluded from the commercial media that should be present in the public Radio City?

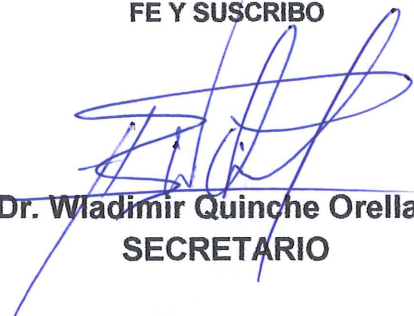
This research uses a qualitative, descriptive and critical methodological approach. A theoretical review is carried out based on the concept of the right to communication, public communication and information management in media organizations. The field work will allow, through the realization of a focus group to the journalists who work in this media, to know how the information is generated. The application of a survey to the residents of the Sayausí Parish, which is the most tuned Radio City to know the interaction and expectations they have. Conducting interviews with experts to validate the proposal.

KEYWORDS: MANAGEMENT, INFORMATION, PUBLIC ENVIRONMENT, PROPOSAL.

Cuenca, 27 de junio del 2019

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY

FE Y SUSCRIBO


Dr. Wladimir Quinche Orellana
SECRETARIO





UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

Cuenca, 03 de julio del 2019

Doctor
Ernesto Robalino Peña
DECANO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

Su despacho,

MsC. Luis René Ávila Solano, docente de la Carrera de Ciencias de la Información y Comunicación Social de la Universidad Católica de Cuenca, en mi calidad de tutor del estudiante **BRAZALES MATA JORGE FERNANDO** con el número de cédula 0102665353; correspondiente al Trabajo de Investigación titulado **GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN "RADIO CIUDAD" COMO MEDIO PÚBLICO DE CUENCA** informa a usted que, dicho trabajo de investigación ha sido realizado de acuerdo a los parámetros, disposiciones legales y reglamentarias de esta Casa de Estudios Superior.

De conformidad con el artículo 10 literal d, del Reglamento de la Unidad de Titulación de Grado y programas vigentes, emito mi criterio favorable para que se proceda a la sustentación y defensa del presente trabajo de investigación.

La nota obtenida que corresponde a este trabajo de investigación es de **50/50** puntos, Adjunto el certificado del Sistema Anti plagio Turnitin, suscrito por MsC Diego Illescas Reinoso, Director de la Carrera. Es todo cuanto puedo informar respecto a mis labores como tutor del mentado estudiante.

Atentamente,

MsC. Luis René Ávila Solano
DOCENTE TUTOR

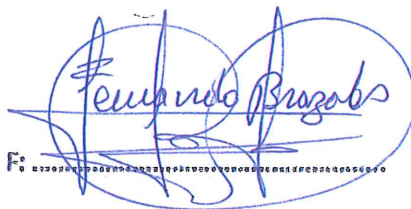


PERMISO DEL AUTOR DE TESIS PARA SUBIR AL REPOSITORIO
INSTITUCIONAL

Yo, JORGE FERNANDO BRAZALEZ MATA portador(a) de la
cédula de ciudadanía N° 0102665353...En calidad de autor/a y titular de los derechos
patrimoniales del trabajo de titulación
" GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN "RADIO CIUDAD"
COMO MEDIO PÚBLICO DE CUENCA

....." de
conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los
Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de
Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra,
con fines estrictamente académicos, Así mismo; autorizo a la Universidad para que realice la
publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo
dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 5 julio 2019



F:



SOLICITUD PARA:

Beca o ayuda económica, Justificación de faltas, Justificación de pruebas, Justificación de trabajos, Justificación de lecciones, Justificación de prácticas, Licencia eventual, Examen postergado, Examen supletorio, Segunda matrícula, Tercera matrícula, Matrícula especial, Matrícula extraordinaria, Record académico, Hojas certificadas, Examen suficiencia, Tutorías, Rectificación de nombres, Malla curricular, Reposición de título, Otros

Fecha: Cuenca, 17 de septiembre 2018.
 Dirigido a: DR. Ernesto Robolino Peño, Mgs. Decano de la Unidad Académica de Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho
 Solicitante: 0102665353, Jorge Fernando Bragales Mata.
 Carrera: Ciencias de la Información y Comunicación Social.
 Año/Ciclo: Noveno Paralelo: "A"
 Asunto: Solicito a usted y por su intermedio al Consejo Directivo la aprobación de mi diseño de trabajo de Investigación, previo a la obtención del título de "Licenciado en Ciencias de la Información y Comunicación Social" con el título: Gestión de la Información en "Radio Ciudad" como Medio Público de Cuenca


Solicitante

Constancia de Presentación.- Fecha: _____
 Hora: _____
 Resolución: _____


**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
 COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO
 UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
 PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
17 SEP 2018
RECIBIDO
 HORA: 16:54 FIRMA: f

Valor \$ 5,00
 N° **0128773**



VISTA LA PRESENTE SOLICITUD, EL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO EN SESION REALIZADA EL 04 DE OCTUBRE DE 2018. RESUELVE APROBAR EL PERFIL DE TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL SR. (A): **JORGE FERNANDO BRAZALES MATA**, TÍTULO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN "RADIO CIUDAD" COMO MEDIO PÚBLICO DE CUENCA. ARTÍCULO CIENTÍFICO, TUTOR: MSC. LUIS RENÉ ÁVILA SOLANO.

Cuenca, 05 de octubre de 2018


Ab. Xavier Iniguez V.
SECRETARIO - ABOGADO





UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO,
INFORMACIÓN Y DERECHO

CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL

DISEÑO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN "RADIO CIUDAD" COMO MEDIO
PÚBLICO DE CUENCA

ARTÍCULO CIENTÍFICO

AUTOR: JORGE FERNANDO BRAZALES MATA

TUTOR: MSc. LUIS RENÉ ÁVILA.

FECHA: 11/07/2018



17 SEP 2018

RECIBIDO
HORA: 16h39 FIRMA:

1.2.- TEMA:

La Radio Pública en el Ecuador

1.3.- TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de la Información en "Radio Ciudad" como Medio Público de Cuenca. - Artículo Científico.

1.4 MARCO CONTEXTUAL

Los Medios de comunicación públicos, en este momento van rumbo a la solvencia. "Radio Ciudad" presenta una propuesta con temas relevantes a nivel local. Así también debemos indicar, que el desarrollo de las noticias se hace a nivel político, social, administrativas, culturales, y comerciales de Cuenca. "Radio Ciudad" es un medio de comunicación público creado por la Empresa de teléfonos, agua potable y alcantarillado (ETAPA-EP), pertenece al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cuenca. Es parte de la Subgerencia de Comunicación de Etapa y cuenta con personal profesional para cumplir las funciones encomendadas, mantiene procesos de capacitación permanentes en redacción periodística, reportes, comunicación organizacional, Ley Orgánica de Comunicación, mediante conferencias y talleres dictados profesionales de la comunicación.

La radioemisora pública labora las 24 horas, los 365 días del año, y ofrece a la ciudadanía una programación dirigida a segmentos populares y de estratos medios e incluye tres espacios informativos de lunes a viernes de 06:00 a 08:30, 12:00 a 13:30 y de 18:00 a 19:00, cada 60 minutos se presenta el micro-informativo que tiene una duración de tres minutos. Los sábados de 06:00 a 07:30, el resumen completo de las noticias que se suscitaron durante la semana.

Al ser un medio de comunicación público, "Radio Ciudad" busca incorporar en sus contenidos las realidades y criterios de sectores ciudadanos ausentes de los medios de comunicación comercial, sin embargo, no tiene definida una línea editorial para que sea aplicada y sirva de guía para el funcionamiento adecuado de este medio de comunicación público.

Es el único medio radial público en la ciudad de Cuenca¹, y por lo tanto, debe convertirse en un medio que permita expresar el pensamiento de los diferentes sectores sociales invisibilizados por los medios comerciales, para dar cumplimiento al derecho constitucional de buscar, intercambiar, producir y difundir información como lo señala el artículo 18 de la Carta Magna².

De acuerdo a Fundamedios, existían en el Ecuador 1989 medios de comunicación (a diciembre del 2009): 1400 frecuencias de radio concesionadas, 405 concesiones de televisión y 184 medios impresos. Según Cesar Ricaurte consultor de comunicación, Director de Fundamedios, en declaraciones a diario El Universo, el Estado mantiene un monopolio de las frecuencias y que el gobierno de Rafael Correa acaparó los medios. En cuatro años el régimen contó con 19 medios de comunicación.

En Cuenca hay dos radioemisoras de carácter público. Una nacional con señal y frecuencia repetidora para la Región Austral. “Radio Ciudad”, es la única radioemisora pública que emite su señal desde Cuenca. En la actualidad es dirigida por el licenciado en Ciencias de la información y comunicación social Marcelo Valencia, integrada además por cinco periodistas.

En el Ecuador la experiencia de los medios públicos es muy escasa, hasta antes del gobierno de Rafael Correa, apenas existieron un par de radioemisoras públicas en la ciudad de Quito. En la década de los años de 1950 se crearon Radio Municipal y Radio Nacional, mientras que en la ciudad de Cuenca es inédita esta experiencia.

Solamente a partir de la Constitución de la República del 2008 y la vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación³ en el año 2013 permitió el desarrollo de las radioemisoras públicas. En Cuenca nació Radio Ciudad⁴ 101.7 en frecuencia modulada el 12 de abril del 2013.

¹ Ciudad de la sierra ecuatoriana de aproximadamente 600 mil habitantes.

² Toda persona tiene derecho a acceder y decidir sobre información y datos de carácter personal y a que estos sean protegidos.

³ Art. 18.- Programación de contenidos en servicios de audio y video por suscripción. - Los sistemas de audio y video, deberán implementar mecanismos efectivos para que el usuario cuente con la información suficiente referente al contenido de la programación a fin de garantizar el ejercicio de sus derechos a la comunicación.

⁴ “Radio Ciudad” ubicada en las calles Gran Colombia y Tarqui esquina en Cuenca Provincia del Azuay.

La ausencia de medios de comunicación públicos en nuestra sociedad ha implicado la inexistencia de políticas de gestión de la información para medios públicos y una línea editorial definida, que garantice el adecuado funcionamiento de una radio pública, que sea incluyente, plural, democrática. Un medio de comunicación público es del público y para los públicos.

Un medio público debe desarrollar su programación en forma diferente a los medios privados, debe defender los intereses de la ciudadanía, visibilizar sectores excluidos del debate público, aunque sin duda, también deberá difundir información de la institución que lo ha creado, debe mantener contenidos incluyentes.

La Radio Pública en Ecuador, ha marcado una gran diferencia desde su implementación, por esta razón para hablar de este medio masivo de comunicación es importante mencionar su evolución desde sus inicios hasta la época actual.

La radio pública en sus inicios, no generaba mucho interés a sus oyentes, en el campo informativo, educativo, entretenimiento y sobre todo en el ámbito de la política. Es importante abrir el espectro para realizar nuevos programas y dar oportunidad a los grupos vulnerables como son los adultos mayores, colectivos, personas con discapacidad, y grupos culturales.

La falta de una programación estable no le permite tener un desarrollo trascendental en la audiencia. Antes del apareamiento de las nuevas tecnologías, por la producción de audios con otras herramientas donde el público interactúa sobre diferentes temas. Aquí, los directores de turno intentan manejar a sus propias conveniencias para mantener cautivo al oyente, mientras los nativos tecnológicos, dan su propio uso y sentido, a las temáticas que muestran los programas de la radio pública.

Es posible fijar algunas particularidades de este medio de comunicación masivo pero que no llega a tener el impacto que se espera. Se lo puede analizar la línea editorial para saber en dónde se está fallando y cuál sería el mecanismo para llegar y captar a más oyentes de la radio.

Los significados de la radio pública son diferentes, pueden ser percibidos de múltiples maneras por la audiencia, lo cual puede constituirse en una ventaja porque en la medida en

que se tenga una programación variada y no sesgada, puede entrar en un acercamiento con una gran variedad de oyentes de diferentes edades y niveles.

Las diferencias que se ha podido sentir a través de la Radio Pública, como medio de comunicación, en la construcción de contenidos, se verán reflejadas en una programación que se realizará para "*Radio Ciudad*".

1.5 LA FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

¿Cuáles son los públicos excluidos de los medios de comunicación comercial que deben tener presencia el medio público *Radio Ciudad*?

1.6 EL OBJETO DE ESTUDIO.

Los procesos de gestión informativa para la radio pública

1.7 EL CAMPO DE ACCIÓN:

Gestión informativa de "*Radio Ciudad*".

1.8 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA:

Periodismo estratégico, medios y cultura

1.9 OBJETIVO GENERAL:

Determinar la gestión de la información de "*Radio Ciudad*" como medio público en Cuenca.

1.10 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a.- Revisar los presupuestos teóricos y metodológicos que permitan conceptualizar la gestión informativa de radio pública.
- b.- Determinar las características fundamentales de la gestión informativa de los medios públicos.
- c.- Realizar la propuesta de gestión de la información de Radio Ciudad como medio público de Cuenca.

1.11 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene un enfoque metodológico cualitativo descriptivo, se utilizará como técnicas de investigación la revisión documental y bibliográfica actualizada que nos permita conocer los presupuestos teóricos sobre la comunicación pública, el derecho a la comunicación y la gestión de la información en un medio de comunicación público. Se realizará un grupo focal de discusión entre los funcionarios de *Radio Ciudad*, se utilizará la técnica de la observación participante de este medio público y finalmente se aplicará una encuesta a una muestra de la audiencia.

1.12.- EL MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN. –

1.- LA COMUNICACIÓN PÚBLICA

La comunicación pública se inserta en el campo de la gestión de la información y los lineamientos para democratizar los medios públicos. En primera instancia trataremos de hacer un acercamiento con los grupos que han sido invisibilizados, los mismos, que desde su conocimiento pueden aportar con información y conceptos con el cual partimos el desarrollo del marco teórico y conceptual.

Según Botero y Galvis, manifiestan que la comunicación se concibe no desde el modelo tradicional de Harold Laswell o del modelo matemático de Shannon y Weaver, sino de múltiples modelos, cuyo común denominador radica en establecer nuevas interacciones sociales entre los actores que intervienen en el acto comunicativo (Botero & Galvis, 2014, p. 1). Según los autores, el manejo de la información no sea de un cambio de estado, sino en un modelo donde la sociedad no solo capte en su interior, también se vuelva una interacción es decir una sociedad de públicos, para lograr una mayor y mejor democracia.

El politólogo italiano Giovanni Sartori escribió que los medios de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet) no sólo difunden masivamente y al instante cualquier acontecimiento, convirtiendo un suceso acontecido en un rincón del planeta, en un asunto global, con visibilidad mundial. También crean las percepciones dominantes que acaban siendo asumidas como realidades por parte de la mayor parte de la población y de las estructuras de poder, tanto públicas como privadas (Redoli, 2017, p. 1).

Los medios de comunicación privados han dejado varios sectores sociales invisibilizados, no los han mostrado a la opinión pública porque no brindan rating de sintonía, o no los consideran importantes, sin embargo, tienen derecho a producir y difundir sus ideas, aspiraciones, necesidades y triunfos para lo cual es importante los medios de comunicación públicos.

Estamos en un mundo globalizado en la que los emisores y receptores tienen un intercambio de opiniones con la mayor rapidez debido a la tecnología de hoy en día. Los cambios son trascendentales y profundos en las nuevas formas de gestión y la relación cercana de las empresas y en las instituciones públicas con su entorno. Así mismo podemos manifestar que hay una crisis de confianza, credibilidad y otro punto importante son los valores los mismos que se han olvidado y afecta directamente a la democracia y a sus instituciones como sistema político.

Según el sistema político, conducido por las fuerzas de poder, en este caso los gobiernos de turno, Redoli escribe en su artículo tres lógicas comunicacionales inéditas en la historia de la humanidad:

La inmediatez: nunca se había podido comunicar con la rapidez con la que lo hacemos ahora, vía imágenes, textos y sonidos.

La globalidad: nunca se había podido transmitir información de forma masiva a cualquier punto del planeta en cuestión de segundos.

La facilidad: nunca había estado en las manos de tantas personas (ciudadanos) la posibilidad de generar información y de transmitirla en tiempo real a cualquier punto del planeta con costes muy bajos (Redoli, 2017, p. 1).

El propósito de la comunicación, tiene que ser retroalimentada por el público que percibe la información. Las nuevas tecnologías y sus nuevas lógicas, obligan al cambio de paradigmas clásicos. Las interacciones son ya simbólicas y no son de propiedad exclusiva de los medios masivos de información. Incluso, pueden o no generar niveles superiores o inferiores de interacción, dado que dependen de los sujetos mismos (Botero & Galvis, 2014, p. 22). El tema del texto se refiere a que el interlocutor puede interactuar con personas que no conoce y los mismos pueden encontrarse en algún lugar del mundo.

Dicho de otra manera, la comunicación pública está enfocada en la propagación de información y mensajes con propósitos distintos que está dirigido a un público masivo. Ahora bien, Botero y Galvis (2014) manifiestan que, hablar del concepto de comunicación pública podría sonar redundante, pues desde la teoría no hay nada más público que la comunicación, tanto en las organizaciones privadas como en las públicas. “Esta doble articulación de la comunicación, lo privado y lo público, es lo que nos permite afirmar que la comunicación es poner en común sentidos en su natural dimensión social” (Botero & Galvis, 2014, p. 37)

Los autores argumentan, que este tipo de comunicación se desarrolla en un cuadro público, su arbitraje social está encauzada en la libertad de expresión que bien podría ser a través de la discusión y debate en temas que concierne a la sociedad en general. Esta libertad de expresión se traduce en el involucramiento de las personas en argumentos donde su intromisión y conocedor de las cosas es notable. La insuficiencia se tipifica en lo que Ignacio Ramonet denomina la censura democrática, por la sobreabundancia de información disponible que literalmente arrasa a ciudadanos y periodistas y no les permite la perspectiva y la comprensión de los hechos que tratan (Botero & Galvis, 2014, p. 38-39)

En este contexto, la figura del nuevo director público, entrenado en el manejo experto de la comunicación pública, emerge como un actor clave, ya que será el encargado de construir el valor intangible institucional, como, por ejemplo, la credibilidad, la buena reputación y la confianza de las instituciones públicas para las que trabaje.

David Radoli, manifiesta que, el nuevo contexto de gestión pública hace que hoy sea imprescindible contar con directivos profesionales que sean capaces de revalorizar el servicio público, comunicándolo adecuadamente y explicándolo con propiedad a través de entornos cada vez más mediáticos, en lo que en el mundo académico ya se conoce como las “mediocracias” (poliarquías donde quien quede fuera de los medios y de las redes, quedará fuera de una parte de las lógicas del rendimiento de cuentas democrático y, en consecuencia, verá mermadas su credibilidad, su reputación y su confianza –intangibles que impactan directamente en la calidad de las democracias (Redoli, 2017, p. 1).

Vale la pena decir, que el poder que ejerce el periodismo en la opinión pública es superior, la mayoría de medios utiliza tácticas para llegar a convencer a los receptores, los mensajes que emiten son asimilados y así mismo hay respuesta inmediata. Cabe destacar que, hay otros

medios que alcanzan dependencia de la propaganda del gobierno para resistir. Otro ingreso que perciben los medios de comunicación es a través de la publicidad los mismos que regula su crecimiento económico. Pero, a raíz de la existencia de los medios públicos; la publicidad ha bajado ostensiblemente, ya que el gobierno en su afán de mejorar la economía en los medios públicos le apuesta a la propaganda y publicidad.

Así pues, Botero y Galvis (2014) manifiestan que, “la comunicación política que es pública por esencia, se ha convertido en la práctica en comunicación propagandística para beneficio del funcionario de turno” (Botero & Galvis, 2014, p. 41).

Hay que destacar que, lo público supera el concepto que lo identifica con el Estado, con lo publicable o con lo propio del espacio público. Lo público es lo visible, lo manifiesto, lo accesible. Lo público es lo colectivo, entendido como de interés o de utilidad común. Parafraseando. Según el autor, la información pública tiene que estar al alcance de todos y nada debe permanecer oculto. Cabe señalar que, los ciudadanos deben tener libertad de expresión al momento de dar su opinión en temas que vayan de lo general a lo particular.

Otro autor, manifiesta algo interesante sobre la opinión pública, se trata de Habermas, se halla emparentado con el materialismo histórico y procure, consecuentemente, su fundamentación mediante uno de los más penetrantes análisis históricos. Habermas no estudia la opinión pública desde una teoría de la comunicación ni desde otra óptica o campo (Cruañes, 1999, p. 18-19).

De acuerdo con la Ley de Propiedad Intelectual, y su artículo 20, se entiende por comunicación pública de las obras protegidas por el derecho de autor, comprende especialmente la facultad de realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción de la obra por cualquier forma o procedimiento;
- b) La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes;
- c) La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;
- d) La importación; y,

e) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.

La Ley de Propiedad Intelectual no considera que existe una explotación de las obras en forma de comunicación pública de éstas, cuando la difusión se realice dentro de un ámbito estrictamente doméstico, que no esté integrado o conectado a una red de difusión.

2.- LOS MEDIOS PÚBLICOS

Países como el Reino Unido fueron pioneros en el uso de las tecnologías radiales y televisivas. Jhon Reith fue el fundador de la BBC, y la desarrollo primero como una empresa privada en 1922, pero luego considero, que debía ser dirigida desde el Estado. “En Estados Unidos por los mismos años David Sarnoff también empezaba con la *National Broadcasting Company*, la primera red de radios en ese país. Se constituyó la radio en un medio tan influyente, estuvo en la mira del gobierno estadounidense” (Romina, 2011, p. 56).

Es importante señalar que las radios en la mayoría de países empezaron como propiedad del Estado, aunque siempre fueron olvidadas o descuidadas y sirvieron de propaganda a los gobiernos de turno. Poco a poco los gobiernos latinoamericanos identificaron la influencia de la radio y la usaron para tratar de ganar legitimidad y mantenerse en el poder, lo que incluso los llevo a censurar a la radio para promover solo la información que a ellos les interesaba para esos fines (Romina, 2011, p. 57).

Los Medios Públicos, tiene por objetivo producir y difundir los contenidos de los diferentes sectores que conforman la sociedad incluyendo aquellos que no han aparecido en los medios privados, para favorecer a la educación y el acceso a la cultura de los ecuatorianos, así como promover una mirada multicultural del país. Son parte central de un sistema desarrollado de medios, juntamente con los medios privados. Los medios públicos y comunitarios deben estar protegidos institucionalmente y deben tener garantizado su financiación para que puedan ejercer sus funciones centrales para la consolidación de las democracias (Unesco, 2017).

De acuerdo a la Unesco los medios públicos son medios hechos, financiados y controlados por el público, para el público. No son comerciales ni de propiedad gubernamental, son libres de la interferencia política y la presión a partir las fuerzas comerciales. A través de los medios públicos, los ciudadanos son informados, educados y también entretenidos. Cuando

garantizada con pluralismo, diversidad, independencia editorial, financiación apropiada, rendición de cuentas y transparencia, la radiodifusión de servicio público (RSP) puede servir como una piedra angular de la democracia (Unesco, 2017).

A nivel internacional, siempre ha habido debates sobre la radiodifusión pública. El mismo, que aclara la razón de ser de las emisoras públicas y también se ocupa de su definición, alcances, necesidades y posibilidades, se ha prolongado durante décadas. Es más perceptible en los países democráticos que, desde la primera mitad del siglo XX, intentaron construir una red de emisoras estatales, primero de radio y, luego, de televisión. Con tales redes, las democracias de esos países procuraban establecer una base para la comunicación social masiva que no estuviera dirigida por los mecanismos de mercado (Bucci, Chiaretti, & Fiorini, 2012, p. 12).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), señala que, la alfabetización e informacional reconoce el papel fundamental de la información y los medios de comunicación en nuestra vida diaria, son parte central de la libertad de expresión y de información; facultan a los ciudadanos a comprender las funciones de los medios de comunicación y de información, a evaluar críticamente los contenidos y a tomar decisiones fundadas como usuarios y productores de información y contenido mediático (Unesco, 2017).

Cabe señalar que los gobiernos democráticos, las emisoras públicas existen para garantizar el derecho de la sociedad a información, cultura, expresión de las diferencias, caracterización de las carencias y potencialidades, y libre comunicación de las ideas. Las emisoras públicas deben garantizar el derecho del público a criticar al poder, imaginar un mundo diferente, comunicar la evolución de sus críticas e ideas, y utilizarlas en beneficio de su libertad. “El derecho universal del ciudadano a la información y la libre comunicación se aplica con especial fuerza a los medios, incluidas las emisoras y las organizaciones públicas de difusión” (Bucci, Chiaretti, & Fiorini, 2012, p. 13-14)

Es importante indicar que, la Corte Interamericana de Derechos Humanos, manifiesta que, “son los medios masivos los que convierten en realidad el ejercicio de la libertad de expresión”.

Martín Dassum, en su artículo de diario El Comercio, dice que los medios de comunicación cumplen una función social, les corresponde informar de manera veraz y transparente los acontecimientos ocurridos en el país y el mundo. Así mismo son espacios para entretener, ilustrar y formar, influenciar de manera positiva en los ciudadanos y permiten impartir cultura, historia y educar a la población (Dassum, 2017, p. 1). Según Dassum, un medio de comunicación público tiene que manejar la información de forma neutral sin inclinarse a un lado ni a otro, debe ser de forma equitativa para que los ciudadanos capten el mensaje.

La realidad de los medios de comunicación pública, no debe ser manejada por el gobierno de turno ni tampoco por los periodistas que manejan la información sesgada, sino, de que profesionalismo estamos hablando. Cada quién, es libre de opinar y de apoyar a quién desee, pero un medio de comunicación público, que le pertenece al estado, no puede ni debe dedicar más del 80% de su programación en proponer un tema que va en detrimento del medio, tampoco debe desbalancear la programación (Dassum, 2017).

Da mucha indignación ver como el periodismo se rebaja, esto sucede en los medios privados, pero es inaceptable que ocurra en los públicos y peor aún, cuando la filosofía de quienes lo manejan ha sido la crítica permanente a los medios privados, por considerarlos corruptos y comprados por el capital y la oligarquía (Dassum, 2017).

3.- LO PÚBLICO EN EL DERECHO

El control de los medios de comunicación ha sido durante la década de la Revolución Ciudadana una de las grandes disputas políticas. Lo que al inicio del gobierno de Rafael Correa se propuso como un esfuerzo por democratizar la palabra, terminar con monopolios y ampliar los espacios para la construcción y la deliberación pública, se fue convirtiendo en lo contrario: el control de los medios, el fortalecimiento de los nuevos –y peores- monopolios, opacidad en el manejo de las frecuencias, juicios, demandas, indemnizaciones desproporcionadas para amedrentar periodistas. La gran herramienta para este control fue la Ley de Comunicación (LOC), el concepto para justificar un control fuera de todo parámetro: declarar la comunicación como un servicio público (Romo, 2017, p. 1).

Asimismo, en América Latina y el Caribe ha habido, históricamente, una tendencia hacia la concentración de la propiedad en los medios de comunicación, en especial en las últimas décadas. En este contexto, la propuesta del Ejecutivo de Ecuador puede entenderse como un intento de desmonopolizar/desoligopolizar (de manos privadas) el panorama mediático. A ello cabe añadir la desconfianza de los ciudadanos ecuatorianos con respecto a los medios de comunicación (Chavero & Oller, 2014, p. 165).

Según la Carta Magna en la sección séptima (dedicada a la Comunicación social) completa la definición del sistema de comunicación del Ecuador. En su artículo 384, enumera sus componentes: instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. En ese mismo artículo se compromete al Estado a formular 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” (Chavero & Oller, 2014, p. 168).

De acuerdo con Hanna Arendt (1993), la ciudadanía es un proceso dinámico en el que las personas como agentes políticos formulan, reclaman y luchan por mantener y expandir derechos. Esta implica además la posibilidad de ser sujetos en el espacio público, de plantear demandas y proposiciones, y de la capacidad de intervenir en ese espacio público; dicho de otra forma, se trata de participar en la definición del sistema o modelo de desarrollo en que se está y, prioritariamente, del que se quiere (Araya, Avendaño, & Carazo, 2013, p. 346).

Está claro que, lo público supera el concepto que lo identifica con el Estado, con lo publicable o con lo propio del espacio público. La idea de lo público es propio de lo que es común, lo que nos pertenece a todos, lo que es de interés general. Lo público es lo visible, lo manifiesto, lo accesible. Lo público es lo colectivo, entendido como de interés o de utilidad común. Lo natural sería que el discurso se oriente a la búsqueda de consensos, a convencer con argumentos. Lo público ejerce su supremacía bajo diversas formas, según el grupo social que se entienda: nación, clase, comunidad, pueblo, ciudadanía corporativa, entre otros (Botero & Galvis, 2014, p. 47).

Pero ocupa también otro conflicto: tratados nacionales (Constitución) vs tratados internacionales, reconocen la comunicación como un derecho; artículo 19 de la Declaración

Universal de los Derechos Humanos establece que “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión” (Chavero & Oller, 2014, p. 169).

Indicaremos también que, desde el punto de vista de la comunicación como profesión, este nuevo planteamiento genera algunos interrogantes para los periodistas: ¿Han de necesitar autorización del Estado para ejercer su profesión? ¿Implica la comunicación como servicio público algún tipo de regulación o control de los contenidos mediáticos? ¿Cómo se va a establecer la diferencia entre los medios públicos, los oficiales, los privados y los comunitarios? ¿Cómo va a afectar a las dimensiones de análisis de la cultura periodística ecuatoriana? Todas estas cuestiones plantean en realidad una incertidumbre de fondo sobre cómo pueda afectar la nueva regulación a la independencia de los profesionales de la comunicación y, en consecuencia, a la calidad de periodismo ecuatoriano (Chavero & Oller, 2014, p. 176).

Asimismo, en el cumplimiento del derecho a la comunicación es estratégico que las personas dejen de ser prioritariamente receptoras de contenidos y se conviertan en productoras de información y constructoras de sentidos. Por lo tanto, asegurar la participación atraviesa el consumo y lo supera, planteando que los diversos actores sociales deben tener la posibilidad de hacer escuchar su voz, sus formas de ver, hacer, sentir y estar en el mundo, la producción de sentidos desde la diversidad y la posibilidad de llevarlos a lo público (Araya, Avendaño, & Carazo, 2013, p. 365-366).

4.- EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

Bajo un derecho a la comunicación la práctica del uso de los medios y de las dinámicas de comunicación para fines de cambio social son favorecidas. En el Perú, Ecuador, Bolivia, México y Brasil existen experiencias ya consolidadas desde la sociedad civil de observatorios y veedurías ciudadanas o centros de monitoreo de medios que permiten lanzar desde observaciones sistemáticas criterios sobre el manejo de la información en temas como la equidad de género, la infancia, la pobreza y sobre la misma comunicación social (Aguirre, 2013, p. 1).

Las personas tienen derecho a opinar y de expresarse libremente en el territorio ecuatoriano, incluso de las personas que han sido invisibilizados como los adultos mayores, los discapacitados, LGBTI, adolescentes y otros grupos vulnerables. Este derecho incluye el no ser molestado a raíz de sus comentarios, derecho a investigar y recibir informaciones y opiniones y sobre todo difundirlas en cualquier medio de comunicación sean estos públicos o privados.

En algunas ocasiones, han sido tomados en cuenta por las personas y Gobiernos, aunque muchas veces son malinterpretados o simplificados, imaginando que ejercer ese derecho implica solamente ser receptores de información, cuando lo mejor sería que haya una interacción y respetar el criterio de los demás. Este proyecto, tiene como finalidad mirar a la comunicación como un derecho más que al Derecho a la Información. De esta manera, esperamos cambiar la realidad en que unos pocos sean los emisores de la información que llega a una audiencia pasiva y masificada.

El estudio trata de modificar el derecho a la comunicación desde una figura que permita resaltar la invisibilidad del sector público relegado, del aislado de su opinión y de la expresión de sus intereses. Fortalecer sus propios sistemas de información y comunicación. La mejor forma de comunicación entre personas es el diálogo, que permite experimentar el encuentro de una conciencia común, inter-pares, donde en plena libertad las personas que se ponen en relación pueden alcanzar verdades superiores a las de los respectivos puntos de vista iniciales. Podemos decir que sólo en el auténtico diálogo, se puede hacer posible la práctica del amor, el respeto mutuo, la co-responsabilidad, la hospitalidad y políticamente hablando la convivencia plural en democracia (Aguirre, 2013, p. 1).

Parafraseando a Aguirre, autor de este ensayo se cree que el problema radica en los medios de comunicación tradicional, pero lo que debemos hacer es exigir nuestro derecho a expresarnos. Por tanto, como señala Pasquali, el problema esencial sigue siendo el de la comunicación interhumana, y no el de los medios o de su desarrollo. Pues es responsabilidad y alcance de las personas el de generar la comunicación porque el intercambio y construcción compartida de ideas sólo la pueden hacer ellas. Los medios de difusión o medios tecnológicos no se comunican, ellos difunden información, son las personas las que construyen conciencia

común a partir de sus capacidades sensibles y desde sus experiencias que quieren compartir con los demás (Aguirre, 2013).

Pero otro autor como Alegre, manifiesta que: “Llegará el momento en que la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH) tendrán que incluir un derecho más amplio que el derecho humano a la información, planteado por primera vez hace 21 años en el Artículo 19. Se trata del derecho humano a comunicar. Este es el punto de vista desde el que tendrá que verse el desarrollo futuro de las comunicaciones si se desea entenderlo completamente” (O’ Siochru & Alegre, 2005, p. 1).

El fondo de este documento, es saber que cada individuo estamos en el derecho de construir una comunicación con la comunidad gracias a la palabra. Por otro lado, la ética vista desde los medios de difusión y el papel de los informadores comienza con una clara comprensión de que el objetivo principal de ellos será el servicio a la sociedad además de ser garantes de un crédito o confianza social que hemos puesto en ellos los que más bien deben respondernos garantizando aquella cualidad natural de todas y todos que es el derecho a la comunicación (Aguirre, 2013, p. 63).

La comunicación es parte de la estructura social y política del Estado, una cualidad que debemos destacar debido a la importancia es la estructura de la expresión democrática. La comunicación es un derecho individual y social, regulada por el ordenamiento jurídico del Estado, en atención a la función pública que se le atribuye (Botero & Galvis, 2014, p.52).

El derecho a la comunicación no es optativo. Los derechos humanos evolucionan, se perfeccionan, no son estáticos. Los derechos humanos tienen un contenido que los hace específicos a los seres inteligentes y sensibles que somos. Los derechos humanos son interdependientes, y no pueden ser disociados. Los derechos humanos abracan la libertad, la participación, la solidaridad, el acceso, la inclusión, la equidad, la justicia y la interculturalidad (Gumucio, 2011, p.1).

1.13 HIPÓTESIS O IDEAS A DEFENDER EN LA INVESTIGACIÓN.

La propuesta de gestión de la información, mejorará la calidad de programación de “*Radio Ciudad*” como medio público de Cuenca.

1.14 MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN.

Para cumplir con la investigación se utilizará la metodología de investigación cualitativa, se programó actividades que lleven a comprender en dónde está el problema de la información que transmite el Medio Público "*Radio Ciudad*".

1. Localización, lectura y análisis de bibliografía relacionada con los informativos de los medios públicos existentes en el Ecuador y en el Cantón Cuenca. La investigación, puede ser en revistas, bibliotecas, espacios digitales en las que pueda tener acceso, y libros de autores que gocen de credibilidad.
2. Encuestas a una muestra representativa de la audiencia de Radio Ciudad para conocer cómo están recibiendo la información del medio público.
3. Las entrevistas a profundidad a expertos será parte importante para la investigación. Se buscará como el director o gerente del Medio Público que tengan conocimiento basto sobre la información que procesa en el medio público "*Radio Ciudad*".

1.15 POBLACIÓN Y MUESTRA. -

El universo del presente trabajo de investigación son los oyentes de *Radio Ciudad*, la muestra representativa será la audiencia de la parroquia Urbana El Sagrario y Parroquia Rural de Sayausí del Cantón Cuenca. El Medio de Comunicación Pública tiene mayor audiencia en estos sectores, la misma se evidencia a través de llamadas telefónicas, mensajes de textos y correos electrónicos. La muestra se realizará a personas mayores de 30 años, los cuales está dirigida la programación de este medio de comunicación.

16. CRONOGRAMA DE TAREAS.

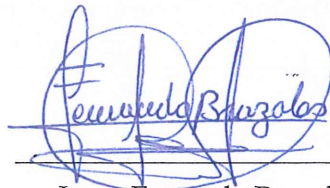
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Calendario Actividades	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Revisión y selección de la información bibliográfica de las teorías y conceptos.						
Elaboración de la fundamentación teórica.						
Elaboración de las entrevistas a profesionales de los medios de comunicación pública.						
Realización de un grupo focal, para la investigación y conocer el pensamiento acerca de los medios públicos.						
Elaboración de encuestas a ciudadanos para conocer la preferencia de los medios públicos.						
Análisis de las respuestas de los ciudadanos para evaluación.						
Investigación del proyecto de tesis.						

Entrevistas a profundidad con los profesionales del Derecho.						
Entrevistas a políticos.						
Transcribir las entrevistas realizadas a los profesionales.						
Elaboración del informe final de investigación.						
Presentación del informe final en la secretaría de la Unidad Académica.						
Sustentación individual ante un tribunal de grado.						

BIBLIOGRAFÍA:

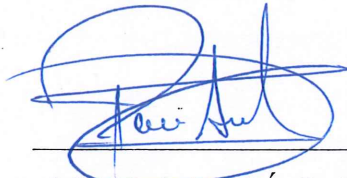
- Aguirre, J. L. (30 de Junio de 2013). El derecho a la comunicación base para la construcción de la comunidad. *Ensayo Académico*. Cochabamba, Bolivia: Scielo.
- Araya, L., Avendaño, A., & Carazo, E. (2013). *LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO: Un acercamiento a la legislación costarricense en el contexto de otras legislaciones latinoamericanas*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Botero, L., & Galvis, C. (2014). *Comunicación Pública, una opción para la democracia*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Bucci, E., Chiaretti, M., & Fiorini, A. M. (2012). *Indicadores de calidad de las Emisoras Públicas - Evaluación Contemporanea*. Montevideo: Unesco.
- Chavero, P., & Oller, M. (2014). LA COMUNICACIÓN EN ECUADOR, ¿DERECHO O SERVICIO PÚBLICO? *Revista Culturas Jurídicas*, 165.
- Cruañes, J. (1999). *Opinión pública y comunicación política en la transición democrática*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Dassum, M. (29 de 03 de 2017). De quién son los medios públicos. *El Comercio*, pág. 1.
- Gumucio, A. (Noviembre de 2011). El Derecho a la Comunicación: Articulador de los Derechos Humanos. Santa Cruz, Bolivia.
- O' Siochru, S., & Alegre, A. (2005). Derechos de la comunicación. En *Palabras en juego* (pág. 656). C & F Éditions.
- Redoli, D. (2017). LA COMUNICACIÓN PÚBLICA Y SU IMPORTANCIA PARA LOS NUEVOS DIRECTIVOS PÚBLICOS. *Cescompol*, 1.
- Ricaurte, C. (11 de Enero de 2011). En cuatro años, régimen cuenta con 19 medios de comunicación. *El Universo*, págs. 1-2.
- Romina, O. (28 de Junio de 2011). Nacimiento de los Medios Públicos en el Ecuador. *La (re) construcción de lo público*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Romo, M. (2017). Defensa y Justicia. *Revista Institucional de la Defensoría Pública del Ecuador*, 1.
- Unesco. (2017). *Medios públicos y comunitarios*. Montevideo: Unesco.

Cuenca, 11 de julio de 2018



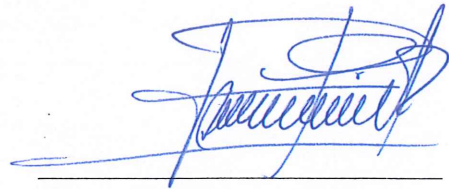
Jorge Fernando Brazales Mata

Investigador



MSc. Luis René Ávila Solano.

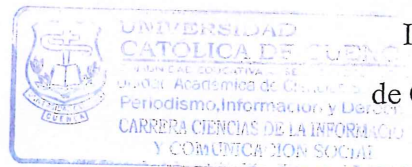
Tutor.



MsC. Diego Illescas Reinoso

Docente encargado de

Investigación de la Carrera
de Ciencias de la Información
y Comunicación Social



Fecha: _____

Aprobado en sesión del H. Consejo Directivo de fecha: _____

Asesor Jurídico

Unidad Académica de Ciencias Sociales, Periodismo Información y Derecho.