

La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV

*Community television in the central region of Ecuador, TV MICC and
PURUWA TV*

*Televisão comunitária na região central do Equador, TV TV MICC e TV
PURUWA*

Juan Pablo TORO BRAVO

Universidad Técnica de Cotopaxi /juan.toro@utc.edu.ec

Alex MULLO LÓPEZ

Universidad Técnica de Cotopaxi / alex.mullo@utc.edu.ec

Mónica HINOJOSA BECERRA

Universidad Nacional de Loja / monicahinojosa75@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 75-94)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 30-03-2019 / Aprobado: 11-07-2019

Resumen

La televisión comunitaria se presenta como una propuesta alternativa para los pueblos, una apertura de canales comunicacionales en la esfera pública, hacia el diálogo social, cultural, político y económico. La presente investigación utiliza metodologías cualitativas para analizar el papel de la televisión comunitaria, empleo de los formatos y la ley de Comunicación para garantizar contenidos que satisfagan las demandas sociales y que respondan, a la libertad de expresión, justicia, equidad y desarrollo cultural. Finalmente, se identifica que el principal problema de los medios comunitarios es la sostenibilidad económica.

Palabras clave: canales comunicacionales; formatos; ley de Comunicación; participación

Abstract

Community television is presented as an alternative proposal for the people, an opening of communication channels in the public sphere, towards social, cultural, political and economic dialogue. This research uses qualitative methodologies to analyze the role of community television, use of formats and the Communication Law to guarantee contents that meet social demands and that respond to freedom of expression, justice, equity and cultural development. Finally, it is identified that the main problem of community media is economic sustainability.

Keywords: communication channels; formats; Communication law; participation

Resumo

A televisão comunitária é apresentada como uma proposta alternativa para o povo, abertura de canais de comunicação na esfera pública, para o diálogo social, cultural, político e econômico. Esta pesquisa utiliza metodologias qualitativas para analisar o papel da televisão comunitária, o uso de formatos e a Lei da Comunicação para garantir conteúdos que atendam às demandas sociais e que respondam à liberdade de expressão, justiça, equidade e desenvolvimento cultural. Por fim, identifica-se que o principal problema da mídia comunitária é a sustentabilidade econômica.

Palavras-chave: canais de comunicação; formatos; Lei de comunicação; participação

1. Introducción

Aunque no son reconocidos en su totalidad en la Ley de Comunicación ecuatoriana, los medios comunitarios, alternativos o ciudadanos, surgen de la necesidad de democratizar la palabra en busca de una sociedad más justa, equitativa y solidaria. Cerbino y Belotti aseveran que los medios comunitarios son “una herramienta crítica para el control social de los poderes mediáticos tradicionales y para el empoderamiento ciudadano y la participación activa en la esfera pública” (2016, p. 50).

Desde un manejo del discurso contrario al de los medios privados, que faculta “la emancipación de los estratos más bajos de la población frente a la dominación de los estratos superiores” (Beltrán & Reyes, 1993, p.19), por medio de una comunicación participativa e incluyente que posibilita el coloquio de saberes para el bienestar común. En este sentido se comprende que “la comunidad deja de ser el objeto de la comunicación y pasa a ser sujeto indispensable en el diálogo permanente” (Arnedo, Hernández y Jurado, 2014, p. 243). Visto de esta forma un medio comunitario “no puede existir si no es en función de la dinámica social en la que se desarrolla” (Gumucio, 2005, p.8). De hecho el medio se involucra en el contexto social para transmitir en antena una realidad local.

En resumidas cuentas “los medios comunitarios son respuestas puntuales a necesidades sociales” (García y Ávila, 2016, p. 278). Y dentro de los diversos medios comunitarios está la televisión como un espacio ideal para la democratización de la palabra desde la comunicación, mediante la participación de los actores sociales. La televisión de señal abierta, así como la radio son de fácil acceso para la población. Las Naciones Unidas en conmemoración del primer Foro Mundial de la Televisión desarrollado en 1996, reconoció la labor que cumple este medio de comunicación a nivel mundial:

1 Decide proclamar el 21 de noviembre Día Mundial de la Televisión; 2 Invita a todos los Estados Miembros a que observen el Día Mundial de la Televisión promoviendo intercambios mundiales de programas de televisión centrados, en particular, en cuestiones como la paz, la seguridad, el desarrollo económico y social y la promoción del intercambio cultural (ONU, 1996).

En cuanto a la definición de televisión comunitaria tiene diversas denominaciones como: “la televisión comunitaria se desarrolla como un discurso contrahegemónico, que quiere construir otra globalización mediante una programación local más educativa y cultural” (Angulo & Zabaleta, 2010, p. 3). De acuerdo con la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc, 2010), las radios y televisoras comunitarias son:

Actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la

propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso, ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales (p. 51).

Desde la experiencia de la televisión comunitaria en Medellín (Colombia), Juan David Parra (2006) indica que la televisión comunitaria:

Se constituye en esa puerta de acceso a la participación que no se tenía antes en las comunidades. Los canales comunitarios hacen más cercana y cotidiana la televisión a sus vecinos. Les facilita el acceso al uso de la información y a las posibilidades de narrarla con el audiovisual (2006, p.70).

La televisión comunitaria es una ventana abierta entre las comunidades y las zonas urbanas. Por medio de los productos audiovisuales y a través de la pantalla buscan recuperar y mantener sus costumbres y tradiciones ancestrales que se han ido perdiendo con el pasar del tiempo o que los medios privados nunca consideraron sus realidades como interesantes.

Por ejemplo, en Colombia hay una gran práctica de la comunicación comunitaria o alternativa. De acuerdo al avance de la tecnología los grupos han ido aprovechando esas ventajas. Hoy en día emplean la producción audiovisual para comunicar, “algunas experiencias de comunicación comunitaria adoptaron el video después de haber comenzado con emisoras de radio, impresos y otras actividades comunicativas” (Román, 2010, p. 145). Beneficiando siempre una comunicación horizontal que “en ese sentido el video tiene un valor muy alto para las comunidades participantes en el proceso de creación y se convierte en una herramienta para la discusión y el debate público” (Román, 2010, p. 153). Permittiendo así, promover el bienestar y desarrollo del colectivo indígena.

Recordando lo sucedido en América Latina, la televisión comunitaria tiene sus primeras huellas por los años setenta y los ochenta:

Muchos terminaron perdiendo su carácter o simplemente desapareciendo. Sin embargo, una nueva oleada surgió a partir de los noventa, con casos como los del Canal 45, de Villa El Salvador (Lima, Perú); el venezolano Catia TV; los canales comunitarios de Colombia, y los canales comunitarios de cable de Porto Alegre, Río de Janeiro y São Paulo, en Brasil, Peruzzo (Kaplún, 2007, p. 314).

La televisión comunitaria da sus primeros pantallazos en Colombia en la década de los años de 1980, “en vista de la necesidad de crear canales alternativos de comunicación que propicien la participación, la identidad y la convivencia ciudadana, y sean el reflejo de los intereses y prioridades de las comunidades organizadas” (Páez Quintana, 2012, p. 63). La TV local nace como una propuesta en Colombia:

En 1989 dos ingenieros eléctricos, Ciro Rodríguez Pinzón y Raúl Rochell, presentaron su tesis de grado, sobre la instalación de una antena parabólica en la ciudad de Ocaña. Luego de varias reuniones se firmó un contrato entre la firma de los ingenieros y las comunidades anteriormente mencionadas, para llevar a cabo el proyecto. En 1991 se constituye en una empresa de carácter comunitario, eligiendo la primera Junta Directiva. La firma Ingepec entrega una lista de 730 afiliados que crece a medida que se invierte en equipos, construcción de sede propia, personal y dos antenas fijas, las cuales captaron la señal de los primeros canales como: Televen, Cinemax, TV Española y Galavisión (Páez, 2012, p. 64).

La televisión comunitaria se expone como una propuesta emancipadora de los pueblos, que abre canales comunicacionales para el diálogo social, cultural, político o económico. De esta manera “los actores pueden apropiarse legítimamente de una información que ellos mismos construyen con las demandas y con las experiencias que parten desde su realidad social, y que no es impuesta por medios que construyen la noticia desde otros ámbitos” (Navarro, 2017, p. 12). Una comunicación que se construyen en lo local, en lo cotidiano, por ello “se considera como un medio cercano y de gran carga emocional” (Martínez-Roa & Ortega-Erazo, 2018, p. 87).

Sobre las ideas expuestas este trabajo pretende analizar la labor que cumplen el canal de televisión comunitario en la región central de Ecuador, Zona 3, para promover el desarrollo social, mediante la apertura de procesos participativos que permitan a los actores sociales comprometerse en la operación y programación del medio comunitario.

Desde esta línea es importante determinar el modelo de gestión de la televisión comunitaria para identificar a quién pertenece el medio comunitario, y de qué manera la colectividad se apropia e involucra en la toma de decisiones en la administración y programación del canal. Al mismo tiempo, es importante saber del personal que forma parte del canal comunitario con el fin de identificar cómo se contrata y se vincula a las personas que trabajan o colaboran en el canal. De igual manera se busca conocer la sostenibilidad económica del medio televisivo. También determinar las modalidades de financiamiento que solventan al medio de comunicación. Simultáneamente, identificar las diversas estrategias y formatos que utiliza el canal de televisión para promover la participación ciudadana en la creación de contenidos que satisfagan las demandas sociales y que garanticen, libertad de expresión, justicia, equidad y desarrollo cultural.

2. Marco Teórico

2.1 Participación ciudadana en la televisión comunitaria

La cooperación social es una pieza importante para la construcción de una televisión comunitaria. Esto se evidencia desde las primeras iniciativas

latinoamericanas. Entre los años de 1984 y 1987 se empezó a operar los primeros canales de televisión comunitaria en Brasil y Argentina, respectivamente. En Colombia, las comunidades empezaron apropiarse de su canal comunitario TV Suesca a través del programa “Nuestra identidad”. “Surgió de la necesidad de sentirse representados y a la vez preservar su identidad cultural, mostrando la cotidiana de la comunidad convirtiéndose en un medio democrático, participativo y cultural” (Noboa, Loor, & Del Pozo, 2018, p. 29).

Es así que la televisión comunitaria es un medio que se va involucrando con su comunidad, para propender al diálogo que fomente una sociedad crítica contra el poder de turno o para tener un espacio que no han tenido en los medios privados. A fin que de no solo sea “un canal de transmisión a la gente, sino también un medio de recepción de ellos” (Milan, 2006, p. 272).

Variadas tipologías de participación se aplican en la televisión comunitaria pero todas están enfocadas a la democratización de los medios. La participación, desde la gestión, impulsa a la comunidad a involucrarse en la toma de decisiones en la administración del canal de televisión. Con este objetivo se ejecuta una comunicación horizontal para la contratación del personal, el nombramiento del administrador o director, el mantenimiento de equipos e instalaciones, etc.

Otra tarea prioritaria en este nivel de participación, es la contribución de la comunidad para la sostenibilidad económica del medio. Por ello, un canal comunitario debe “generar espacios para la participación de los ciudadanos desde la gestión, cogestión y autogestión, como los niveles más elevados de compromisos con la pluralidad y libertad de expresión para la consecución de los mejores intereses de las comunidades” (Mora, 2011, p. 140).

La participación desde el ámbito de la creación de contenidos, implica la elaboración del proyecto comunicacional y el contenido de la parrilla de programación. Para su cumplimiento el medio de comunicación debe generar estrategias que permita a la localidad, vincularse en la creación, producción y transmisión de programas televisivos que contribuyan al desarrollo social y a la promoción intercultural. Por tanto, “participar en un medio comunitario, es a nuestro entender, apropiarse de un lenguaje autóctono con las realidades, necesidades, sueños y esperanzas de la comunidad” (Mora, 2011, p. 141).

La participación es un compromiso bidireccional, por un lado el medio tiene la responsabilidad de apoyar a su comunidad para la democratización de la palabra y de la imagen. A su vez la comunidad tiene el deber de apoyar al medio en la gestión administrativa, transmisión y recepción del producto comunicacional. En este aspecto:

El objetivo de la televisión comunitaria es orientar, educar y entretener a la comunidad, reforzando valores e identidad cultural, difundir contenido local como fiestas, tradiciones, música, con el objetivo de fortalecer y preservar la cultura de una comunidad, esto no significa que nieguen otras culturas, pero sí permite tener una afirmación de una identidad cultural propia que muchas veces es negada por los medios masivos (Noboa et al, 2018, p. 29).

El éxito del medio comunitario reside no solo en su cercanía geográfica con la colectividad, sino en una cercanía comunicacional que permite a los televidentes ver y ser vistos por la sociedad.

En la medida que los pueblos y organizaciones sean los protagonistas en la producción y circulación de mensajes, que rompan los cánones establecidos por los medios de comunicación empresariales, que reproducen en sus agendas la pirámide del dominio, donde los políticos, artistas y deportistas son importantes, mientras el pueblo, en su lucha cotidiana es ignorado y solamente se lo incorpora como parte de la mercancía cuando se quiere vender noticias de la llamada “crónica roja” (Galán, 2015, p. 30).

Dicho de otro modo, los medios comunitarios no se sirven del pueblo. Por el contrario sirven al pueblo dando “cabida a nuevas problemáticas y perfiles de participantes, siendo los grupos y colectivos que más sufren la exclusión, o con mayores dificultades en el ejercicio de sus derechos, los que muestran mayor interés en participar” (García, 2017, p. 40).

Un eje fundamental para la sostenibilidad del medio comunitario ha sido y es la colaboración de los habitantes de la misma comunidad, que desde su desconocimiento técnico y teórico de la comunicación audiovisual, emprenden su labor “por una necesidad de expresión de un grupo, y muchas veces quien trabaja en el medio lo hace de manera voluntaria, obedeciendo su necesidad de comunicar” (García & Ávila, 2016, p. 287).

En este sentido se entiende que los canales de televisión comunitarios, surgen de la exhortación de participación de la comunidad en la libertad de expresión, a través de los medios de comunicación. Por lo tanto:

Han sido espacios destacados en la participación y la expresión de la ciudadanía desde los inicios de la democracia. Además de servir de altavoz para distintos sectores y mostrar realidades invisibles en los medios convencionales, han asumido un importante rol de herramienta vertebradora de la comunidad en la que operan” (García, 2017, p. 35).

Finalmente es útil sugerir que los canales comunitarios son los llamados a dar el primer paso para crear vínculos que permitan la cooperación y el compromiso de la población para trabajar por y para el medio de comunicación desde sus contextos. De esta manera las comunidades se empoderarán de la televisión local comunitaria y fortalecerán su desarrollo social mediante procesos comunicacionales participativos. De hecho, “cuando las comunidades se apropian del medio de comunicación, descubren lo útil que pueden llegar a ser para tejer de manera más sólida sus procesos y lograr visibilizar su realidad y su contexto contados en sus propios términos” (Peña, 2012, p. 200).

2.2 La televisión comunitaria en Ecuador

En Ecuador el primer canal comunitario inicio en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, el 24 de septiembre del 2008. El MICC, Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi, firmó la concesión de la frecuencia, gestión iniciada desde el año 2004 en el ex Conartel, Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión:

Los indígenas queremos vernos en la televisión, vernos reflejados como nos vemos a nosotros mismos, no desde una mirada externa. Ya estamos cansados de ver a políticos, de ver a las estrellas extranjeras. El indígena ya no está a 4.000 metros de altura, está en las ciudades, en las plazas, en las instituciones. Queremos mostrar esa nueva realidad del indígena en la pantalla, aseguraba José Venegas, gerente de TV MICC (*El Telégrafo*, 2014).

En octubre del año 2018, salió al aire *Puruwa TV* en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. El canal comunitario pertenece a la Fundación para el Desarrollo Indígena de Chimborazo. Es el segundo canal de televisión comunitario administrado por indígenas en la Zona 3 del centro del país, “tenemos programas educativos, de entrenamiento, música nacional, documentales, películas, en la mañana hacemos en vivo entrevista, ese es el único programa al aire, no tenemos un noticiero” (Fernando Atapuña, entrevista personal N° 2, marzo 2019).

En el año 2008 en la nueva constitución de La República del Ecuador, se establece el derecho a la comunicación y el acceso a los medios de comunicación. Es así que, en la sección tercera sobre la Comunicación e Información, en el artículo 16, literal 1, se enuncia que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a “una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos” (Constituyente, 2008, p. 25). Asimismo, en el literal 3 del artículo 16 se señala que los ciudadanos tienen derecho a:

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas (Constituyente, 2018, p. 25).

En el año 2013 se creó la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), donde se reconoce tres tipologías de medios de comunicación social, siendo estos públicos, privados y comunitarios. Según el artículo 106 de la LOC, el espectro radioeléctrico será distribuido “equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la

operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios” (Asamblea Nacional, 2013, p.19).

La LOC fue reformada en el año 2018. El artículo que habla sobre la distribución del espectro fue modificado, ahora el 56% del espectro radioeléctrico será para medios privados, el 10% para medios públicos y se mantiene el 34% para medios comunitarios.

De acuerdo con la sección III sobre los medios de comunicación comunitarios, la LOC en su artículo 85 define a los medios comunitarios como “aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Asamblea Nacional, 2013, p.15). Dentro de esta perspectiva se plantea entonces el problema ¿De qué manera podrían solventar los gastos que conlleva el mantenimiento de un canal de televisión y su misión social, si no tienen fines de lucro?

Por otra parte, el artículo 110 de la LOC enuncia que los medios comunitarios deben concursar con los privados para poder adquirir una frecuencia del espectro radioeléctrico cumpliendo con requisitos como, el proyecto comunicacional, estudio técnico y de gestión y sostenibilidad. Lo cual demandaría de una fuerte inversión económica para una comunidad, pueblo o nacionalidad. Evidentemente “habrá que tratar diferente al diferente dentro de la igualdad y renovar el aspecto legislativo que dificulte el acceso a frecuencias de la población tradicionalmente excluida” (Barragán & Abellán, 2016, p. 3118).

A esto se suma la complejidad que tienen los voluntarios de las propias comunidades para colaborar en las actividades periodísticas del medio comunitario, ya que según el artículo 42 de la LOC, para laborar en un medio de comunicación social se debe ser profesional de periodismo o comunicación percibiendo una remuneración de 854,26 dólares a excepción de los colaboradores que realicen programas en lenguas nativas. En consecuencia, nuevamente se refuerza la idea de que el medio de comunicación comunitario debe tener una rentabilidad económica para solventar los gastos operativos y de talento humano.

Como acciones afirmativas el artículo 86 de la LOC, indica que pueden acceder a un:

...crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios (Asamblea Nacional, 2013, p.15).

Son una herramienta que permite iniciar el proyecto comunicacional, para el funcionamiento del medio comunitario la LOC propone beneficios

de contratos estatales para servicios de publicidad o difusión de contenidos educativos y culturales. Además de donaciones o fondos de cooperación nacional e internacional.

De igual forma, el marco legal ecuatoriano debe ser flexible con la participación voluntaria de la comunidad, ya que los canales de televisión comunitarios son una herramienta para impulsar la participación de los pueblos y comunidades, “porque a través de ella tendrán la posibilidad de incidir en las decisiones públicas y privadas en lo comunitario (familia y escuela) y local, promoviendo y exigiendo el cumplimiento de sus derechos, mediante la organización, movilización, comunicación y formación” (Barragán & Garzón, 2017, p. 290).

Por último, según la CORDICOM, Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, con corte 5 de diciembre del 2018, en la zona 3 existen dos canales comunitarios, uno ubicado en la provincia de Chimborazo, y otro en la provincia de Tungurahua.

3. Metodología

El estudio se realizó en los canales de televisión comunitarios en las provincias de Cotopaxi y Chimborazo. La metodología utilizada para el proceso de recolección de datos es de carácter cualitativo, mediante la técnica de la entrevista semiestructurada a un director, a un gerente y a ocho colaboradores de los medios. En función de las siguientes variables de estudio: a) Modelo de gestión del canal de televisión; b) Personal que forma parte del canal comunitario; c) Sostenibilidad económica en el canal de televisión; d) Estrategias de participación comunitaria en la programación televisiva.

Se analizó el modelo de gestión del canal estudiado con el fin de identificar a quién o quiénes pertenecen el medio radial. Las personas que intervienen en la administración del canal comunitario, y el objetivo de la programación como tal. Seguidamente el personal que forma parte del medio, con el propósito de establecer cómo se contrata y vincula a las personas que laboran en la televisora, si existe un equilibrio de género entre los trabajadores. Así mismo cuántas personas trabajan voluntariamente en el medio de comunicación. En tanto que la sostenibilidad económica del canal comunitario es examinada con la intención de conocer las diversas tipologías de financiamiento con la cual se solventa el medio radial. Posteriormente, los diversos mecanismos que utilizan los canales comunitarios para propender a la participación de la comunidad en el proyecto comunicacional y sus formatos.

En cuanto al uso de la metodología propuesta, esta tiene ciertas limitaciones, como la subjetividad en los resultados cualitativos, ya que se toma como referencia a la televisión comunitaria de la región central de Ecuador desde el criterio de su director, gerente y personal operativo.

4. Resultados

4.1. Tipo de gestión del canal de televisión

Para la presentación de los resultados sobre el tipo de gestión del canal de televisión, se establece que los canales de televisión comunitarios pertenecen a pueblos y nacionalidades indígenas, *TV MICC*, al Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi. *Puruwa TV* pertenece a la Fundación para el Desarrollo Indígena de Chimborazo. Como ilustra la tabla 1.

Tabla 1: Canales de televisión comunitarios de la región central del Ecuador registradas en la CORDICOM

Razón social	Nombre del medio	Frecuencia/ canal	Tipo	Provincia	En funcionamiento
Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi	<i>TV MICC</i>	47 UHF	Matriz	Cotopaxi	Sí
Fundación para Desarrollo Indígena de Chimborazo FUDICH	PURUWA TV	38 UHF	Matriz	Chimborazo	Sí

Fuente: Elaboración propia.

La persona que interviene en la administración del proyecto comunicacional del canal de televisión es nombrado por las mismas organizaciones. En el caso de *TV MICC*, son elegidos por el Consejo de Gobierno que cada dos años es conformado por las 31 organizaciones del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi. Por su parte, el gerente de *Puruwa TV* es elegido por la Fundación FUDICH.

En cuanto a los objetivos de la programación del canal de televisión comunitario, esto se enmarca en satisfacer las necesidades sociales de la población marginada, y fortalecer la comunicación en la comunidad en el aspecto político, social y cultural, *TV MICC* cuenta con una variada parrilla de programación y varios programas son en vivo. *TV MICC* tiene principalmente producción propia y espacios de contenido foráneo (como los Dibujos Animados o Cine Consentido). Abundan los Documentales *TV MICC*.

Por su parte, *Puruwa TV* tiene una parrilla de programación pero solo un programa en vivo. Este canal tiene una producción propia principalmente aunque también hay espacios contratados (como Educación Financiera o Ritmo Nacional) y Coproducciones (Respuesta Jurídica o Ñuka Llakta). Los tipos de contenido son educativos (Sumak Pakari), culturales (Wawakunapak), entretenimiento (Semillas del Folklore), informativos (Puruwa Willaykuna) y uno de deportes (Pukllaykuna). También hay espacios de tipo religioso (Música Cristiana, Reportaje Iglesias, Talento Cristiano, Diospak Taki o Película Cristiana).

4.2. Personal que forma parte del canal de televisión comunitario

El canal de televisión, vincula al personal que labora en el medio a través de contratos y acuerdos verbales o escritos. Los contratos son debidamente legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales. Mientras que, los acuerdos escritos o verbales son utilizados para asociar a colaboradores que apoyan a las actividades comunicacionales, como presentadores de programas, editores de productos audiovisuales y reporteros comunitarios. Cabe destacar que los voluntarios son personas oriundas de una comunidad u organización propietaria del canal. Así lo ilustra la Tabla 2.

Tabla 2: Personal que forma parte de los canales de televisión comunitarios

Medio	Número de colaboradores	Número de personas contratadas: Mediante remuneración	Número de voluntarios: Mediante acuerdos escritos o verbales
TV MICC canal 47 UHF	20 personas	5	15
PURUWA TV canal 38 UHF	5 personas	2	3

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Sostenibilidad económica en el canal de televisión

La sostenibilidad económica es un pilar fundamental para el funcionamiento del canal de televisión. Es así que, para mantener operativo el canal de televisión, se requiere entre 1.500 a 3.000 dólares mensuales. Los recursos son empleados para el pago de servicios básicos y al personal que colabora en el medio, es cubierto principalmente por la publicidad de instituciones públicas y privadas, en el caso de *TV MICC*. Por otra parte, años atrás el medio de comunicación recibía donaciones de organizaciones internacionales. En los últimos años han sido limitadas por los trámites burocráticos impuestos por el estado ecuatoriano. *Puruwa TV*, al haber iniciado sus transmisiones recientemente no tenía publicidad. Se financiaba por el pago de transmisiones que realizan en las organizaciones indígenas como la Fundación para el Desarrollo Indígena de Chimborazo (FUDICH). Durante el segundo semestre del año 2019 han introducido publicidad. En la Tabla 3 se expone las principales fuentes de financiamiento del canal de televisión en la región central de Ecuador.

Tabla 3: Sostenibilidad económica en el canal de televisión

Radio	Principales fuentes de financiamiento		
	Publicidad	Donaciones	Otros
TV MICC canal 47 UHF	X		
PURUWA TV canal 38 UHF	X		X

Fuente: Elaboración propia.

4.4 Estrategias de participación comunitaria en la programación televisiva

El canal de televisión tiene diversas estrategias de participación. *TV MICC* y *Puruwa TV*, promueve la participación de las personas de la comunidad mediante la transmisión de información de sus localidades y de la tradición cultural. De esta manera se busca incentivar la retroalimentación de los televidentes, para que emitan su criterio en torno a la información difundida, utilizando llamadas telefónicas, mensajes al WhatsApp a sus productores o en redes sociales. En *TV MICC* anteriormente se realizaban programas con la participación de niños de diferentes sectores, pero, por falta de recursos económicos para incentivar su participación y de personal periodístico y voluntario, el programa se va limitando.

Los canales comunitarios buscan crear sus propios programas o formatos desde sus realidades, *TV MICC* ha creado una variada programación que busca dar entretenimiento a sus televidentes, sean de la parte urbana o rural, su slogan es “el canal de la diversidad”. *Puruwa TV*, al estar poco tiempo al aire proyecta programas pre grabados pero todos relacionados al indígena y de grupos sociales, su slogan es “el canal oficial de la interculturalidad”.

5. Discusión

En la región central de Ecuador, los canales de televisión comunitarios *TV MICC* y *Puruwa TV*, pertenecen a una organización indígena, siendo las primeras de entre los pueblos y nacionalidades indígenas que han logrado acceder a una frecuencia en el espectro radioeléctrico. También han enfrentado dificultades económicas y de capacitación. Estas razones han dado como resultado que el canal comunitario tenga problemas para despuntar al inicio de sus operaciones.

Por otro lado, en la provincia de Cotopaxi y Chimborazo, existen dos canales de televisión comunitarios, en Tungurahua el canal comunitario pertenece a una organización religiosa con matriz en la ciudad de Quito. A pesar de que la mayor población indígena del Ecuador se asienta en dichas provincias. Roberto Sánchez Montoya (2013) manifiesta que “en el caso ecuatoriano se tomó el modelo boliviano del 34% para la comunicación sin fines de lucro, pero sin incidir en la diferenciación entre organizaciones no gubernamentales y nacionalidades o pueblos originarios” (Sánchez, 2013, p. 166).

La sostenibilidad económica es uno de los principales problemas que afronta la televisión comunitaria. Ya que se requiere mensualmente, entre 1.500 y 3.000 dólares para pagos de servicios básicos y personal que colabora en el medio. De cierta manera, la esencia y objetivos del canal comunitario se vieron restringidos al acceso a pautajes publicitarios rentables, la concesión de la frecuencia de *TV MICC* caducó. Por ello los directivos y autoridades del canal de televisión han solicitado una prórroga para seguir operando y han iniciado los trámites para participar en el concurso público de frecuencia en el año 2019.

Por otro lado, *Puruwa TV*, al estar desde octubre de 2018 al aire, aun no pueden pautar publicidad. Se debe considerar que las empresas buscan publicitar en los medios que captan la atención de públicos objetivos con poder adquisitivo. En cambio, los medios comunitarios se deben a las comunidades históricamente excluidas, que tienen como principio democratizar la palabra y la imagen.

Un factor a considerar dentro de la vinculación del personal que colabora en el medio comunitario. A diferencia de los medios privados es que existen pocos contratos legalizados ante el Ministerio de Laborales del Ecuador. El principal apoyo para los medios comunitarios son los voluntarios que quieran colaborar con el principio del canal. Es así que:

Los medios comunitarios necesitan apoyo en capacitación técnica y financiera. Para quienes han surgido a partir de la espontaneidad, del ingenio y la necesidad de expresión, que les sea exigido un proyecto de comunicación, títulos profesionales, estudios técnicos y otros componentes para solicitar una frecuencia resulta un importante impedimento, que va en desmedro del verdadero propósito de la comunicación comunitaria comunicar (García y Ávila, 2016, p.297).

Asimismo, no existe una participación y compromiso de la comunidad en el canal de televisión, específicamente en el ámbito administrativo, financiero y comunicacional. Las personas que intervienen en la administración y manejo financiero del canal, son nombradas por autoridades de las organizaciones, comunidades o la fundación a las que pertenece el medio. En tanto que la estructuración de los contenidos para la parrilla de programación son planteadas de acuerdo a los temas o ejes que son trazados cada dos años en la asamblea general, es el caso de *TV MICC* por parte del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi.

De cierta manera la población se mantiene al margen de la propuesta comunicacional del medio. Sin embargo, hay que destacar iniciativas como las de los colaboradores de los dos canales comunitarios, que han buscado la forma de involucrar a los propios comuneros en los contenidos del medio. Desde su propia lengua y realidades. Al mismo tiempo han adjudicado espacios para sectores vulnerables históricamente excluidos en la televisión privada, por ejemplo, en estos medios son los únicos donde existen programas en idioma *quichua*.

6. Conclusiones

Es primordial que en la Ley de Comunicación de Ecuador se instaure una diferencia clara entre medios comunitarios y públicos, de organizaciones indígenas o nacionalidades indígenas y de grupos religiosos. Para que, en función de sus diferencias se defina la sección del medio. Asimismo, desde el marco legal se debe promover la colaboración de los propios comuneros como voluntarios, para así fomentar la participación ciudadana y cumplir con la

misión social del canal de televisión. Además, el estado debe establecer políticas viables que faculten la sostenibilidad económica de los canales comunitarios.

De igual manera, se establece que los canales comunitarios estudiados existe escasa participación de los habitantes de las comunidades. Por ello, los dirigentes indígenas, deben crear estrategias de comunicación horizontal que permitan involucrar a la ciudadanía en el diálogo de saberes para el bien común, así como brindar una capacitación técnica, administrativa, financiera y comunicacional a todos quienes son parte de la organización.

Finalmente, a través del trabajo conjunto con las universidades, se debe trabajar en el mejoramiento de los formatos audiovisuales. A fin de aprovechar las bondades de las nuevas tecnologías en favor de los contenidos de entretenimiento o programas que aborden problemas relevantes a las nacionalidades indígenas, con el fin de encontrar soluciones desde el desarrollo local y se empoderen de sus procesos comunicacionales, así como conservar la lengua de los pueblos y nacionalidades indígenas.

7. Referencias bibliográficas

- Amarc. (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y Caribe, Buenos Aires. Disponible en: <https://goo.gl/BzVbAC>
- Angulo, L. & Zabaleta Urquiola, I. (2010). *Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana*. Ponencia presentada en el II Congreso Internacional AE-IC. Comunicación y desarrollo en la era digital. 3 al 5 de febrero de 2010. Disponible en: <http://cort.as/-LEo>
- Arnedo B., Hernández D., & Jurado J. (2014). El laberinto de las radios comunitarias en Bolívar: entre la subsistencia y el aporte social al desarrollo comunitario. *Palabra: Palabra que obra*, (14), 238-256. Disponible en: <https://goo.gl/jWDr3k>
- Asamblea Nacional (2013-06-25). *Ley Orgánica de Comunicación (LOC)*. Quito. Recuperado de <http://cort.as/-LHEj>
- Barragán V. & Abellán J. (2016). Derechos Humanos, democratización de medios e interculturalidad en Ecuador. En *La pantalla insomne*. Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 3104-3119. doi: 10.4185/cac103
- Barragán, V., & Garzón, B. (2017). "Radios de las Nacionalidades en Ecuador. Un proceso de acción de los derechos a la comunicación". En Vicente Barragán e Iván Terceros, *Radios, redes e internet para la transformación social*, CIESPAL, Quito, pp. 73-94.
- Beltrán, L. R., & Reyes, J. (1993). Radio popular en Bolivia: la lucha de obreros y campesinos para democratizar la comunicación. *Diálogos de la Comunicación*, (35), 14-31. Recuperado de: <https://goo.gl/oSpvBR>
- Cerbino, M. & Belotti, F. (2016). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Comunicar*, (47), 49-56. doi: <https://doi.org/10.3916/C47-2016-05>
- Constituyente, E. A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado de <http://cort.as/-KbQc>

- El Telégrafo (2014 agosto 5). *El primer canal de TV producido por indígenas tiene sede en Cotopaxi*, recuperado de: <https://goo.gl/d76282>
- Galán, J. (2015). *Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador*. Quito, Universidad Politécnica Salesiana. Disponible en: <https://goo.gl/gQjrFd>
- García García, J. (2017). Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva. *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 10(1), 30-41. DOI: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4535>
- García, N., & Ávila, C. (2016). Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria: Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano. *Palabra Clave*, 19(1), 271-303. Disponible en <https://goo.gl/JeotX7>
- Gumucio, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6-19. Disponible en: <https://goo.gl/rTcgVa>
- Kaplún, G. (2007). "La comunicación comunitaria". En AAVV: *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano*. Madrid, Fundación Telefónica y Ariel, 311-320.
- Martínez-Roa, O. G., & Ortega-Erazo, E. G. (2018). Percepciones y participación en emisoras de radio comunitaria en Nariño-Colombia. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26(54), 81-90. doi: <https://doi.org/10.3916/C54-2018-08>
- Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo*, 14(2), 268-291. Disponible en: <https://goo.gl/TCKDLV>
- Mora, C. (2011). Formas de participación en las radios comunitarias habilitadas del Táchira: Estudio de campo. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 4 (1), 134-161. Disponible en: <https://goo.gl/S1Kpmb>
- Navarro Nicoletti, F. (2017). Neoliberalismo y radios comunitarias: los años noventa y la realidad actual. *Improntas de la Historia y la Comunicación*. (4), 1-15. doi: <https://doi.org/10.24215/24690457e014>
- Noboa, M. L., Loor Saltos, M. G., & Del Pozo, V. H. (2018). Televisión Comunitaria: factores de éxito para el crecimiento en Ecuador. *Killkana Social*, 2(1), 27-32. DOI: https://doi.org/10.26871/killkana_social.v2i1.181
- ONU (Naciones Unidas) (1996). *Proclamación del 21 de noviembre Día Mundial de la Televisión 51/205*. 88ª sesión plenaria. Disponible en <https://undocs.org/es/A/RES/51/205>
- Páez, H. A. (2012). Tv Comunitaria: ¿Una Televisión Qué Se Ve? Medición de audiencia del Canal Comunitario Tv. *Revista Ingeniería UFPSO*, 4(2), 59-66. Recuperado de <https://goo.gl/p2HMj9>
- Parra, J. D. (2006). Sintonizando la participación política en la televisión comunitaria. *Palabra Clave*, 9(2): 67-76. Disponible en <https://goo.gl/WwVPYj>
- Peña, M. F. (2012). "Voces y sonidos de la madre tierra": jujunula makuira, la radio que fortalece el tejido social en La Guajira colombiana. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), 197-212. Recuperado de <https://goo.gl/Y4gQgZ>
- Román, M. J. (2010). Mirar la mirada: para disfrutar el audiovisual alternativo y comunitario. *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*, (21): 141-164. Recuperado de <https://goo.gl/cpJjPx>
- Sánchez, R. (2013). Apuntes para el debate ecuatoriano sobre medios: Distribución de frecuencias, ¿posibilidades para la educocomunicación? *Alteridad*, 8(2), 162-170. Doi: <https://doi.org/10.17163/alt.v8n2.2013.04>