

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES –FLACSO–



Maestría: Ciencias Sociales, con mención en Comunicación

¿La convergencia tecnológica, por medio de mensajes de texto vía celular, ha ejercido influencia en el acercamiento de sus audiencias a la radio? El caso de tres radios en amplitud modulada en Cuenca, Ecuador

Autor: Fabián Vladimir Argudo Palomeque

Cuenca, 29 de noviembre de 2011



**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES –FLACSO-
SEDE ECUADOR**

Maestría en Ciencias Sociales, con mención en Comunicación convocatoria 2007-2009

**Tesis para obtener el título de Maestría en Ciencias Sociales con mención en
Comunicación**

**“¿La convergencia tecnológica, por medio de mensajes de texto vía celular, ha
ejercido influencia en el acercamiento de sus audiencias a la radio? el caso de tres
radios en amplitud modulada en Cuenca, Ecuador**

Fabián Vladimir Argudo Palomeque

Asesora de tesis: Dra. Consuelo Albornoz Tinajero

Lectores: Javier Jiménez

Wladimir Sierra

Cuenca, febrero 2009-agosto 2011

Agradecimiento

Ser grato es tomar conciencia de lo que he recibido y valorar la generosidad de quienes me han apoyado.

Mi agradecimiento a Dios por haberme dado la oportunidad de vivir y las fuerzas para luchar con miras a obtener un mejor porvenir.

A la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales –FLACSO- y a la Universidad de Cuenca por permitirme realizar estos estudios profesionales, a través del programa ofertado.

A mis amigos periodistas, por su gentil colaboración al proporcionar toda la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

De manera especial mi sincero agradecimiento a Consuelo Albornoz Tinajero por haber aceptado, guiado, orientado acertadamente en este trabajo de investigación y sobre todo por su paciencia.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera me colaboraron para la culminación de este trabajo.

Vladimir

Índice

Resumen.....5

Introducción.....7

Capítulo I

Marco Teórico

Teorías generales.....14

Teorías sustantivas.....20

Conceptos.....28

Capítulo II

La radiodifusión en el Ecuador.....37

La radiodifusión en Cuenca.....39

Orden cronológico de aparición de radiodifusoras en Cuenca.....42

Primeras participaciones de las audiencias.....48

Evolución de la radiodifusión.....54

Capítulo III

Los SMS un fenómeno en auge

Datos originados por los mensajes de texto.....56

Varias definiciones.....63

El poder de los noticieros radiales.....66

Capítulo IV

Consecución de los mensajes de texto

Importancia de los Short Messages Service en los medios radiales.....	70
Respuestas a participaciones de las audiencias.....	74
Conclusiones.....	80
Bibliografía.....	83
Anexos.....	86

Resumen

Esta investigación determina que una vez que los medios radiales de comunicación han incorporado en sus espacios noticiosos la utilización de los mensajes de texto o como lo denominan las operadoras de telefonía móvil, Short Messages Service, la participación de los audiencias han conseguido una comunicación directa con las tres radios en amplitud modulada en Cuenca.

Esta investigación posee dos partes: una teórica-conceptual y una segunda donde se exponen los hallazgos que definen la razón de este trabajo.

Es un estudio que conlleva una investigación cualitativa, descriptiva y analítica en radio La Voz del Tomebamba, Splendid y Alpha. Se partió de la hipótesis que la presencia de la convergencia tecnológica implantada en estas tres radios ha permitido que por medio de la participación ciudadana representada por las “audiencias” un acercamiento y cambios dentro de esta fusión radio-audiencias. Para esto hubo un seguimiento de contenidos durante tres semanas.

El marco teórico recurre a los principios de Marshall McLuhan, cuyos presupuestos son que la globalización fue pronosticada años atrás en la obra “El medio es el mensaje”, y vaticinó que el impacto de los medios electrónicos prevalecería sobre el material del mensaje. Incorporó una teoría sobre la comunicación planteada por John B. Thompson, quien considera la acción de los medios como creadores de nuevas formas de acción e interacción entre ellos y la sociedad.

A ello añado la visión Jürgen Habermas con la teoría de la acción comunicativa la cual explica a la sociedad como un compuesto de sistemas complejos y estructurados. La participación de la radioyente inscrita dentro de la estructura de los noticieros, es un enfoque que lo tomo de Rosalía Winocur.

El procedimiento metodológico aplicado es etnográfico y de entrevistas. El tipo de estudio es cualitativo, descriptivo y analítico. Con técnica mixta que consiste en:

- a)* Documental: bibliografía relacionado al tema. Teorías como la de Ciudadanos Mediáticos de Rosalía Winocur. Esfera pública y privada de Néstor García Canclini y otros.
- b)* De campo: Entrevistas con los propietarios, gerentes, productores y periodistas de los tres medios de comunicación.

Universo: Tres radios de Cuenca: La Voz del Tomebamba, Splendid, Alpha.

✓ **Muestra:** Noticieros

✓ **Unidad de análisis:** Las nuevas tecnologías:

- Short Messages Service, SMS

El procedimiento para la recolección de la información comprenderá dos fases:

- a) Análisis de la participación de los públicos dentro de las unidades en un tiempo de tres semanas.
- b) Una vez escogidos los programas, en este caso los noticieros, me pondré en contacto con la gente que realiza la producción, para elaborar la etnografía de la investigación. Luego el seguimiento a la programación; entrevistas con los sujetos de la radio para determinar cómo ha cambiado el medio en torno a lo formulado en la metodología.

La inclusión por parte de las audiencias en los medios radiales es un hecho que ha nacido en Cuenca. El teléfono convencional era la herramienta, aunque todavía se mantiene, de nexos para la comunicación entre la radio y la sociedad, a más de las cartas de los lectores; la aplicación de tecnología como: Short Messages Service (SMS), correos electrónicos, chats e Internet han convertido a los noticieros como el género periodístico de mayor audiencia en la radio.

Introducción

El estado de arte lo construyo a partir de lo planteado por varios autores, entre ellos los más relacionados a mi investigación como es Susana Herrera Damas, de la Universidad de Piura, Perú “La radio española y su apuesta por las nuevas modalidades para la participación de los oyentes”, y explica que la interactividad y participación es la principal aportación que las nuevas tecnologías han supuesto a la participación de los oyentes en la radio. Considera al modelo Bordewijk y Kamm, que la interactividad propone cuatro dimensiones:

1.- De transmisión, 2.- De consulta, 3.- De registro y 4.- Conversacional; ante este modelo que da cuenta de qué se ha investigado sobre lo que planteo con relación al problema de mi investigación, encuentro que la participación a través de la interactividad empata con la función que los mensajes de texto o SMS, dan a las audiencias como una nueva corriente de vinculación que dan las nuevas tecnologías de la información, en función de uno de sus objetivos como es el de multiplicar las posibilidades que tienen los oyentes para dirigirse a la estaciones radiales

En este contexto, vivimos actualmente en una cultura tecnológica que avanza día a día y que marca en cuestión de meses una rápida obsolescencia de muchos conocimientos y la emergencia de otros. El impacto de esta cultura es inmenso ya que produce continuas transformaciones en la globalización económica, social y cultural, e incide prácticamente todos los aspectos de la vida personal: el trabajo, el comercio, la gestión burocrática, el ocio y la educación. Por estas razones, la tecnología exige con urgencia, aprender a convivir con ella y a autorizar sus indudables beneficios.

Las tecnologías de la información y comunicación, TIC, corresponden a un conjunto de avances vinculados a tres conceptos: la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales.

Las tecnologías de información, TI, son herramientas que sirven para manejar, gestionar y administrar la información en una infinidad de áreas, por ejemplo: seguridad, publicación, generación, etc. Corresponden a los ordenadores, sistemas informáticos,

redes, Internet, 'hardware', 'software', bases de datos, multimedia, realidad virtual, y más, que se integran en sistemas de información interconectados y complementarios. Su aporte es permitir el acceso a todo tipo de información y en cualquier formato: textual, gráfico y sonoro.

Las tecnologías de la comunicación, TC, son el producto de la interconexión de dos o más entes, como dos computadores, que comparten información. Corresponden a las herramientas de telecomunicaciones: televisión, radio, satélites, Internet, redes informáticas, videoconferencias, telefonía celular, periódicos y revistas digitales, redes cableadas o inalámbricas, correo electrónico, chat, blogs, aulas virtuales. Se constituyen en canales de comunicación para difundir rápidamente información y contactar con cualquier persona en el mundo. La combinación de ambas tecnologías forma las TIC. Por ejemplo, una plataforma de e-learning es producto de los dos, puesto que, por un lado, se conectan la plataforma con el servidor, TC, y por otro fluye información, TI, en formato multimedial.

Herrera, además explica que existen nuevas modalidades participativas, entre ellas está las que constituyen el objeto de estudio de esta investigación como son los mensajes de texto o SMS: Más recientemente, algunas emisoras han habilitado también la posibilidad de que los oyentes envíen mensajes cortos o SMS (short message service) a los programas, tal como ocurre en el caso de la televisión. Esta modalidad aparece asociada a dos finalidades. En ocasiones, se utiliza para que los oyentes expresen una opinión, en una especie de encuesta.

Ana Quiroga, en la ponencia expuesta dentro del 10° Congreso Redcom en la Universidad Católica de Salta, Argentina; enfoca la participación de los públicos como una vocación nata que conjuga lo tecnológico y lo semiótico, es decir, el desarrollo de la ciencia y la tecnología han llevado al área del periodismo a fines extraordinarios, facilitando la información y el saber de lo que ocurre en nuestro mundo y fuera de él. Este avance lleva al periodista profesional a enfrentar los desafíos de esta revolución tecnológica y a prepararse bien para asimilar estas innovaciones, caso contrario se quedará rezagado en la mediocridad.

Deberá vencer la diaria competencia en el uso de los vehículos de información y, sobre todo, el sumo interés del público por publicaciones electrónicas que dan por el teléfono celular, el computador, entre otros y entender el papel que tienen las audiencias como fuentes de contenidos informativos por medio de aparatos tecnológicos como son también las cámaras de vídeo, fotográficas, grabadoras y más herramientas.

Frente a la dependencia de la comunicación impuesta por los grandes medios que dominarán en este nuevo siglo, el periodista deberá buscar varias fórmulas que lleven a socavar el poder monopolista de la información. Una de ellas es la que se viene dando con la masificación de periódicos comunitarios, radios populares, Internet, etc.

Alexander Buendía y Juan Carlos Pino Correa, en la revista “Signo y Pensamiento”- presentan el artículo Radio local, opinión pública y participación ciudadana, de junio de 2008 en Bogotá-Colombia, pienso que aborda sobre la dimensión que tiene la participación de los públicos en la radio, en el espacio público y privado, en el rol del periodista radial en la difusión de la información como un agente de transformación social en la participación de las audiencias, ocasionado un cambio en la dinámica diaria de su labor comunicacional.

El espacio público, lo entiendo como el sitio en el cual las personas tienen ese derecho de transitar, pero dentro de este estudio determino que el espacio público al cual me refiero son las tres radios en donde desarrollo mi estudio: La Voz del Tomebamba, Splendid y Alpha, es decir, el escenario de interacción social cotidiana donde las necesidades colectivas manifiestan diversos intereses entendidos estos como denuncias, reclamos, solicitudes; dándole al espacio público esa dimensión social, cultural y política de participación desde lo contrario a este concepto el espacio privado: hogares, en familia, trabajo, cuando conducimos el vehículo.

Considero que desde el espacio público se origina la opinión pública, la que es expresada a través del objeto de mi estudio- mensajes de texto vía celular-. El concepto de opinión pública es una de las construcciones simbólicas de mayor peso en los ámbitos de la política y la comunicación. Aunque su génesis se pueda rastrear en culturas y civilizaciones antiguas, es en el contexto de los Estados y las sociedades

liberales modernas donde se consolida el concepto de opinión pública como terreno en disputa por parte de diversas fuerzas que incorporan y ponen en juego lo simbólico en sus procesos de intervención social, política, económica, cultura, etc.

Sin embargo, el desarrollo y vigencia del concepto de opinión pública en la sociedad contemporánea es un proceso complejo que involucra también el desarrollo y vigencia de otros conceptos que actúan como sus correlatos, entre los cuales, quizá el más destacado, es el espacio público, ese lugar –físico o simbólico- donde residen los intereses de todos los miembros de una sociedad y cuyos límites e intercambios con lo privado generalmente crean un permanente estado de tensión.

Uno de los principales escenarios donde se ventilan estas tensiones son los medios de comunicación, a tal punto que se considera a la gran prensa como la institución emblemática de la opinión pública. No obstante, existen demasiadas señales de que esa excesiva centralidad otorgada a los medios de comunicación en el debate público está en crisis y que constreñir el análisis de la opinión pública al campo de los medios resulta una limitante para la comprensión de las múltiples texturas de este tema.

En la Teoría de la Comunicación de Enric Saperas los medios de comunicación y los sistemas de comunicación e información ocupan actualmente una posición central en el sistema social y cultural. La comunicación social es un referente constante para el ciudadano en el conjunto de sus actividades de vida cotidiana: conocer su entorno social, formar opinión sobre los grandes temas de actualidad que configuran la opinión pública, observar los valores sociales dominantes, participar en la nueva cultura popular creada por la industria cultural y establecer nuevas formas de vínculo y de relación sociales.

Además, los comunicadores tendrán que unirse para acrecentar los cuestionamientos y críticas al actual sistema de comunicación; de modo que, se conciencie a todos sobre la necesidad de que la comunicación sea considerada como práctica social. Ésta unidad periodística, también, podría acrecentar la lucha contra la censura o autocensura de las políticas de los medios de comunicación que, en una gran mayoría, están vinculadas con intereses de grupos económicos, institucionales y gubernamentales.

El dominio de las Ciencias de la Información y Comunicación Social brinda al periodista valiosos instrumentos de servicio a la comunidad; sin embargo, hay que reconocer que los aspectos técnicos y conocimientos científicos no podrían ser completos si el profesional de la comunicación no se esfuerza permanentemente en busca de su propia realización como valor humano. Hay que recordar que, ante todo, “primero hay ser persona, luego un profesional”.

Finalmente, creo que el reto del periodista hoy, frente a los diversos insumos que tenemos y su aplicación en el espacio público, es pasar de la simple información a la investigación, área comunicacional que marcará la pauta dentro del nuevo periodismo en este milenio.

Problema de investigación: ¿La convergencia tecnológica, por medio de mensajes de texto vía celular, ha ejercido influencia en el acercamiento de sus audiencias a la radio? El caso de tres radios en amplitud modulada en Cuenca, Ecuador.

La implementación de nuevas tecnologías constituye en nuestro tiempo una corriente social presente en todos los campos, inclusive en el de la comunicación social. La importancia de incorporar moderna tecnología de manera en especial en la radio, objeto de la investigación, radica en que a partir de la realidad del mundo en el que nos desarrollamos se busca la integración de personas, empresas y sociedades que por la necesidad de comunicación buscan métodos que conlleven a conectarse entre sí o entre grupos de interés común, por medio de la tecnología.

La utilización de nuevas tecnologías como instrumentos de acercamiento entre los públicos y la radio nos da un significado del poder que tienen los medios de comunicación para anunciar lo que sucede diariamente en la sociedad, aplicando técnicas que permiten estar en el lugar donde suceden los hechos y transmitirlos tal y como son, desde la percepción del periodista que le permita acercarse a la verdad y por qué acercarse a la verdad, pues el periodista debe recordar que una de las reglas que rigen esta actividad es el hecho de preguntar y repreguntar hasta tener la información que se necesita y no creer cualquier versión que exprese la fuente, y en especial porque la duda es la esencia del periodismo.

La participación de los públicos en los medios radiales es un fenómeno que ha surgido y se ha potenciado en los dos últimos años en Cuenca. Ya no sólo con la utilización del teléfono convencional sino con la aplicación de tecnología como: Internet, mensajes de celular, correos electrónicos y chats que han convertido a los noticieros como el género más escuchado en la radio dentro de la banda en amplitud modulada (A.M.).

Plantear una denuncia, solicitar ayuda a las autoridades, realizar comentarios políticos, exponer experiencias, reportar la inseguridad, mandar saludos son algunos de los motivos de las audiencias a través de la convergencia tecnológica para expresar opiniones, comentar o presentar sus necesidades. Convirtiéndose en agentes activos dentro del gran río de las interacciones de la sociedad mundial con los medios de comunicación.

Volverse visibles en los espacios mediáticos, a través de la radio ha motivado a los públicos a la mayor participación en busca de soluciones; “dentro de una programación continua que mantiene fiel a una determinada audiencia por la repetición de una grilla de programas con una determinada coherencia interna, de acuerdo con hábitos de vida y preferencias estéticas de los consumidores”. (Bolaño, 2000:33)

La convergencia tecnológica y de manera especial la utilización de los teléfonos celulares, con sus servicios de mensajes, videos, música, radio, fotografías, ha permitido incorporar a los ciudadanos dentro del amplio espectro de la tecnificación de la comunicación; debido a que su uso la convirtió en el elemento que favorece una mayor penetración dentro de las comunicaciones en el Ecuador.

Determinar cómo la radio desde su espacio público influye en el espacio privado de la gente, considerando que la mayor audiencia dentro de los noticieros son personas adultas, representantes de instituciones y comunidades, barrios, organismos privados y públicos, amas de casa, estudiantes, entre otros, es también un aspecto que me he planteado en esta investigación. Saber qué tipo de participación ha resultado de esta convergencia tecnológica, es decir, ¿ha cambiado esta participación?, ¿seguimos planteando por otros medios la mismas preguntas, las mismas inquietudes?, ¿en tiempo real se han creado otras maneras de participar en la radio?, ¿este cambio tecnológico

está ligado con los cambios culturales de los públicos? Estos son varios de los planteamientos que me hago frente a la importancia de determinar los cambios de fondo y forma que se han dando con la intervención de la gente.

El estudio pretende también conocer si la participación de los públicos ha aumentado a través de las TIC, y si la recepción del mensaje en la radio la información es tratado a través de un seguimiento y por consiguiente la solución al tema planteado en la participación.

Es decir, el objeto de esta investigación es el estudiar cómo la convergencia tecnológica (expresada en los mensajes de texto) permite acercar los públicos a tres radios de amplitud modulada, dentro de los espacios de participación en los noticieros.

El determinar en qué ha cambiado la participación de los públicos con la inclusión de otras tecnologías -cómo se transforma el quehacer periodístico por el uso de las nuevas tecnologías de la información; cómo lo público se construye a partir de las representaciones sociales más organizadas y analizar los cambios culturales que se originan con la presencia de la convergencia tecnológica en las radios son los objetivos de la investigación planteada.

Lo que me motiva a presentar la hipótesis de que la presencia de la convergencia tecnológica implementada en estas tres radios ha permitido que a través de la participación ciudadana representada por los “audiencias” se produzca un acercamiento y cambios de hacer información dentro de esta fusión radio-públicos.

Capítulo I

Marco teórico

Teorías generales.- El posicionamiento teórico de esta investigación se enfoca desde el punto de vista tecnológico de la tesis de Marshall McLuhan¹ con respecto al medio es el mensaje donde se anticipa a la idea de un mundo interconectado o “aldea global”, es decir, las diferentes tecnologías como la informática, la televisión, la radio, etc., establecen la manera cómo el hombre concibe o entiende el mundo. Originando un determinismo tecnológico en la medida en que, en última instancia, la tecnología fija el pensamiento humano y, de cierta manera, lo social.

McLuhan trata de explicar que los efectos de un medio sobre el individuo y sobre la sociedad dependen de cada nueva tecnología que aparece. Parte del debate actual sobre las nuevas tecnologías de la cultura, de la información y de la comunicación indican la formación del determinismo tecnológico, es decir, el desarrollo de esas nuevas tecnologías a través de las necesidades de la sociedad.

Las tecnologías poseen un protagonismo dependiente a todas las representaciones de la vida cultural; la información a través de las tecnologías resuelve la interrogante de cómo originar, recolectar y distribuir todos los datos que posea de una manera más decisiva y a grandes velocidades.

Mi posicionamiento teórico desde el punto de vista de Marshall McLuhan, pretende describir cómo la implementación de nuevas tecnologías constituye en la actualidad una corriente social presente en todos los campos, y en especial en esta área de estudio como es la comunicación social. El utilizar nuevas tecnologías como instrumentos de acercamiento entre los públicos y la radio, se considera que le da un significado dentro del poder que tienen los medios de comunicación para describir lo que sucede cotidianamente en la ciudad, pero desde la manera cómo es expuesta por los radio escuchas, es decir, por los públicos.

¹ Estudiosos canadiense, educador y filósofo (1911-1980). Es uno de los fundadores de los estudios sobre los medios, y ha pasado a la posteridad como un visionario de la presente y futura sociedad de la información. Es creador de numerosos conceptos populares acerca de los medios de difusión masiva y la sociedad de la información

La influencia de lo que llamo convergencia tecnológica –mensajes de texto vía celular– dada la capacidad de penetración en los medios de comunicación, es la puerta de entrada para analizar la presencia de las nuevas tecnologías en beneficio de los públicos. Tecnología implica también los cambios sociales que se dan en el entorno de los medios de comunicación y en los públicos. La tecnología, como posicionamiento teórico de esta investigación, se fundamenta en el conjunto de saberes técnicos y científicos actuales o modernos que permiten al ser humano transmitir información ¿por? los medios de comunicación, desde las invenciones que cada día surgen, pues este término (tecnología) caracteriza a la sociedad actual que es netamente consumista.

Apenas se han difundido las nuevas tecnologías de la información, distintas culturas, y varias organizaciones descargaron en toda clase de aplicaciones y usos, que retroalimentan la innovación tecnológica, precipitando la velocidad y extendiendo el alcance del cambio tecnológico, y presentando múltiples filtraciones.

Los cambios sociales y tecnológicos producidos a finales del siglo XX constituyen un desafío conceptual. Además de registrarse el salto tecnológico que pone en crisis las modalidades previas de producción, procesamiento, funcionamiento y regulación de las principales actividades info-comunicacionales, se registra la ampliación del impacto social y económico que estas actividades, en escenarios convergentes, infunden a escala planetaria. (Becerra, 2003).

Las tecnologías en la actualidad amplían las capacidades intelectuales del ser humano y las probabilidades de generar procesos sociales, no sólo en el ámbito informático, sino también en los medios de comunicación masivos o mass media y los medios de comunicación interpersonales que cuentan con soporte tecnológico como son los teléfonos celulares.

Los aportes más significativos de las tecnologías en las actividades humanas se enfocan en funciones que facilitan el normal desarrollo de nuestros trabajos, ya que siempre requieren información para realizarlo, un cierto proceso de datos y por lo general también la comunicación interpersonal; constituyendo esencialmente lo que aportan las tecnologías de nuestra vida diaria como: un acceso sencillo a cualquier información, procesamiento de datos, apertura de nuevos canales de comunicación, almacenamiento informativo, interactividad, automatización, registro de información, etc. De estas

características que nos pueden aportar las tecnologías, el más significativo es el Internet, ya que proporciona un espacio en donde hacemos casi todo lo que necesitamos realizar en nuestra vida diaria, abriendo las posibilidades de desarrollar nuevas actividades, así lo dice Manuel Castells “los problemas técnicos, falta de formación, problemas de seguridad, barreras económicas y culturales son algunas de las circunstancias que dificultan su más amplia difusión entre las actividades del ser humano”.

Una teoría sobre la comunicación que enfoca el posicionamiento de esta investigación, es la planteada por John B. Thompson: este autor analiza la acción de los medios como creadores de nuevas formas de acción e interacción entre ellos y con los individuos. Emprende el estudio de los medios de comunicación al calificarlos como entes paradigmáticos encargados de ejercer un poder simbólico y cultural, dentro de una actividad productora, transmisora y captadora de formas simbólicas de gran importancia y sobre todo significativas. Así también, esta interacción genera una visibilidad muy diferente a la que se origina en un contacto cara a cara. Una demostración que modifica esta visibilidad es cuando los individuos se hacen visibles a otros que están situados en contextos distantes y diversos. Las características de estas nuevas formas de visibilidad mediada son diferentes del tipo de visibilidad que tenemos de los otros a quienes encontramos cara a cara.

Esta visibilidad se determina en el momento en que los nuevos medios facilitan la accesibilidad y facilidad de uso por parte de todos quienes participan en la interconectividad informativa, por ejemplo los mensajes de texto vía celular se convierten en lo que se conoce en el campo periodístico como lead o entradilla de la información.

El utilizar los medios de comunicación crea varias formas de interacción mediada que difieren en aspectos importantes de la interacción cara a cara, por ejemplo, la característica espaciotemporal. Ésta siempre tiene un lugar en el marco de la copresencia, entre tanto la interacción mediada se estira en el espacio y también se comprime o estira en el tiempo. Es decir, en la interacción cara a cara; dentro de la problemática de esta investigación, los periodistas y receptores de mensajes comparten el mismo contexto espaciotemporal, en cambio en la interacción mediada, los contextos de los periodistas y receptores están separados sólo en el espacio.(Thompson, John. Por una teoría interrelacional de los medios. La nueva visibilidad). <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo> (visitado el 5 de junio de 2009).

Al usar los medios de comunicación, podemos interactuar con otros con quienes no compartimos ni espacio ni tiempo, y la esencia de esta interacción se determinará por estas propiedades espaciales y temporales y, por las características del medio utilizado.

Los mass media eliminan las limitaciones entre tiempo y espacio en la transmisión de contenidos, de modo que emisores y receptores situados en lugares y tiempos lejanos se incluyen dentro del proceso comunicativo. Thompson agrega que la acción comunicativa resultante es una forma de acción a distancia que ha perdido el carácter dialógico, la referencia espaciotemporal común y la riqueza de señales simbólicas de la comunicación cara a cara.

Jürgen Habermas con la teoría de la acción comunicativa, analiza la sociedad como dos formas de racionalidad que están presentes instantáneamente: la racionalidad formal del sistema y la racionalidad sustantiva del mundo. Pero donde el mundo de la vida representa una perspectiva interna como el punto de vista de los sujetos que actúan sobre la sociedad: entre tanto, el sistema representa la perspectiva externa, como la estructura sistémica de las instituciones. Este autor estudia a la sociedad como un compuesto de sistemas complejos, estructurados, donde el actor desaparece transformando en procesos (sistema-racional-burocrático), y por otro lado, también incluye el análisis sociológico que da primacía al actor, como creador, pero a la vez sumergido en la subjetividad de los significados del mundo.

El concepto de acción comunicativa fuerza u obliga a considerar también a los actores como hablantes u oyentes que se refieren a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, y se entablan recíprocamente a este respecto pretensiones de validez que pueden ser aceptadas o ponerse en tela de juicio. Los actores no se refieren a algo en el mundo objetivo, en el mundo social o en el mundo subjetivo, sino que relativizan sus emisiones sobre algo en el mundo teniendo presente la posibilidad de que la validez de ellas pueda ser puesta en cuestión por otros actores.(Habermas, 1989:493)

Lo que dice Habermas en la cita anterior y se relaciona con este tema es que en la acción comunicativa debemos argumentar nuestra posición, y con la utilización de los mensajes de texto, el contenido del texto debe acercarse a la verdad de lo que se

pretende comunicar, por lo tanto, en el momento que el SMS tiene sentido debe darse una especie de aprobación por parte del medio para que lo enviado sea comunicado. Ese consenso se logra cuando se dan cuatro condiciones de validez aceptadas por todos los participantes: a) que el enunciado que hace un hablante sea comprensible; b) que el hablante sea fiable; c) que la acción pretendida sea correcta por referencia a un contexto normativo vigente; y d) que la intención manifiesta del hablante sea, en efecto, la que él expresa.

Estas cuatro condiciones se complementan y encajan perfectamente en el objeto de esta investigación, pues facilita enfocar cómo es el mecanismo de participación de los públicos desde el proceso de acción comunicativa. Con una excepción en el literal b, que condiciona que el hablante sea fiable, situación que no necesariamente sea cierta, pues la mayoría de los mensajes enviados a las estaciones radiales no llevan firma de responsabilidad. Lo que la noción de interacción comunicativa de Habermas en su concepto de acción comunicativa se refiere a la interacción de a lo menos dos sujetos capaces de lenguaje y de acción que entablan una relación interpersonal ya sea con medios verbales o con medios extra verbales.

Los mensajes de texto emitidos en los teléfonos móviles, describen prácticamente de una manera similar a la teoría que aplica Thompson dentro de la participación de los públicos, es decir, esta participación origina un escenario imaginario de contacto estrecho o de intimidad entre el medio (representado por el conductor del noticiero) y el público.

Estas formas de participar pueden conceptualizarse dentro de lo que Thompson denomina *cuasi-interacción mediática*, es decir: cuando interviene el uso de medios técnicos para transmitir a lugares distantes, en la que las relaciones establecidas por los medios de comunicación producen formas simbólicas para un grupo de receptores indefinido y son de carácter monológico. Refiriéndose al tipo de relaciones que se establecen a través de los medios con los conductores, donde se elimina la interacción cara a cara. Se caracterizan, en primer lugar, porque permiten un tipo de intimidad a la distancia con otros que no comparten las mismas coordenadas temporales y espaciales. En segundo lugar, no guardan reciprocidad dialógica: quienes intervienen en el vínculo casi nunca llegan a conocerse. Sin embargo, la distancia espacial y temporal y la falta de reciprocidad no constituyen obstáculos para su concreción; por el contrario, esto les da la oportunidad de concebirla unilateralmente, sin tener que negociar sus términos. Disponen de un amplio margen para imaginarse al otro tal como quieren que sea y para

presentarse, a su vez, tal como quieren ser vistos. (Rosalia Winocur, 2002: 120)

En tal razón, creo que los mensajes de texto SMS se enmarcan dentro de un servicio, es más, coincide con una definición clásica del periodismo que dice que es una actividad de servicio público mediante la búsqueda y difusión de información veraz y oportuna. Ciertamente, pero si replanteamos un poco los conceptos, podemos decir que el periodismo es también una narración contemporánea del mundo, que se realiza mediante el registro de hechos y la construcción de sentidos. En suma, es también una actividad de intervención, con sus prácticas y sus condiciones específicas, pero nunca exenta de una voluntad política.

De esta forma, el modelo conductista que atribuye siempre una clase de respuesta a una clase de mensaje ya no alcanza a explicar los procesos de construcción de la opinión y el espacio público. De hecho la comprensión de la información como un bien público expuesto a las tensiones y disputas dentro de la industria mediática, alienta la impugnación por parte de las audiencias. Los medios ya no miran a la sociedad, es la sociedad la que los mira y los juzga, con lo cual aparece otra dimensión de la opinión.

Entonces, la opinión pública es un terreno complejo y problemático cuya comprensión requiere la apertura hacia otras categorías de análisis y hacia otros modelos de interpretación del mundo social en los que confluyan tanto las construcciones teóricas como su confrontación con la realidad empírica respecto de la producción y el consumo de los productos culturales, así como de las múltiples mediaciones, impugnaciones y otros procesos de resignificación que se encuentran en el camino.

Por consiguiente, entiendo que el espacio público tomado éste como el lugar donde se desarrolla las prácticas de participación “también se construyen los nuevos sentidos de ciudadanía” (García Canclini, 1995). Esta posición parte de la premisa de reconocer la mediación que genera el medio radial en el mercado y en los procesos de consumo, especialmente el consumo de los medios masivos, en la reconfiguración de los significados tradicionales de la ciudadanía:

La aproximación de la ciudadanía, la comunicación masiva y el consumo, tiene, entre otros fines, reconocer estos nuevos escenarios de constitución de lo público y mostrar que para vivir en sociedades democráticas es indispensable aceptar que el mercado de opiniones ciudadanas incluye tanta variedad y disonancia como el mercado de la ropa y los entretenimientos.(Winocur:2002)

Los cambios que se han originado desde la participación de los públicos a través de la radio es un hecho que se vincula en el contorno de la intimidad de los sujetos.

Se puede considerar la radio como esfera pública en las nuevas condiciones de globalización y desterritorialización de la cultura y la información, no en el sentido de una esfera única, homogénea y separada del Estado o de la vida privada, sino, por el contrario, en la fragmentación de múltiples espacios de concepción diversa y heterogénea. En estos espacios se cruzan los discursos del poder con los de la vida privada, volviendo difícil la tarea de precisar los límites o definir los rasgos de cada uno, porque su naturaleza es cambiante, y mirados desde ciertos ángulos pueden considerarse públicos y desde otros privados. (Garnham,1986 y Keane,1997)

Teorías sustantivas.- La construcción de lo público en la radio de Rosalía Winocur aborda como los medios de comunicación aportan para que la noción de ciudadanía se desprenda del concepto abstracto, en el que se limita únicamente al ejercicio de obligaciones, derechos y deberes dentro de la sociedad, y se convierte en una denominación de tipo popular. La dimensión de ciudadanía se vincula con el papel que desempeña la radio en la construcción cultural de esta noción a nivel individual y social, originando un imaginario sobre los estilos de vida, las formas de convivencia, los modos de inclusión y exclusión social, las instituciones y prácticas vinculadas al poder.

El planteamiento frente a esta posición se expresa en que la participación del radioyente se inscribe dentro de la estructura de una programación.

Se crean espacios especiales para que éste pueda intervenir mediante llamadas telefónicas, cartas, faxes o entrevistas en vivo. Existen varias modalidades, algunas directas y otras diferidas. En la primera forma la voz de las personas salen al aire para expresar un comentario, o pedir asesoramiento. En un segundo caso, una operadora o un asistente de producción escriben en un papel el motivo de la llamada y se lo pasan al conductor del programa, Una tercera opción, funciona cuando el conductor convoca al auditorio para

que opinen sobre determinado asunto, clasifica las llamadas según unas categorías preestablecidas y lo que se transmite al aire es un promedio que presenta como indicador de la opinión pública. (Rosalía Winocur, 2002:108)

Y una cuarta opción, necesaria y que constituye el objeto de ésta investigación, presente en las estaciones de radios es la de los mensajes de texto. Una corriente que se ha generalizado en el uso en la mayoría de los medios de comunicación, en particular en los radiales y televisivos, ya que, permite comunicación directa creando espacios de debate, en donde los medios eligen y elaboran información para aportar a la formación de opinión. Por lo tanto, los medios con la recepción del mensaje de texto, SMS controla el flujo de comunicación entre las audiencias y los involucrados actualizando el sistema de controles entre los distintos poderes, permitiendo a los actores participar en la vida pública con la ayuda de los medios.

La comunicación es esencial para la organización de la comunidad: los medios fijan categorías a personas e instituciones; se constituyen en la entidad simbólica y valorativa. Prensa, radio y televisión, en el ejercicio diario de su actividad comunicacional, desarrollan intencionadamente y, en ciertas oportunidades, de forma involuntaria, la gradación de los elementos de la sociedad². La moderación de la organización de la sociedad de masas y su combinación estratégica se cimienta sobre determinado razonamiento comunicacional que se despliega a base de una categorización referencial, que es asimiladora de la lógica de la cultura masiva. En tal razón, la influencia de los medios en la sociedad es prácticamente irrefutable.

Como enfatiza Rosalía Winocur: si nos ubicamos en la perspectiva de los ciudadanos, la participación en las nuevas condiciones del espacio público mediático también puede ser definida como una estrategia de negociación de condiciones favorables de visibilidad en los medios. Aunque la lógica de producción mediática distorsione casi siempre el sentido de las demandas cuando aísla sus contenidos del contexto original donde se produjeron, o las disocie de las intenciones o expectativas de quienes la realizan, esto no le resta posibilidades de trascendencia. En el espacio de transacción se

² Me refiero al desvío que puede tener una información, al cambio de las ópticas que se le quiera dar a la nota informativa

produce una readecuación de ambas lógicas, por una parte, la de los ciudadanos con sus necesidades de atención inmediata, mediación frente al poder, reconocimiento social y publicitación de sus problemas; y, por otra, la de los medios con las exigencias comerciales de la construcción del acontecimiento. Se trata de un juego de doble entrada y salida: los ciudadanos, movimientos y organizaciones sociales, necesitan de los medios para hacer visibles sus demandas, socializarlas y replicar en gran escala sus contenidos; por su parte, los medios requieren de los ciudadanos de carne y hueso llamando, solicitando, exigiendo, opinando, criticando, acordando o disintiendo, para legitimar su actuación. Lo anterior implica obligatoriamente entrar en negociación con ellos: el medio puede imponer el marco y las condiciones de actuación de las demandas, pero no puede inventarlas, puede colocar filtros o censurar la información pero no puede omitirlas. Entre otras razones porque la competencia podría ocuparse del asunto, y más en el caso de la radio donde existen espacios entre noticieros y programas de opinión pública, de distinta orientación y públicos objetivos para buscar una canalización de los problemas.

Rosalía Winocur explica que hasta ahora esta relación ha sido monopolizada por los medios, el marco de ampliación de la participación y la negociación de las condiciones de producción de la información depende mucho de que los ciudadanos aprendan más de la lógica de producción del acontecimiento, particularmente de las condiciones en que un hecho puede volverse noticia.

El desafío para los ciudadanos, las organizaciones civiles y los movimientos sociales no es cómo aparecer en los medios, tampoco cómo apropiarse de ellos, suena tan utópico como hacer de cuenta que no existen, el verdadero reto es aprender a servirse de ellos para poder incidir en la definición de los tiempos, formas y contenidos de los canales de participación. Esto también implica desarrollar la capacidad de hacer valer sus argumentaciones en el plano discursivo, de crear sentidos colectivos y significados comunes, sin dejar de reivindicar los intereses propios. (Rosalía Winocur. La participación en la radio: una posibilidad negociada de ampliación del espacio público. Revista electrónica Razón y Palabra. Número 55. Febrero-Marzo 2007). <http://razonypalabra.org.mx/n55/rwinocur.html> (visitado el 8 de junio de 2009).

Los medios como la radio son recibidos masivamente en los hogares, vehículos, lugares de trabajo, centros de diversión, etc. implantando una fuerte apreciación del quehacer

social y una apreciación de lo público a partir de la vida habitual de las familias, de los trabajadores, es decir, de la sociedad en sí; no sólo por la publicidad expuesta sino también porque estos sitios se dan características subjetivas de las comunidades como pueden ser la inseguridad, los escasos recursos económicos, malos servicios públicos, educación y de la burocracia gubernamental.

J. Walton³ describe que los noticieros han generado espacios importantes para la canalización y expresión de inquietudes políticas y civiles; se caracterizan por ser receptivos de una demanda mucho más heterogénea y multifacética que los denominados programas de opinión pública. El rasgo propio de este tipo de espacios es que no sólo difunden la obra del gobierno, sino también vuelven pública la inconformidad, la demanda o la denuncia ciudadana respecto de las mismas y, con ello, permiten trazar un espacio de interacción entre la población y el poder local, esbozar “un lugar de expresión de la cosa pública”.

El discurso tradicional que se asigna dentro de las funciones de los medios de comunicación de masas son: lo referencial, la mediación, la de ser instrumentos de consenso y la de ser elementos activos de la producción de la realidad. Lo que nos indica que los medios de comunicación de masas nunca han sido meros reflejos especulares de una realidad que preexistiría a los mismos, sino que, sobre todo, deben verse como instancias que otorgan sentido a la realidad a la que nombran, construyendo las líneas maestras que iluminan nuestra comprensión de aquello.

Es bien sabido, los medios crean efectos de la realidad, planteando un determinado orden del discurso, al tiempo que se legitiman ante el público mediante la exhibición de toda una serie de reglas de uso.

Frente a esta posición, la definición de “público” se concibe ser al menos tan difícil como la de “opinión”. Como afirmaba Habermas, el uso de “público” y de “lo público” muestra una multiplicidad de sentidos distintos. Para empezar, está la acepción legal de “público”, que subraya el aspecto etimológico de “apertura”: es lo abierto a todo el mundo- un lugar público, un camino público, un juicio público- en cuanto distinto de la

³ Jim Walton, redactor-jefe de la CNN

esfera privada, que es algo distinguido o apartado como propio. Encontramos un segundo significado en los conceptos de derechos públicos y poder público. En este caso, “público” denota alguna implicación del Estado. Según este segundo uso, “público” está relacionado con los intereses públicos como se expresa, por ejemplo en la frase “la responsabilidad pública de los periodistas”. Esto significa que se trata de asuntos o problemas que nos atañen a todos, relacionados con el bienestar general.

Como lo expresa, Elisabeth Noelle Neumann, “La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social”, le da otro sentido de “público” podría caracterizarse como psicosociológico. El individuo no vive sólo en ese espacio interior en el que piensa y siente. Su vida también está vuelta hacia afuera, no sólo hacia las otras personas, sino también hacia la colectividad como un todo. Y añade la posición de Ferdinand Tönnies, que el individuo expuesto queda protegido por la intimidad y familiaridad infundida. Pero en las grandes civilizaciones el individuo está aún más expuesto a las exigencias de la sociedad. Entonces Tönnies se pregunta qué es eso de que “se expone” continuamente al individuo y le exige que atienda a la dimensión social de su medio? Es el miedo al aislamiento, a la mala fama, a la impopularidad; es la necesidad de consenso. Esto hace que la persona desee prestar atención al entorno y se vuelva así consciente del “ojo público”.

Esto me hace pensar y me lleva a determinar que del estudio de campo efectuado en las tres estaciones radiales, todos los mensajes de texto enviados aluden a un responsable frente al requerimiento planteado en los contenidos informativos generados por los usuarios y los vuelven visibles en el espacio público, por ejemplo en la tabla #2 (anexo), donde se exponen los temas que ocurren dentro de Cuenca en: arreglo de calles, atención en mercados, servicios básicos; solicitan y responsabilizan al encargado de esa área a la solución definitiva de la problemática. Si bien, no necesariamente se da nombres de quienes son los responsables, el hecho de ejercer determinado cargo en áreas de servicio público le genera el compromiso y sobre todo satisfacer la petición ciudadana.

En el espacio público, traducido en el servicio que según la naturaleza del medio de comunicación brinde a los públicos, la participación ciudadana es vital para transmitir y

ser fuentes de información, y más aún en la radio, en donde la esencia del periodismo está en la capacidad de asombro del propio informador, es que por medio del periodismo radial se torna en una verdadera pasión apresada por la inmediatez, por el sentido de la oportunidad, por esa voraz instantaneidad que nos impide recapacitar sobre la esencia de este oficio-vida y sobre los hechos que nos envuelven, atropellándose unos con otros.

Por eso frente a la participación, en lo profundo de nuestra razón de ser como periodistas, debemos solo procesar la información evitando equivocarnos, porque no se puede alterar el ritmo de la narración informativa. Sabemos que no podemos dejarnos amedrentar cuando nos acosan por nuestras opiniones, ni perder la humildad cuando recibimos críticas, porque somos testigos privilegiados y no los fiscales, jueces o verdugos ante la opinión; debemos resignarnos porque nunca suministraremos una información perfecta, y peor cuando emitimos mensajes de texto, sin siquiera saber que la información emanada por las audiencias sea exacta o verdadera.

La posición del periodista es de servicio, no de poder, aunque haga parte de la estructura de poder, rompe con sus principios al dejarse tentar por el poder de turno o establecer sentencias éticas sin tener independencia e cualquier tipo de poder.

Conforme se trató en el 10mo. Congreso Redcom “Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización”, lejos de eliminar la figura del periodista, el profesional que trabaja con contenidos generados por los usuarios estaría asumiendo una nueva tarea, que podría definirse como ‘editor del lector’, es decir, corrector y asesor de la información emanada por las audiencias.

El libro “De los medios a las mediaciones” de Martín Barbero, aplica el concepto de mediación cultural, para denominar la unión de los medios con las prácticas cotidianas de los sujetos, combinación presente en las prácticas sociales.

Con el pensamiento de mediaciones “entendidas como ese lugar desde donde es posible percibir y comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la

recepción”⁴. Estas mediaciones, definidas como las articulaciones entre las prácticas de comunicación y movimientos sociales vistos como el lugar donde se producen el sentido de los usos. Mediaciones que coinciden con estructuras de poder: sociales, económicas y políticas, en donde los medios de comunicación representan modernos instrumentos de socialización que requieren ser manejados desde un proceso horizontal entre emisores y receptores, por consiguiente, un mecanismo democrático en el que la voz de los oyentes (públicos) sea escuchada.

La práctica comunicativa desde un medio público es una práctica liberadora que facilita al ciudadano a expresarse a través de su voz, en este caso dentro de esta investigación, por medio de los mensajes de texto vía celular, sin interrupciones y condicionantes, es decir, la revolución de las tecnologías motiva una transformación radical de los medios de comunicación y en las actitudes de los individuos. Lo que Martín Barbero critica el denominado mediacentrismo de Marshall McLuhan en la expresión que planteamos como teoría general “el medio es el mensaje”, convertido en un lema de la comunicación. Presagió que el impacto de los medios electrónicos superaría al material del mensaje. Sin embargo, uno de los aspectos positivos del Internet es el intercambio de información, que no depende de los circuitos de las grandes empresas de medios. Consecuencia de ello es el fortalecimiento de los medios alternativos: radio, televisión y prensa comunitaria, que favorecen los procesos sociales de comunicación. Las diferentes generaciones se han decidido a formar espacios públicos de interacción democrática entre ciudadanos bien informados, con derecho a que se escuchen sus planteamientos.

Martín Barbero se enfoca en las mediaciones o la apropiación cultural de los usos sociales de la comunicación, expone una demanda en las prácticas de la vida cotidiana, que no son, una reproducción de contenidos, sino la producción y construcción de sentidos. Esta demanda es también una concepción y práctica de los procesos de comunicación, como espacios para la formación de comunidades e identidades.

“...parto de la idea que los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno

⁴ Esta postulación fue presentada por Martín Barbero en su texto de los Medios a las Mediaciones. 1987

cultural a través del cual la gente, mucha gente, cada vez más gente, vive la constitución del sentido de su vida”⁵.

Por consiguiente, planteo que la prensa, radio, televisión e Internet se han transformado en elementos facilitadores en la participación de las audiencias. La comunicación social es un referente contante para el ciudadano en el conjunto de sus actividades de vida cotidiana: conocer su entorno social, formar opinión sobre los grandes temas de actualidad que configuran la opinión pública, observar los valores sociales dominantes, participar en la nueva cultura popular creada por la industria cultural y establecer nuevas formas de vínculo y establecer formas de vínculo y de relaciones sociales. Lo que ha motivado que convivir con los medios de comunicación y sus mensajes permiten desarrollar mecanismos tecnológicos para lograr un acercamiento entre ellos y los públicos, generando lo que los teóricos coinciden en la importancia del papel democrático de los mass media y su virtud para transportarlos a la práctica. Y en gran medida, los medios masivos favorecen la elaboración y la constitución de nuestras democracias, y los principios y leyes que predominan actualmente como propiciadores y vehículos de la información y la comunicación. Así también, permiten establecer un encuentro de espacios mediáticos en el cual se entienden diversas formas de medios de comunicación y de instituciones mediáticas.

Martín Barbero concibe a las mediaciones como un “espacio cultural, como lugar en que se articula el sentido”⁶, porque ubica los procesos comunicativos dentro de la cultura y propone el análisis desde las mediaciones y la recepción, desde los usos que la gente hace de lo que recibe de los medios, pero también desde sus formas y modos de comunicación. Estas formas y modos de comunicación desde la unidad de análisis: los mensajes de texto vía celular, constituyen ese acercamiento que persiguen los públicos para llegar a la estación radial y que el medio se constituya en el mediador frente al requerimiento que se plantea, es decir, los medios asumen la fragmentación de la ciudadanía y se ofrece como mediadores entre el entendimiento y la razón. No plantea una contradicción, sino trabaja con reglas claras que permitan unificar los múltiples y

⁵ Posición de Jesús Martín Barbero en la Secularización, Desencanto y Reencantamiento Massmediático. El Reencantamiento del Mundo

⁶[http:// www.flacso.org.ec/docs/i4ortiz.pdf](http://www.flacso.org.ec/docs/i4ortiz.pdf) (visitado el 8 de junio de 2009)

diversos sucesos cotidianos, con el propósito de aproximarnos a una táctica que nos oriente en la enorme pluralidad de los acontecimientos “de la heterogénea trama de imaginarios de identidad de las ciudades, regiones, espacios locales y barriales” (Martín Barbero, 1993:43).

Los medios de comunicación no sólo son instrumentos de transmisión de datos, simples mecanismos que permiten la diseminación masiva de información, sino que actualmente son actores que, jornada a jornada, simultáneamente con los diferentes entes que hacen la sociedad en un Estado democrático son responsables del crecimiento y desarrollo social. En esa democracia, la legitimidad de un medio se basa en la posibilidad de crítica. La acción de fiscalización se constituye en garantía de un pueblo, lo que significa que está sumiso a la ley del más fuerte sino que existe la integridad para oponerse a ella. Entonces, los medios son el medio desde el cual la iniquidad y la resignación pueden negarse a permanecer como tales, llegando a la llamada libertad de expresión⁷.

Conceptos

La convergencia tecnológica: En el campo de la comunicación, es calificada como la combinación de recursos digitales con la difusión de mensajes o señales a distancia. Esta convergencia nos permite utilizar el teléfono celular, navegar por Internet o disponer de centenares de canales de televisión.

La convergencia tecnológica se convierte para Ramón Salavarría en un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas, elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.

⁷ Entendida como un derecho fundamental y humano señalado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. Como un medio para la libre difusión de ideas. Para Stuart Mill esencial para el descubrimiento de la verdad.

En el marco de esta perspectiva, la presencia de la convergencia tecnológica en la utilización de los mensajes de texto por parte de los públicos para acercarse a los medios de comunicación, determinará de qué modo ha influido la aproximación de estas tecnologías en el proceso de análisis, participación, seguimiento y respuesta a las inquietudes que se originan en las personas que ven en estos medios de comunicación una alternativa para la solución de sus problemas.

Los mensajes de texto vía celular como un elemento dentro de las nuevas tecnologías, tienen una implicancia tan extensa en los individuos y colectivos sociales, que los transforman de raíz. Ante esto, para describir qué tipo de participación se da, es necesario conocer lo que dice la teoría de la sociedad informacional: basada en el paradigma tecnológico informacional, que implica al capitalismo como sistema social, al informacionalismo como modo de desarrollo y a las tecnologías como poderoso instrumento de trabajo. El papel predominante de las nuevas tecnologías de la información en el proceso de innovación, es establecer relaciones cada vez más cercanas entre la cultura de la sociedad, el conocimiento científico y el desarrollo de las fuerzas productivas.

Participación: Es aquella forma de inserción de los oyentes en los programas de radio, que a través de los periodistas, mediante la disposición de los teléfonos celulares y a través de un ejercicio de mediación profesional, facilitan un contacto y en ocasiones el intercambio provisional entre el emisor y el receptor y hace posible que los oyentes intervengan en el contenido de las emisiones.

En los dos últimos años, las innovaciones narrativas y tecnológicas que han influido en el discurso radiofónico han dado lugar a que las intervenciones de los oyentes experimenten una evolución y participación digital a consecuencia de la presencia de la convergencia tecnológica y la influencia de ésta en las estaciones radiales.

La participación del público en los medios tiene sus orígenes prácticamente desde la aparición del periódico con el correo de los lectores, pero cobra importancia en términos de opinión pública cuando se populariza en la radio el uso del teléfono en la década de los sesenta. A partir de ese momento la presencia de los ciudadanos en los medios se ha ido incrementando paulatinamente, no sólo como recurso de legitimación del discurso de distintos segmentos y programas sino, también, como estrategia de

visibilidad y reconocimiento de las necesidades de distintos grupos e individuos. En México, al igual que en todas las sociedades mediáticas, existen cuatro mecanismos fundamentales de inclusión de la voz de las mayorías y de las minorías en el nuevo espacio público: a) las encuestas de opinión, b) la aparición de representantes de grupo en algún noticiero o programa de opinión...,c) la participación en las denominadas radio y televisión comunitarias, populares, alternativas, etc. d) La participación en distintos canales mediáticos y virtuales: correo de lectores, cartas, faxes, llamadas a la radio y a la televisión e Internet.(Rosalía Winocur, 2002:89)

En este último literal podemos incluir a los mensajes de texto, como vemos puede ser considerado por Winocur como un canal de inclusión mediático y virtual.

La convergencia tecnológica en el espacio público: Este concepto es necesario incluirlo en esta investigación, debido al interés de conocer cómo a través de la presencia de la convergencia tecnológica representada por los mensajes de texto, las situaciones que se presentan en un determinado y segmentado sector de la sociedad, considerando como lo privado pues es conocido y denunciado por un sujeto, se hace público en el momento que es incluido en una programación noticiosa. Lo privado hace referencia al espacio íntimo que manejan los individuos dentro de su espacio privado, el lugar que se posee privadamente, es decir un lugar propio en el mundo y donde lo que necesita ocultarse permanece como tal.

Entre tanto el de espacio público, es ese lugar –físico o simbólico- donde residen los intereses de todos los miembros de una sociedad y cuyos límites e intercambios con lo privado generalmente crean un permanente estado de tensión. Uno de los principales escenarios donde se ventilan estas tensiones son los medios de comunicación.

El concepto de espacio público interesa por dos razones: inicialmente porque es el lugar donde se manifiestan las situaciones que se presentan en la ciudad, y segundo porque las realidades que se presentan en la ciudad son manifestadas con la participación de los públicos en los medios de comunicación.

El espacio público posee también una dimensión socio-cultural; un lugar de relación y de identificación, de contacto entre los individuos y de expresión comunitaria. La dinámica propia de la ciudad y los comportamientos de los ciudadanos pueden crear

espacios que legalmente no lo son, pero los consideran como propios, y ante situaciones que no estén de acuerdo al normal desarrollo del espacio, viene la increpación a través de los medios de comunicación en contra de los responsables, funcionarios o autoridades que son los encargados de mantener ese espacio apto para la utilización de los individuos.

Entonces el espacio público supone pues dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad, así lo manifiesta Patricia Ramírez en el libro *Espacio público y reconstrucción de ciudadanía* en donde se caracteriza físicamente por su accesibilidad, la calidad del espacio público se podrá evaluar sobre todo por la intensidad y la calidad de las relaciones que facilita, por su fuerza de incorporar a los grupos y comportamientos y por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración culturales, las misma que unidas a la vinculación mediática con los mass media, convierten al espacio público en el lugar idóneo para el desarrollo de la participación ciudadana con los mensajes de texto.

Esa dimensión íntima de participación permite pasar de lo público a lo privado como un desplazamiento desde el exterior (la plaza, el foro) hacia el interior de la vivienda, de la reunión colectiva a la vida doméstica. Entre las dos primeras definiciones se sitúa la distinción de esfera pública, pensada en términos de debate, participación, acceso a la información y ejercicio de la ciudadanía (Habermas, 1981), donde lo público involucra tres significados: acceso para todos, visibilidad y bien común.

Lo público y lo privado modifican su carácter y el equilibrio que mantienen entre sí a medida que los cambios sociales, culturales y económicos afectan la institucionalización del poder, tanto en el nivel estructural como en el nivel cotidiano. (Silverstone, 1996:116). En la actualidad ha desaparecido esa brecha entre lo privado y lo público, lo que antes pertenecía al espacio privado se convierte en un interés colectivo.

La generalización de los medios de comunicación electrónicos en las viviendas y la retracción de los espacios públicos provocaron una importante revaloración de lo privado; el hombre contemporáneo vive instalado en su vida privada como el espacio privilegiado de su cotidianidad, una suerte de estado natural y permanente que trastorna la distinción tradicional entre lo público y lo privado.

Cambios tecnológicos en los medios: Los adelantos en los medios tecnológicos de comunicación hacen posible ahora que las personas de América, Europa, Asia, etc., participen en conferencias sin salir de sus lugares de trabajo. Los satélites, el uso de teléfonos, computadoras facilitan esa comunicación a través de grandes distancias como si estuvieran en el mismo sitio. Se puede redactar textos en África e imprimirse inmediatamente en el Ecuador. Discutir, tomar decisiones, resolver problemas sin el gasto de tiempo y energía, es factible con los modernos sistemas tecnológicos. Se aprende a distancia a través de la televisión o en programas instalados en nuestros ordenadores. La posibilidad de efectuar compras y realizar operaciones bancarias sin salir de casa, es una de las tantas facilidades que permiten las nuevas tecnologías. El correo electrónico, transmitido por ordenador o la utilización de los mensajes de texto vía teléfono móvil, puede utilizarse como alternativa de comunicación cara a cara. Esto no solo acelera la comunicación sino que reduce la existencia de barreras, ya que la información enviada por estas vías rompe esas tradicionales formas de comunicación, en la que el individuo necesariamente debía estar presente para efectuar determinada gestión.

Ante esta situación, según la página electrónica Cultura de la tecnología: ¿avance o retroceso? determina que el desarrollo ha marcado al hombre nuevas formas exigentes de adaptación. El hombre de otros tiempos vivía sosegadamente y disponía de amplio margen para adaptarse a nuevas circunstancias. El hombre de hoy funciona con el motor de adaptación al máximo.

En la actualidad vivimos en una sociedad consumista, al aplicar el término de cultura nos referimos en el ámbito de la tecnología y cómo ésta ha modificado la vida de los individuos con la utilización de estos insumos. La cultura implica la adquisición de los medios de comunicación, de ciertos instrumentos del pensamiento y de la conducta que orientan el desarrollo de las personas con la aplicación de modernas tecnologías en beneficio de la adaptación necesaria que permita las relaciones entre los públicos y los medios.

El déficit democrático en la comunicación está relacionado con el problema de la transformación de los sistemas de comunicación e información, tanto de los medios como la emergencia de las nuevas tecnologías. El desafío que

supone para la humanidad no está siendo discutido en el seno de la sociedad civil organizada, sino que, por el contrario, está al margen de la mirada de esa sociedad civil.(Mattelart,2004)

Armand Mattelart⁸ afirma que los medios son un poderoso instrumento de socialización, a la par de la familia, la escuela y el trabajo, que modelan los sentimientos, las creencias, entrenan los sentidos, ayudan a formar la imaginación social; en síntesis, fomentan y facilitan ciertas construcciones mentales por donde transcurre luego el pensamiento de las personas de la sociedad.

Añade que la sociedad se define actualmente mediante un proceso constante de diversificación, transformación y múltiple incidencia de todo tipo de comunicaciones a través de los medios de comunicación convencionales, los nuevos medios de matriz digital, las nuevas tecnologías de los productos culturales y las formas de comunicación institucionales y de las organizaciones.

Una definición que se conoce en la actualidad, al ser uso diario por quienes manejamos los teléfonos móviles son los “mensajes de texto” o también llamados SMS, short message service,⁹ a los programas, tal como ocurre en el caso de las estaciones radiales. Esta modalidad aparece asociada a fines según los intereses de las audiencias.

SMS es un término joven para nuestro medio que a pesar de su pronunciación en menciones y presencia diaria en nuestra vida. Hace tiempo dejó atrás a otras como las cartas, el telégrafo, el fax, por ejemplo. Pues millones de veces cada día es referida por alguien en donde su uso es frecuente.

Esta palabra, SMS, en la mentalidad de las personas no llega a ser un concepto y la mayoría de las personas que la utilizan, no son capaces de definir lo que ella significa y

⁸ Armand Mattelart nacido en Bélgica, 1936. En 1960 finalizó su doctorado en derecho en la Universidad de Lovaina, en Bélgica. En 1962 consiguió un diploma de especialización en demografía en la Sorbonne, en Francia, y partió a Chile, donde residió hasta 1973. Allí comenzó su carrera universitaria en la Escuela de Sociología de la Universidad Católica de Chile

⁹ Se trata de un servicio disponible en los teléfonos móviles, teléfonos fijos y otros dispositivos de mano. La limitación del tamaño de los mensajes, la reducida interfaz de los móviles y el propio lenguaje que se origina en los chats, han contribuido a que los usuarios del servicio SMS hayan desarrollado un uso intensivo de abreviaturas. Cfr. <http://es.wikipedia.org/wiki/SMS>. Visitado el 5 de enero de 2010.

cuando vemos lo que su uso implica, entonces entendemos, que se trata de la utilización de un medio comunicacional al que ha llegado a utilizar la población a nivel mundial.

Considero que la utilización de este medio para la comunicación en todos los niveles ha dado origen a una nueva “ERA”, en donde la invención tecnológica es la que lidera este proceso que apuesta a la aplicación de artefactos mecánicos y elaborados por el mismo hombre para comunicarnos y alimentarnos de información en todas las áreas del conocimiento. Caracterizado a través de un proceso que se impone debido a la mayor comunicación entre las diversas partes del mundo, llevando prácticamente a la superación de las distancias, con efectos evidentes en campos diversos, constituyendo la característica más típica del mundo de hoy.

“Los medios de comunicación no son ajenos a estas nuevas dinámicas sociales, y en ocasiones pueden convertirse en escenarios privilegiados para el desarrollo de procesos ciudadanos como la participación activa” (Winocur, 1998:129).

En mi investigación determino que los llamados SMS, mensajes de texto vía celular, generan los siguientes objetivos frente a la utilización de las audiencias como fenómeno de participación en las estaciones radiales.

- a) El teléfono móvil, con su servicio de SMS, pretende implicar las esferas de la sociedad, dentro de lo que denomino la nueva “ERA”.
- b) Desarrollo de nueva tecnología dentro de las necesidades ciudadanas.
- c) Jerarquizar con su utilización problemas globales (denuncias, reclamos, llamados de atención, etc.)
- d) Conseguir niveles de integración en el mundo de las comunicaciones y conseguir participación, inclusión y acercamiento entre los usuarios del servicio.
- e) Crear un nuevo lenguaje, para la optimización de la capacidad de caracteres que poseen los teléfonos móviles.
- f) Generar conectividad, es decir, mantenerse unidos por medio de una conexión entre un grupo de interesados en mantenerse en contacto.
- g) Crear un nuevo estatus que dé facilidades comunicacionales (potencial comunicativo)

Por consiguiente, a estos objetivos les considero que son un nuevo signo de esta novísima “Era”, como aquello que caracteriza o como elemento del mundo actual, sin embargo, paradójicamente este nuevo signo no ha sido adecuadamente caracterizado, en el sentido al uso que se le puede dar. El problema de este estudio es el determinar si ¿la convergencia tecnológica, por medio de mensajes de texto vía celular, ha ejercido influencia en el acercamiento de sus audiencias a la radio? El caso de tres radios de amplitud modulada en Cuenca, Ecuador. Ya que en la actualidad, los SMS, no sólo son utilizados para lo descrito en líneas anteriores, sino actualmente, es una herramienta que sirve en diversos ámbitos del quehacer diario. El número de mensajes de texto es notablemente mayor al de las llamadas telefónicas; su uso se da en diversas áreas de nuestra vida cotidiana:

Este avance tecnológico transforma las prácticas de recoger información, hasta el punto que el análisis y la verificación de las fuentes se hace difícil de respetar, dada la inmediatez y la presión por ganar la nota en un esquema de competencia. La imagen en directo es reclamada por las empresas televisivas, como lo son para la radio los reporteros, el micrófono y la grabación que permite reproducir sonidos ambiente y declaraciones exclusivas al momento en que se producen, “antes que nadie”. Este parece ser el lema dentro de la competencia comercial, explica la aparición de estos nuevos medios o canales de información en transmisión continua, la difusión de la información y su flujo, como un modelo de información permanente a lo largo del día, bajo el criterio de registrar la noticia al momento en que se produce y suministrar el servicio cualquiera que fuese a nivel mundial.

La abundancia de información, resultado de estos progresos tecnológicos aún recientes, ofrecen nuevas posibilidades para producir pistas o huellas y generar investigación que puede ser considerada como periodística. La información ya no es tributaria de las limitaciones técnicas anteriores, sino que ahora estamos en una época de múltiples potencialidades ofrecidas a las diversas categorías de actores dentro del proceso comunicacional. A ésta nueva Era corresponde una redefinición en las prácticas de los informadores.

Una de las características de los mensajes de texto es el inmenso potencial comunicativo que emana, con la perspectiva comunicacional local que se difunde a través de los

medios origina un fenómeno que día a día crece con la utilización del teléfono móvil y a mi entender desarrolla una dinámica ciudadana y participativa que, hasta ahora, no ha encontrado cauces adecuados de expresión.

Capítulo II

La radiodifusión en el Ecuador

Cronología de acontecimientos

En el año 1925 la radiodifusión en el Ecuador inicia con emisiones experimentales en radio El Prado en Riobamba, de propiedad del señor Carlos Cordobés y comienza sus transmisiones en 1929.

En 1927, en el barrio Las Peñas, en Guayaquil, se forma radio París creada por su dueño, Francisco Andrade.

En 1930 se inaugura en Quito, radio La Voz de los Andes HCJB, que hasta la actualidad se mantiene operativa.

La presencia en el Ecuador de Clarence C. Moore y Herbert Jacobson de HCJB, permitió que la radiodifusión alcance un reconocimiento internacional para que se inicien pruebas digitales DAB (Digital Audio Broadcasting) durante el año 2004 y 2005, hecho que solo ha quedado solo en eso ya que en el país todavía no se cuenta con la radio digital.

Un hecho que sucedió en Quito y que refleja el poder que tiene la radio y su influencia en los públicos, “ocurrió en la noche del sábado 12 de febrero de 1949. Se transmitía una adaptación criolla de la novela "La Guerra de los Mundos"¹⁰. del escritor inglés H. G. Wells, la misma que 11 años antes produjera pánico en extensas regiones del Este de los Estados Unidos, al transmitirse para radio.

Concebida por el director artístico Leonardo Páez, la emisión causó una verdadera agitación popular en Quito, una ciudad esencialmente tranquila en ese entonces. Al sentirse burlados, varios oyentes se desahogaron contra el edificio en donde funcionaba la emisora y el periódico El Comercio.

¹⁰ La Guerra de los Mundos. Diario La Hora www.dlh.com.ec (visitado el 31 de marzo de 2009)

Según describe Diario La Hora, primero fueron lanzadas piedras y ladrillos, luego alguien prendió fuego al edificio situado en el Centro Histórico de la Capital de la República, apenas a una cuadra del edificio de correos, las grasas y aceites de la imprenta del periódico, al igual que el papel ahí almacenado, permitieron que el incendio se inicie.

El argumento de la novela de Wells narra el inesperado descenso a la Tierra de una máquina celeste procedente de Marte. Muchos quiteños no conocían la obra de Wells, pero sí reinaba un clima propenso a su presentación, pues en la prensa local por coincidencia se hablaba en esos días de avistamientos de platillos voladores en las montañas cercanas a Pasto, en Colombia.

Diario La Hora considera que si el objetivo era sorprender a la audiencia, ello se consiguió. Muy pocos estaban al tanto de lo que los actores del radioteatro tenían planeado. Los populares cantantes Benítez y Valencia también se sorprendieron. Después de su primera canción en vivo, el locutor los interrumpió para informar que ya se había visto un objeto volador sobre las Islas Galápagos. Y no terminaron de cantar la tercera canción cuando el locutor informaba que un platillo volador había descendido en las afueras de Quito, en el barrio de Cotocollao.

Ahí empezaba la dramatización. Hablando a través de un vaso para distorsionar la voz, los actores seguían informando sobre la visita de los extraterrestres. Podían escucharse órdenes impartidas a destacamentos de las Fuerzas Armadas para que atacaran a los supuestos invasores.

Pero la obra no terminó de irradiarse porque la marea humana no permitió que continuara. Sólo se alcanzaron a transmitir unos 20 minutos del radio teatro antes que una masa enfervorizada encendiera el edificio donde funcionaba la estación.

La policía, al no divisar extraterrestre alguno en las afueras de Quito, y viendo que se trataba de una burla, se desentendió del problema. No se prestó ningún auxilio a los artistas, periodistas y demás trabajadores que intentaron ponerse a salvo, saltando del techo del edificio a otro colindante.

Los daños se calcularon en ocho millones de sucres, muy por encima de los dos y medio millones que era el valor asegurado de los bienes. Cinco personas perecieron calcinadas en las llamas. Radio Quito estuvo fuera del aire durante dos años. Sólo el 30 de abril de 1951 pudo reanudar sus transmisiones, así lo describió el medio impreso (Diario La Hora).

En cambio, en Cuenca en 4 de noviembre de 1985 se dio la conocida “Noche de los Giles”¹¹, en la que se anunciaba la presencia de un terremoto que se iba a dar en horas de la madrugada. Muchas estaciones de radio prendieron sus transmisores y empezaron a difundir esta noticia que estaba causando gran temor en la ciudad. Los medios de comunicación que salieron al aire, acudieron directamente a la fuente, es decir, a personas que saben de este tipo de fenómenos, y más bien jugaron un papel de tranquilizadores y de orientadores, en el sentido de que un fenómeno natural de este tipo era difícil de predecir. Lograron que a través de la información que se difundía se apaciguaran los temores en la gente, e incitaron a que los individuos que abandonaron sus domicilios regresaran a los hogares, pues ese rumor, solamente quedó en eso, ya que era un dato falso y de difícil credibilidad debido a que nunca se supo de donde salió.

La radiodifusión en Cuenca

Daniel Pinos radiodifusor cuencano, expresó que la radiodifusión se originó con el descubrimiento de la energía eléctrica descubierta por el alemán Rudolf Hertz. Lo que fue aprovechado por el italiano Marconi y el inglés Fleming, a través de la invención de la “válvula electrónica al vacío”, que permitía la transformación y ampliación del sonido y las señales son captadas por un receptor.

Alejandro Orellana, en la década de 1930 trae a la ciudad un equipo pequeño para aficionados, de apenas 10 vatios de potencia. En esa época el único radiotécnico, era Octavio Espinoza quien instala y sintoniza ese primitivo transmisor. La instalación se

¹¹Todo empezó con una llamada telefónica al filo de la medianoche: a las tres de la mañana la ciudad sería sacudida por un terremoto. Dicen que la alerta se originó en Guayaquil, y hubo “giles” en Cuenca que se lo creyeron (148.243 cuencanos). Inmediatamente, el desenfreno de llamadas entre hijos, primos, tíos, amigos, vecinos, compadres, sobrinos, hermanos, abuelos, padres, conocidos, enemigos, reconciliados, camaradas, bodys, colegas, confidentes..., se encargó de propagar la noticia: se viene el terremoto. Edmundo Maldonado Samaniego, articulista de diario El Mercurio, inmortalizó el acontecimiento.

realiza con una antena de alambre sobre el techo de una mansión ubicada en el Centro Histórico. Con este pequeño equipo, artistas e intelectuales efectúan programas artístico-culturales, en la que se llamó la Radio de Cuenca, que desaparece posteriormente. En noviembre de 1936, con el diagrama del anterior equipo de Octavio Espinoza se elabora un transmisor, ya no de 10 sino de 25 vatios de potencia, era radio La Voz del Tomebamba HAC5ET, iniciando la era de la radiodifusión profesional.

La radio se inicia como afición y luego con una perspectiva de generar negocio, sin embargo, en ese entonces a la gente no le interesaba invertir en estos medios por lo que motivó la desaparición de una decena de radios, ya que, los ingresos eran prácticamente nulos.

En la sociedad cuencana, los medios radiales tienen su origen en la década de 1930. En la investigación efectuada por Martha Cardoso de Piedra y Enrique Cardoso, la misma que sirvió como tesis de graduación y que se tituló “La Radiodifusión en el Azuay: historia, influencia social” se menciona a Juan Eljuri Chica, como el precursor de las audiciones radiales en este sector del país.

No ha sido posible establecer la fecha exacta, pero sí es seguro que al comenzar la década de los años treinta, entre 1934 -35, un grupo de jóvenes cuencanos entre los que cuentan: el Doctor Justiniano Espinoza, Señores Carlos Joaquín Córdoba, Humberto Ordóñez, Eugenio Vintimilla, Gerardo Merchán Tinoco, Alejandro Orellana Solano, Doctor Tomás H. Quintanilla y Juan Eljuri Chica, con finalidad social, fundan el Club denominado: “Pals Club” (Club de los Compañeros) y lo sitúan en la casa de Doña Isabel Moscoso Jurado, en una de las calles que rodean al parque Calderón.(Cardoso, M. Cardoso E.(1977) La Radiodifusión en el Azuay. Tesis para optar al título de Licenciatura en la Especialidad Ciencias de la Información. Universidad Estatal de Cuenca.

Esta investigación describe que el Club de los Compañeros, por medio de una radio Scott, proporcionada por Juan Eljuri Chica, se le acopla un micrófono de carbón directo a su parlante para difundir las primeras audiciones eléctricas al público que circulaban por el Parque Central de esta ciudad.

El procedimiento de comunicación eléctrica no se efectuó a través de un equipo transmisor que lleva su información por medio de las ondas hertzianas y por lo mismo no se recibieron en radio receptores, ya que tampoco existían en ese entonces. Solo fue

por medio de la colocación de un parlante y un micrófono para llamar la atención de la ciudadanía.

La influencia de conocer que en Guayaquil, Quito y Riobamba, un personaje oriundo de la provincia del Guayas, de nombre desconocido, donó al denominado Club de los Compañeros un equipo transmisor de 40 centímetros de alto, equipado con una cubierta y un armazón de madera con un micrófono de carbón semejante a las cápsulas de teléfono y con potencia de 10 vatios, fue lo que motivó la creación de la primera señal de transmisión de radio telefonía sin hilos en la provincia del Azuay, dando origen a la emisora “La Voz del Tomebamba”¹².

Fueron seis familias cuencanas los primeros radioescuchas por tener las llamadas cajas de música y vivían en el centro de la ciudad. A la hora de encenderse la luz se reunían alrededor del aparato a escuchar las señales de radio. Estaba provisto de un altoparlante y válvulas amplificadoras, y adaptado a varias longitudes de onda. Todo acondicionado en una sola caja que captaba emisoras de otros continentes en onda corta, con programaciones de conferencias, conciertos y recitales e incluso los sucesos de la Segunda Guerra Mundial. (Cardoso Martha, 2009:11)

En 1941 radio La Voz del Tomebamba, desapareció del dial luego de varios años de funcionamiento por la intervención de la Caja Nacional del Seguro. En 1970 cambia de dueño la emisora y se mantiene vigente hasta la fecha. Así lo cita Jorge Piedra Cardoso, gerente de esta emisora:

La Historia de la Voz del Tomebamba tiene su origen el 24 de mayo de 1938 con sus primeras audiciones en manos del señor José Justiniano Espinoza. Hasta que en los años 60, la radio cae en deudas con el IESS y la frecuencia regresa al Estado. Luis Tapia era el encargado de reversar la frecuencia o de reactivarla, y por una casualidad de la vida mi padre (Jorge Piedra Ledesma), se encuentra con el señor Tapia, y le ofrece a él. Se realizan todos los papeles durante la Dictadura Militar en Quito, en la Dirección de Frecuencias, y fue otorgada la frecuencia en el año de 1971, siendo ya 38 años en manos de nuestra familia.

¹² Estación radial que opera en 1070 A.M. y 102.1 FM

Orden cronológico de aparición de radiodifusoras en Cuenca:

No.	AÑO DE APARICIÓN	RADIODIFUSORA
1	1935	Primer equipo y radio transmisor “ La Voz del Tomebamba”
1	1945	Radio Cuenca
2	1946	Radio Universal
3	1949	Radio Ondas Azuayas
4	1949	Radio Alborada
5	1949	Radio El Mercurio
6	Entre 1949 y 1955	Radio Hermig
7		Radio Cuenca (nueva)
8		Radio Ecuador
9		Radio Amazonas
10		Radio Reloj
11		Radio La Voz del Perpetuo Socorro
12		Radio Atenas
13		Radio Visión
14		Radio Popular
15	1957	Radio Ondas Azules
16	1965	Radio Splendid
17	1965	Radio Tribuna del Sur
18	1965	Radio América
19	1966	Radio Eco
20	1967	Inaugura primer canal de Televisión, con el nombre de Canal 3, hoy Telecuenca
21		Entre 1970 hasta la actualidad se han creado alrededor de 40 radiodifusoras más
22	1992	Radio Alpha

En la década de 1930 las antenas de las radios AM, amplitud modulada, eran simplemente dos palos delgados en donde colgaba un alambre trenzado de cobre conectado al transmisor. A pesar de la aparente simpleza de este sistema se obtenía una señal potente, que se escuchaba en gran parte del país. El alambre de cobre era utilizado como antena; preparado previamente al quitarle el esmalte del mismo raspándolo con cuchillas, para hacer esta labor se amarraba el alambre de cobre entre dos estacas de un metro de alto, o en medio de dos árboles; una vez templado el alambre, se empezaba a quitar el esmalte raspando todos los lados, efectuado esto, se unían varias hebras de alambre y se formaba el cable para la antena de la radio.

En la actualidad, las antenas antiguas han sido reemplazadas por antenas de hierro galvanizado, que a pesar de su altura no logran el mismo alcance en la cobertura de la señal que antes se obtenía con un sistema más rudimentario como eran los dos palos y el alambre de cobre. Entre las explicaciones que dan los técnicos es que antes existían menos emisoras en el espectro radioeléctrico y menos edificios y viviendas que impiden la emisión de la señal, por la irradiación que se produce.

Por ejemplo, Radio Ondas Azules, hoy con el nombre de Radio Splendid¹³, empezó su funcionamiento en onda corta, con un viejo transmisor que tenía ya sus años de uso y que fue comprado a la compañía aérea Braniff International Airways, el cual fue acondicionado para el funcionamiento de la radio con éxito, como efectivamente ocurrió.

El transmisor brindó su servicio a la radio durante 43 años, tiempo durante el cual se le acopló nueva tecnología, reemplazando los tubos o válvulas por transistores. El equipo se componía de tres cuerpos independientes, con un largo de 2 metros y un alto de 2,10 metros más una fuente de poder. La potencia de salida del equipo era de tres a cuatro kilovatios y funcionaba con una antena sencilla compuesta por dos tubos o palos conectados por un alambre en forma de T, que se conectaba al transmisor, para el gerente de radio Splendid “es importante destacar que recién a los dos años de fundación de la radio surge la necesidad de su propietario Rubén Valencia Zurita de

¹³ Radio Splendid opera en la frecuencia 1040 A.M.

ponerse la frecuencia de amplitud modulada, AM, frecuencia con la se sigue laborando hasta la presente fecha”.

El primer técnico de esta emisora fue Luis Vázquez, posteriormente Rubén Valencia Zurita; en base a la práctica y a su curiosidad investigativa empieza a reparar el transmisor de la radio cada vez que se averiaba. Con el paso de los años Rubén Valencia adquiere mayor conocimiento sobre el manejo de los transmisores y construye el equipo de onda corta de la radio, el que tenía un alcance nacional e internacional. Durante los años de vida de este equipo se recibieron reportes de sintonía de países como Estados Unidos, Australia, España, etc.

El excesivo consumo de luz y la poca rentabilidad que dejaba el funcionamiento del equipo de onda corta motivó su venta a un grupo de religiosos del Oriente ecuatoriano.

El prestigio alcanzado por Rubén Valencia Zurita, como radiotécnico motivo a que los dueños de otras emisoras le busquen para que repare sus equipos o construya transmisores para nuevas emisoras como Radio América, Canal 970, Radio La Voz de El Oro, Radio El Sol de la provincia de El Oro, Radio San Fernando, Radio Chaguarurco en Santa Isabel. Valencia también fabricó transmisores para emisoras de Loja, La Troncal, Alausí, Macas, Sucúa. También participó en la construcción de los equipos de Ondas Azuayas y Radio El Mercurio junto a Luis Vázquez en la década de los años 1960 y 1970.

La emisora en sus inicios trabajó con música nacional: albazos, pasillos y otros géneros periodísticos. Los primeros acercamientos en donde se logra el contacto con los públicos y que se repetía en varias emisoras de la localidad, eran los mensajes musicales, describe Marieta Vintimilla, propietaria de la estación; esta participación tenía un costo de tres sucres por mensaje, y las denominadas complacencias tenían un precio de diez sucres por cada cuatro mensajes que eran transmitidos a través de esta estación radial.

De esta recopilación asumo que a finales de la década de los 50 e inicios de los 60, los públicos que escuchaban la radio empezaron a sentir la necesidad de ser partícipes de las programaciones radiales, sin importar que tengan un costo, es decir, estos medios de comunicación se convirtieron en un negocio y sus propietarios visionaron la necesidad de ser una “radio comercial”.

Según cuenta la historia de la radio en el Azuay, de manera especial en el libro *Historias de Radio*, la mayor parte de las programaciones de las radios en sus inicios eran de tipo literario y musical. Programas elaborados por hombres de letras y cultos, cuya recepción era destinado a un grupo pequeño de la población, pues recordemos que al inicio eran seis familias las que poseían un receptor; a más de que en ese entonces no existía energía eléctrica, y como resalta Martha Cardoso el nivel educacional y cultural de la población no les permitía la fácil comprensión de los mensajes y tampoco se tenía el interés por conocerlos.

Al inicio las emisoras casi no difundían publicidad, mas bien, su programación estaba enfocada a la emisión musical y la programación era efectuada por los propietarios y por gente seleccionada.

Con la implementación de técnicas electrónicas en 1938, se empezó con los cambios en las creencias y costumbres muy propias de los habitantes de este sector del país. Los primeros mensajes que se enviaban a través de la radio al instante colocaban el contenido de hacer participar a los públicos por intermedio de sus ideas, interés y preocupaciones se empezaron a dar a finales de 1946, a través de los programas en vivo que auspiciaban las estaciones en ese entonces.

Pero este al comienzo un privilegio más de una clase representada por una pequeña minoría de origen terrateniente, en contraposición a enormes núcleos humanos marginados, desposeídos de definiciones culturales y económicas. Más tarde emergieron sus espacios. (Cardoso Martha, 2009:44).

En las primeras décadas del siglo XX aparece el tubo de vacío para los transmisores de radio, los que han sido reemplazados por los transistores, pero no en su totalidad en lo que se refiere a transmisores; sí en cuanto a receptores, que en una época eran tan voluminosos y por los adelantos de la ciencia se hacen más livianos y portátiles.

Para Martha y Enrique Cardoso, en su tesis profesional, manifiestan que de esta manera la radiotelefonía, importante nuevo medio de comunicación pública, empieza a servir más eficientemente a los intereses comerciales y en vez de declararse un medio de difusión al servicio del público, se convirtió en el adecuado campo de competencia comercial y difusión ideológica con la publicidad y propaganda.

En Cuenca durante los años 1934 y 1935, en la que aparece la primera radio, se contaban cuatro radio receptores; luego, en la segunda mitad del mismo año, este número crece y todas las familias adineradas de la ciudad poseen uno en su casa, pese a las grandes dificultades de transporte y comunicación de ese entonces. El primer aparato transmisor de radio en la provincia del Azuay, tenía un alcance en algunos barrios de Cuenca, pero luego sus dueños aumentan la potencia del equipo a 50 vatios, elaboran un horario de transmisiones de 18h30 a 20h30, de lunes a domingo.

Luego de varios años con el apareamiento del fútbol profesional, en la década de 1970, Cuenca se convierte en una ciudad que gira en torno a este nuevo fenómeno social que se iniciaba. Las radios que existían en ese entonces miran en ese espacio como un sitio en donde se podía generar un negocio y lucrar de esta actividad, lo que motivó el origen de la publicidad radial.

En 1971 se empieza con el espacio de noticias en varias emisoras de Cuenca, acompañadas de los espacios musicales, ya como un negocio lucrativo, a pesar de que en ese entonces se consideraba que colocar publicidad en los medios de comunicación era desperdiciar o “botar” el dinero, debido a que la sociedad no veía a los medios de comunicación como espacios que le podrían ayudar a mejorar su situación personal, y más aún su situación comercial, para quienes poseían negocios. Hecho que hasta ahora se presenta, pero desde luego con menor incidencia.

En la actualidad los transmisores de radio y que utilizan prácticamente todas las estaciones radiales están compuestos por un sistema de transmisores en estado sólido, es decir, incorporado por chips, tarjetas de memoria y tarjetas de modulación. Cada tarjeta posee un kilovatio de potencia, que en caso de quemarse por situaciones climatológicas no suspende la irradiación de las ondas, situación que entre los años de 1930 y 1970 obligaba a parar y al apagón de la emisora. Las radios en el Ecuador generalmente tienen una potencia de 10 kilovatios lo que permite tener alta fidelidad y alcance de cobertura óptimo.

Radio Alpha¹⁴, relativamente es una estación nueva en la ciudad (con los dueños actuales), que no tiene mucha historia en cuanto a su formación, nace de la oportunidad de formar una empresa comunicacional por parte de la familia Ávila Solano, adquiriéndola a sus dueños iniciales Marcelo Herrera y Enrique Mora la frecuencia que la poseían desde 1940. Su target apunta a sectores de comerciantes mayoristas y vendedores en los mercados de la ciudad, población rural y un estrato minoritario en el sector del transporte urbano y parroquial, incluso en el anexo que incluyó al final de este trabajo, no registra rating de sintonía, pero es una estación de las tres que utiliza los mensajes de texto para acercar las audiencias a la radio.

René Ávila, uno de los propietarios de la estación, señala que la vocación del periodismo nació conjuntamente con la de su hermano Bolívar, “apenas existió la oportunidad de adquirir la frecuencia, la familia realizó un esfuerzo económico para poder comprarla, situación que se dio a finales de 1992”, luego de superar las complicaciones tecnológicas, la contratación de talento humano, se alcanzó este sueño familiar.

Ávila, aclara el lema de la radio es “periodismo por la vida”, en razón de ser una emisora humanista que informe, eduque y que sea un aporte a la colectividad. Con una programación que se extiende las 24 horas.

¹⁴ Radio Alpha opera en la frecuencia 1140 A.M.

Primeras participaciones de las audiencias

Desde que se iniciaron las transmisiones radiales en la provincia del Azuay y en especial en Cuenca, el papel de la radio ha sido contumaz o el más efectivo en varios sucesos sociales que a continuación describo:

En radio La Voz del Tomebamba, cuando la más voraz plaga de langostas, que se recuerda, se hace presente en la provincia de Loja durante el año de 1946, la emisora presta en forma constante sus micrófonos para intercomunicaciones entre Loja, Quito y Bogotá.

En 1941 cuando ocurre la invasión de las fuerzas peruanas al Ecuador, el llamamiento para el auxilio a los damnificados se hace a través de los micrófonos de las radios cuencanas. Otra labor importante que vincula a la sociedad con las estaciones radiales, es cuando sucede el terremoto de Ambato, 5 de agosto de 1949; se establecen contactos radiales con estos lugares, Cuenca responde y se recaudaron 300.000 sucres que se entregaron en Baños, Guano, Pelileo y Píllaro, mencionan los hermanos Cardoso en su publicación.

Cuando en el Azuay se produjo escasez de azúcar durante el gobierno de Velasco Ibarra, en su segundo mandato en 1944 a través de boletines informativos, varias emisoras sugirieron el racionamiento y la forma de cómo debía distribuirse el producto en los barrios. Hecho que no fue bien visto por las autoridades de turno, quienes culparon a las radios y de manera en especial a La Voz del Tomebamba de provocar sublevación del pacífico pueblo cuencano. Ante estos hechos, los representantes municipales y autoridades gubernamentales se vieron en la necesidad de hacer caso al planteamiento y a la sugerencia que hacían las emisoras en sus distintos noticieros. Dividieron la ciudad en 28 barrios, con un jefe seccional en cada uno de ellos y se consiguió una distribución equitativa del producto.

Según archivos de radio Ondas Azuayas, en 1949 a esta emisora se la conoce como la “Emisora Combativa”, debido a que vivió días difíciles debido al fanatismo exagerado

de grupos dominantes de la sociedad azuaya. Toda la represión efectuada por estos grupos, en algunas ocasiones hubiera sido suficiente para que la emisora deje de funcionar por los boicots, ataques directos y presiones que cobraron fuerza sobre todo al apoyarse en el fanatismo religioso, magnífica arma ejercida por los grupos de poder en nuestro medio. No fueron pocas las veces en que sacerdotes de sello fascista predicaron en sus púlpitos los peores improperios contra esta casa radial, incitando a toda la población a levantarse en ataque directo contra el local en donde funcionaba.

La historia de esta radio también cuenta que en la campaña anticomunista, por la que tantos crímenes se cometieron a nombre de la religión, se comprobó que un sacerdote colocó bombas explosivas en su propio púlpito y confesionario y en las puertas de otras iglesias en complicidad con un agente de la Central de Inteligencia Americana (CIA), se culpó de esta acción a estudiantes universitarios y también a radio Ondas Azuayas. La emisora fue atacada por masas de peones de hacienda y fanáticos religiosos, que eran ignorantes y explotados; lanzaron piedras e intentaron incendiar la radio con el pretexto de que era una manifestación religiosa.

Para comprender el valor de la posición democrática de esta radio, que desarrollaba su labor acosada, Daniel Pinos, radiodifusor azuayo, recuerda de varios casos de asesinatos ocurridos en la llamada campaña anticomunista, en donde este medio radial en especial, mostró su total oposición a estos hechos bochornosos que avergonzaron en su época a la ciudad. Con el ánimo de establecer las condiciones en las que tuvo que desenvolverse esta “Emisora Combativa”, también se resalta el haber soportado boicots económicos que se ejercían por medio de las cámaras de la producción. A radio Ondas Azuayas se le trató de acallar por todos los medios, uno de ellos era la constante impresión de panfletos en contra de la estación.

Así mismo, ya en la década de 1980 se da la necesidad de descubrir lo que quiere la opinión pública, entendida ésta como una de las construcciones simbólicas de mayor peso en los ámbitos de la política y la comunicación. Frente a esto la Voz del Tomebamba, emprende encuestas que indagan sobre la urgencia de estas necesidades a 3.000 personas y los resultados resaltan el deseo de incrementar el servicio telefónico:

Las preguntas y las respuestas demostraron la influencia de la prensa y de manera especial de la radio en la explicitación de una necesidad socio-cultural. El Municipio contrata con la firma Ericsson entregando 750.000 sucres como cuota inicial y acompañado de 750 contratos de 1.000 sucres cada uno. Así se logra la moderna instalación automática, la primera en el país.

Para los años de 1980, sucede algo impensable para esa época, “dejar que la gente hable”, es decir, que los públicos empiecen a participar en las programaciones noticiosas. Muchas familias, aunque no todas, poseían ya teléfonos convencionales, a pesar de que era muy difícil conseguir este servicio. Las personas empezaron a comunicarse con las estaciones radiales, de manera singular para iniciar un proceso de transformación política en Cuenca. Al retorno de la democracia en 1979 con la presencia de los conservadores en el poder empieza a decrecer la hegemonía de estos movimientos que tenían alta influencia en nuestra sociedad. Por eso para 1984, la presencia de pensamientos de izquierda empiezan a predominar en la comunidad cuencana, con sus primeras ponencias y planteamientos que motivaban a cambiar de línea de cómo conducir a la ciudad y al país; convirtiéndose en una gran alternativa democrática y política. La ciudad conservadora deja de ser “conservadora” y se inicia la presencia ideológica de nuevas preferencias partidistas, todo esto por los espacios que se originaron en las estaciones radiales de Cuenca.

La influencia de los medios de comunicación y en especial de las radios de ese entonces, incidían notablemente en la sociedad. La posición ideológica de los dueños de los medios transformó el entorno económico, social y político en el reinicio de la democracia en el Ecuador. Las denuncias, las injusticias sociales: las diferencias entre ricos y pobres, las inequidades, la pobreza; fueron los primeros temas que se empezaron a abordar en los espacios de participación de los públicos en las emisoras de la localidad. Las programaciones de tipo político y de opinión fueron muy variadas. Los boletines informativos recogían casi en su totalidad noticias de tipo localista con pequeños porcentajes de noticias de cantones de las provincias y del extranjero. Se lograban además programaciones de opinión sobre la política nacional.

A más del teléfono como la primera herramienta de comunicación directa con las radios, los escritos a través de cartas eran otra manera como los públicos pretendían tener un acercamiento con los medios de comunicación. Según Daniel Pinos, llegaban manuscritos de todo tipo: felicitaciones tanto a la radio, como a los entrevistados sobre sucesos que se desarrollaban en la sociedad cuencana: opiniones, denuncias en atención a servicios básicos, requerimientos a autoridades locales y provinciales, cartas de presidentes, congresistas o senadores, etc.

Hasta el momento vemos que los nexos entre radio y sociedad dentro de un proceso de participación, se da desde los inicios mismos de la radio.

La radiodifusión se origina en el descubrimiento de la energía eléctrica y, a través de ella la propagación de las ondas hertzianas, descubiertas por el alemán Rudolf Hertz en 1888, lo que permitió los primeros vínculos entre los medios de comunicación con la gente, sea cual fuese la condición económica y social. (Daniel Pinos, 2007:24)

Conforme se empieza a generar espacios noticiosos la sociedad participa activamente en los medios de comunicación. Se crean necesidades que no son escuchadas por las autoridades de turno, y como la radio era un medio prácticamente nuevo, novedoso y que generó gran sintonía; el temor de ser nombrado por alguna acusación o insinuación obligaba a los mencionados a actuar inmediatamente frente a los llamados en los noticieros. Todos estos acercamientos desde luego a través de la línea telefónica y las cartas.

Según Miguel Roiz¹⁵, el modo indirecto de presionar en esta nueva sociedad se ejerce por el mecanismo de la comunicación de masas, que, en mi opinión, incluye claramente dos estructuras sociocomunicativas articuladas aunque diferenciadas, que él le explica como:

1. Los medios de comunicación como mecanismo principales de difusión de mensajes, sobre todo aquellos basados en la imprenta, el periodismo, el cine, la radio y, muy en especial, la televisión, incluyendo recientemente el Internet.

¹⁵ Autor del libro La Sociedad Persuasora. Control cultural y comunicación de masas.

2. Los numerosos contenidos transmitidos a través de estos medios programados por la fuente de información y por los emisores institucionales (empresas editoras, consejos de redactores, cadenas de radio y televisión), considerados como portadores de símbolos y de elementos ideológicos.

A partir de estos dos últimos años (2007-2009), los mensajes de texto vía celular en las radios La Voz del Tomebamba, Splendid y Alpha en los horarios de sus noticieros matutinos se han constituido en una corriente alternativa de comunicación de la sociedad con los mass media, debido a su rapidez e instantaneidad en la transmisión de los mensajes, aunque esta última característica difiere según al seguimiento de campo que realicé durante mi investigación y la describiré con más detenimiento en el próximo punto.

El avance de la práctica en la comunicación electrónica representó cambios sustanciales en las costumbres tradicionalistas que tenían los medios de comunicación y por lo tanto en la sociedad cuencana. Irradiar el mensaje al instante del acontecimiento, pone en realce la capacidad de participación de una enorme audiencia. Expresando sus ideas, pensamientos, preocupaciones y necesidades, que al inicio de la radiodifusión azuaya era un privilegio más de una clase representada por una pequeña minoría de origen terrateniente en contraposición a grandes núcleos humanos desprotegidos, en aspectos económicos, culturales y sociales. La radio siguiendo a Ricardo Hays dice: “Es un medio apto para contribuir a la revalorización de matrices culturales no solo de sectores intelectuales, sino también de grupos populares”.

La radio como un medio joven de comunicación social, introdujo en esa sociedad tradicionalista de la década del 30, nuevas pautas de comportamiento a través de la difusión de sus mensajes. Pues lo que correspondía a un pequeño grupo ilustrado se expresaba en casi la totalidad de sus programas que eran literarias, muchos de ellos libretados, grandiosos y espectaculares; de lenguaje florido, exageraciones verbales que si bien la gran masa tenía alguna oportunidad de escucharlos, aunque se torturen el cerebro no podían descifrarlos. (Cardoso, 2009:46)

Sin embargo, esta última situación ha cambiado radicalmente, la sociedad en la actualidad ya no es marginada ni rechazada en su vínculo de “pertenencia” con la

radio. Todos los estratos sociales a través de la llamada convergencia tecnológica (mensajes de texto vía celular) se convierten en los mejores calificadores y receptores activos de las comunicaciones, informaciones y mensajes que emiten las radiodifusoras. La diferencia es notoria con relación a los primeros mensajes que se daban, todos los individuos que dispongan de aparatos de última tecnología, en este caso, los llamados teléfonos móviles o celulares están en la capacidad de representar a un estrato social y lograr ese acercamiento con las emisoras y convertirse en lo que en la actualidad se conocen como “periodistas ciudadanos”, o ciudadanía que se convierten en informadores de lo que sucede en la sociedad.

De la investigación seguida, y contrario a lo manifestado por Delia Crovi en Políticas públicas, TIC e investigación en América Latina. Una mirada desde México, parte 3: Jóvenes y medios de comunicación y publicada en El Portal de la Comunicación, dice que se encuentran jóvenes altamente integrados o medianamente integrados al uso de las nuevas tecnologías, los que al mismo tiempo, están estableciendo innovaciones en términos de usos sociales y una experimentación frente al conocimiento y el manejo de las tecnologías, que es muy diferente al de las generaciones anteriores. Puntualiza que por primera vez, ellos saben mucho más de un tema que sus mayores y se les reconoce. Entonces ahí advertimos que se produce un cambio relacional muy importante con los adultos.”

Difiero de esta apreciación debido a que de mi estudio se desprende que los públicos, entendidos estos como miembros de la sociedad, son receptores desde los 26 años (anexo 1-encuesta). Resulta lógico este resultado, pues el promedio de oyentes que escuchan los noticieros son público adulto, es decir, mayores de edad. Sin embargo, coincido en el último concepto de Crovi en la que se advierte un cambio relacional con los adultos, en el sentido de que las personas que participan en los noticieros solicitan ayuda de sus hijos niños o jóvenes para enviar sus participaciones por la dificultad que les resulta la utilización de los teléfonos móviles.

Evolución de la radiodifusión

Los medios de comunicación masiva, se han consolidado como forjadores de la necesidad vital que tienen los seres humanos como es el de informarse. Tomar decisiones a través de lo que se ve, escucha o se lee en los medios los convierten a estos, en agentes persuasivos de los sujetos en la vida cotidiana.

La radio como elemento en donde se desarrolla el objeto de esta investigación, está dentro de una sociedad necesitada de información, que ha motivado una dualización entre públicos (radioescuchas) y el medio de comunicación. A través de la radio se forma la construcción cultural de la sociedad, creando imaginarios de hechos que se desarrollan alrededor de los individuos sobre sus formas y estilos de vida, manifestaciones de exclusión e inclusión, participación democrática de todos quienes forman los grupos sociales y por consecuencia, vínculos con el poder.

La radio en la actualidad a más de informar, motiva el diálogo y la discusión sobre los hechos que se originan en la sociedad. La característica de este medio de comunicación es la de estar presente en la vida cotidiana de manera permanente, originando un nivel útil de información para los públicos. Es un elemento con enormes potencialidades colectivas, que anticipa en la información a cualquier otro medio de comunicación social, constituyéndose en un actor social que favorece al enriquecimiento social, cultural, político, económico, por la capacidad de receptar y expresar lo que sucede dentro de esos ámbitos.

Creo que lo que motiva esos diálogos y discusión sobre determinados hechos, se pueden desarrollarse en los llamados mensajes de texto, SMS, y que son enviados a las estaciones de radio en diversas programaciones. Pero los que analizamos están dentro de los noticieros durante el horario matutino. En este contexto, los mensajes de texto vía celular se han constituido en elementos nuevos en el mercado de las comunicaciones que, unidos con los mass media, en este caso con las radios, han creado un nuevo medio de valor añadido que explota un sector de servicio y, porque no decirlo también de negocio por medio de las nuevas tecnologías.

Según el artículo “Sinergia en los medios digitales” hasta ahora los medios tradicionales mantenían una relación con el espectador final casi de unilateralidad. La supuesta línea de retroalimentación en el ciclo de la comunicación sólo podía materializarse por medio de las cartas al director o las llamadas vía telefónica a los medios. Ahora, con la digitalización de los medios el receptor tiene mucho que decir sobre los contenidos. Este mismo artículo aclara que la programación abierta como negocio ya no sólo se espera de él que dé su opinión, sino que incluso se le pide que se involucre en la ordenación y adecuación de las programaciones y en los contenidos de los programas.

Capítulo III

Los SMS un fenómeno en auge

Datos originados por los mensajes de texto.

El seguimiento de campo que realicé se efectuó en tres radios: La Voz del Tomebamba, Splendid y Alpha, durante 30 días; 10 días por estación, del 9 de marzo al 8 de abril de 2009.

Se receptaron 386 mensajes. Desglosados de la siguiente manera:

ESTACIÓN RADIAL	NÚMERO DE MENSAJES	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN %
ALPHA	70	18.13
LA VOZ DEL TOMBAMBAMBA	256	66.32
SPLINDID	60	15.54
TOTAL	386	100

Tabla 1 Fuente: Investigación del autor VAP.

Clasifique los mensajes según los contenidos o lo expresado en los mensajes; previo a esto transcribiré textualmente tres preguntas que se encuentran enunciadas durante el congreso Redcom¹⁶, en la que coincido plenamente, en razón de que se relacionan los resultados conseguidos durante las tres semanas de seguimiento realizado a los mensajes de texto que fueron recibidos por las estacionales radiales que me sirvieron de universo para ésta investigación:

- 1) “¿Cómo aprovechan los usuarios estos espacios participativos con pretensión periodística?

Como decía Dan Gillmor (2004), hay muchas personas que prefieren quedarse en su rol de consumidores de noticias y no involucrarse en el proceso de producción. Entre quienes sí lo hacen, sobresale una voluntad colaborativa y

¹⁶ Congreso efectuado en Santa Fe, Argentina, 2008. Ponencia “Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización

difusora de aquellas situaciones que los afectan, los emocionan, los indignan o les interesan.

- 2) Qué tipos de contenidos producen? El material periodístico que envían los usuarios asumen la forma de textos escritos, fotografías o vídeos, pero generalmente no los presentan en forma integrada, buscando dar una cobertura multimedia a la información. Las imágenes, fijas o en movimiento, suelen hablar por sí mismas o a la sumo, el usuario agrega datos puntuales sobre el hecho registrado. Cuando la colaboración toma la forma de un artículo escrito suele aportar algunos datos o testimonios más esclarecedores. De todos modos, el tipo de material que producen los usuarios también guarda relación con la propuesta de los medios, que mayoritariamente, apuesta más a promover el envío de material fotográfico o audiovisual.
- 3) ¿Cuáles son los temas sobre los que versan los aportes de los lectores? Los contenidos que general los usuarios son, por lo general, hiperlocales, es decir, guardan relación con hechos que ocurren en sus comunidades y que, generalmente, no tienen cobertura de parte de los medios tradicionales. Suelen tener como escenario las calles, rutas y espacios públicos, pero en una relación de cercanía con el lector. Predominan los hechos de tránsito (accidentes o infracciones), las protestas o manifestaciones callejeras y el mal estado de calles, paseos, veredas, etc”.

Especialmente en la pregunta 2, se ve concordancia con la participación de las audiencias por medio de los mensajes de texto, al ser temas que se desarrollan en diferentes formas y nuevas en los últimos dos años. Los medios radiales escogidos como universo para el estudio se ha visto influenciado con la emisión de información vía redes sociales como el facebook y el twitter, elementos que dar la apertura para el envío de otro tipo de información como: fotografía y vídeo, como un valor agregado y que se relacionan a la utilización y a la función que te dan nuevas tecnologías de la información.

De igual forma en la pregunta 3, se da el nombre de contenidos hiperlocales, por ser información que nace en la comunidad donde el medio realiza su actividad informativa. Los clasificó de la siguiente forma conforme el porcentaje de participación temática:

TEMA	PORCENTAJE %
Política	21.50
Ciudad	17.09
Tránsito y Transporte	14.50
Deportes	9.06
Obras Públicas Provinciales	8.29
Legislación y leyes	6.21
Seguridad Ciudadana	5.95
Educación	4.66
Varios	4.66
Sanidad y Salubridad	3.10
Economía	2.84
Medio Ambiente	2.07

Para su explicación los enfoco de la siguiente manera:

Temas:

Ciudad: Temas que netamente ocurren dentro de Cuenca, como pueden ser: arreglo de calles, atención en mercados, servicios básicos.

Deportes: Mensajes relacionados a fútbol especialmente.

Educación: Planteamientos concernientes a escuelas, colegios, magisterio, universidad, etc.

Economía: Cuestiones sobre carestía de la vida, escasez de productos.

Legislación y leyes: Comentarios sobre la nueva Constitución, reformas a códigos.

Medio ambiente: Argumentos sobre ecología, leyes ambientales o mineras.

Obras públicas provinciales: Necesidades latentes dentro de la provincia del Azuay.

Política: Por la coyuntura actual (elecciones en abril de 2009), enfoques en cuanto a las candidaturas y al proceso electoral.

Sanidad y salubridad: Contenidos relacionados con la salud.

Seguridad ciudadana: Manifestaciones en cuanto a temas delincuenciales.

Tránsito y transporte terrestre: Comentarios, denuncias en lo que tiene que ver con tránsito, transporte urbano e interprovincial.

Varios: Contenidos fuera de las temáticas expuestas anteriormente.

A continuación presento una tabla con porcentajes sobre los temas y los contenidos o mensajes enviados por los públicos. Para mayor comprensión los contenidos están en resumen debido a que transcribir todo un mensaje sería demasiado extenso, y los coloco conforme llegaban a las tres radios elegidas para este estudio.

Resaltaré además qué tipo de mensaje son: denuncia, comentario, solicitud, preguntas e incluso felicitaciones, invitaciones, críticas, consejos. (Anexo)

De estos 386 mensajes se determina cuáles son las temáticas que más incidencia tienen en los contenidos escritos por los radioescuchas.

TEMA	NÚMERO DE PARTICIPACIONES	PORCENTAJE %
1.- POLÍTICA	83	21.50
2.- CIUDAD	66	17.09
3.- TRÁNSITO Y TRANSPORTE TERRESTRE	56	14.50
4.- DEPORTES	35	9.06
5.- OBRAS PÚBLICAS PROVINCIALES	32	8.29
6.- LEGISLACIÓN Y LEYES	24	6.21
7.- SEGURIDAD CIUDADANA	23	5.95
8.- EDUCACIÓN	18	4.66
8.- VARIOS	18	4.66
10.- SANIDAD Y SALUBRIDAD	12	3.10
11.- ECONOMÍA	11	2.84
12.- MEDIO AMBIENTE	8	2.07
TOTAL	386	100

Fuente: Investigación del autor VAP.

De esta investigación se establece que el tema y la participación de los públicos se da en mayor incidencia en la coyuntura nacional, como la política: al tratarse de un período electoral¹⁷ que vive el país, las participaciones en la radio van enfocadas a denuncias,

¹⁷ Elecciones generales de Ecuador, domingo 26 de abril de 2009

críticas, preguntas, solicitudes y comentarios que se realizan a los políticos que están disputando las dignidades a elegirse el próximo 26 de abril de 2009.

Sin embargo, considero que si no hubiese existido esta situación que está pasando el país temas relacionados con la ciudad, serían los que tuviesen mayor participación por parte de los públicos, pues, según la investigación que se desprende cubre el 17.09 %, seguido de tránsito y transporte terrestre con el 14.50% y curiosamente encontramos al tema de los deportes con el 9.06% considerando que Cuenca se ha caracterizado por ser muy simpatizante del equipo de esta ciudad como el Deportivo Cuenca y los públicos se sienten identificados y aprovechan la participación del equipo en una competencia internacional como es la Copa Santander Libertadores de América para conectarse con la estación y enviar sus comentarios. Este tema incluso supera a los que podría denominar “tradicionales”, pues podríamos suponer que los públicos se identifican con temas más propios de su realidad cotidiana y de sus necesidades más latentes como son obras públicas con el 8.29%, seguridad ciudadana con 5.95% y educación con un nivel de participación de 4.66%.

Me encontré con 18 participaciones que constituyen el 4.66% que abordaron asuntos diversos, y debido a que no concordaban con los temas expuestos consideré darle la denominación de varios, dado a que en unos casos eran servicios sociales, información incompleta, datos inexactos; por lo que opté por este calificativo.

A continuación está sanidad y salubridad con el 3.10 %, economía con 11 participaciones que le da el 2.84%; a pesar de que a nivel mundial se vive una crisis que está afectando a los bolsillos de la población, la gente no lo expresa a través de este medio o por lo menos en esta ciudad no se siente aun la crisis mundial.

El medio ambiente ocupa el último lugar de esta clasificación con 2.07%, dato que sorprende dado que en Cuenca y la provincia del Azuay existe mucha oposición a la presencia de empresas mineras que han generado resistencia en la población y en especial en las comunidades campesinas.

Desde el inicio que planteé el objeto de la investigación, para facilitar el análisis y el entendimiento de los mensajes que llegan a las estaciones radiales, identifiqué siete tipos de participaciones que previo un sondeo y durante la investigación coincidieron con los contenidos escritos por los públicos. Estos tipos son: comentarios, críticas, denuncias, felicitaciones, invitaciones, preguntas y solicitudes. Los datos del estudio dieron estos resultados:

TIPO DE PARTICIPACIÓN	NÚMERO DE PARTICIPACIONES	PORCENTAJE %
Denuncias	140	36.26
Solicitudes	127	32.90
Comentarios	46	11.91
Preguntas	28	7.25
Críticas	28	7.25
Felicitaciones	12	3.10
Invitaciones	5	1.29
TOTAL	386	100

Tabla 15 Fuente: Investigación del autor VAP.

Como se observa, los públicos plantean durante sus participaciones en mayor número de denuncias en los 12 temas que resultaron más relevantes en el estudio de los contenidos. Las denuncias se ubican con 140 participaciones que equivalen al 36.26 % y demuestran que los mensajes de texto vía teléfono celular son la mejor herramienta para presentar situaciones que se dan en la sociedad. Esta particularidad es debido a que los mensajes que llegan a la radio, son leídos por el periodista o presentador del noticiero, no siempre cómo son escritos, a veces el lector trata de contextualizar el mensaje. Por ejemplo para Jorge Piedra Cardoso, de La Voz del Tomebamba, leer un mensaje lleva una gran responsabilidad: primero en reservar la fuente y segundo no tratar de sembrar malestar, odio, inconformidad con los aludidos en el mensaje, debido a que muchas veces llegan insultos o agravios a los involucrados en este proceso comunicativo. De los 386 mensajes que llegaron a los teléfonos celulares de las estaciones, solamente cinco se identificaron con nombre y apellido. Mientras que el resto (381), fueron leídos sin mencionar la fuente ni tampoco el número telefónico del remitente. Lo que indica lo

expuesto anteriormente, que la gente prefiere este medio por la reserva que se da a la fuente y la credibilidad que tiene el periodista que conduce el noticiero.

Según Jorge Piedra Cardoso, gerente de radio La Voz del Tomebamba, solamente por solicitud de un juez, en casos trascendentales y que sí los hemos tenido, se ha entregado el número telefónico del remitente. Pero han sido casos puntuales, unos tres casos: de la presencia de coyotes, actos delincuenciales, donde están identificados los delincuentes en un lugar determinado y migración.

Para Marcelo Valencia Vintimilla, periodista y conductor del noticiero de radio Splendid, leer los mensajes de texto es una herramienta que la mayoría de las veces trae implícito insultos tanto a la radio, al periodista y sobre todo a los entrevistados. Por lo que su uso debe ser medido y previamente leído para ver si es factible ser dado a conocer a los radioescuchas.

127 fueron solicitudes escritas por los públicos, independientemente de que el representante de la institución o la autoridad esté presente durante una entrevista en el momento de las noticias. De este número, 10 solicitudes de los temas expuestos en la tabla 14 fueron pedidas a dos autoridades (Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay), y 9 a candidatos a asambleístas, concejales, a la alcaldía y prefectura.

Comentarios, preguntas, críticas, felicitaciones e invitaciones, son los enfoques que le siguen según los resultados estadísticos de la tabla 15 y que llegan al teléfono celular de la radio, también de manera independiente a la información que se esté difundiendo en el noticiero. A veces los mensajes recibidos tienen alusión al tema que se formuló en el noticiero o ante la presencia de alguien que tenga un valor representativo para la gente. Caso contrario, los mensajes son recibidos conforme a la necesidad del público de comunicar algún hecho que sucede en la comunidad y quieren transmitirlo a la radio.

Carmen Ávila, de radio Alpha aclara que el acercamiento con las audiencias es en especial en el horario de 8h00 a 9h30 con el programa “Comisaría 2000”¹⁸, espacio donde a través de la información que proporcionan las audiencias podemos mirar la realidad social de Cuenca: la desigualdad, la pobreza, la destrucción, las injusticias, la negligencia de las autoridades y el desinterés por la solución de los problemas locales. En este espacio planteamos como prensa libre, que los ciudadanos influyan en los asuntos del quehacer diario, en los temas públicos y no que las autoridades vean en los medios, el sitio en donde pueden incrementar su popularidad o prestigio. Ávila, aclaró entonces que su agenda informativa a partir de lo que generan los mensajes de texto, SMS, sirven para ayudar a los intereses ciudadanos, siempre y cuando la información sea la exacta y no perjudique a los aludidos.

Es aquí mi interés de ejecutar el seguimiento de los SMS, en este espacio informativo, previo a un monitoreo que lo efectué en la frecuencia de amplitud modulada, A.M., ya que después de La Voz del Tomebamba y Splendid, radio Alpha aplicaba este mecanismo de participación y vinculación colectiva.

Varias definiciones

Conforme se determinó en la tabla 15, el tipo de participación originó una serie de conceptos que necesitan ser explicados:

Denuncias: en estos casos son anónimas, lo único que se tiene son los números de teléfono, hace relación a información donde se hacer conocer a la autoridad competente hechos que se dan en la ciudad.

Solicitud: en el SMS, viene claramente en texto. El que escribe incluye la palabra solicitud, es decir, por ejemplo: requieren que se arreglen las vías, poner orden en los mercador, solicitan arreglo de matrices de agua, colocación de peajes.

¹⁸ Espacio conducido por el periodista Francisco Ramírez, programa donde obtuve información de los mensajes de texto, SMS, por la participación de las audiencias.

Comentario: reflejan el punto de vista del que envía el mensaje, demuestran su pensamiento e ideología.

Preguntas: Apuntan a algo importante, a tener conocimiento sobre determinada situación. Se enfoca a salir de dudas y ven en el periodista la persona llamada a responder. Proposición que busca expresar algo que queremos saber.

Críticas: Analizan la forma en la que se presentan los hechos en la ciudad, cualquier sea el tema que genere información.

Felicitaciones: Expresiones de satisfacción, agradecimiento u otro motivo de beneplácito en las audiencias.

Invitaciones: Comunicaciones a la ciudadanía a acudir o presenciar actos que se desarrollan en distintos espacios públicos de la ciudad.

El mayor sentido de participación que se ha observado en la investigación son las denuncias e injusticias sociales (entendidas estas como falta de acceso a servicios básicos a la ciudadanía), las que han motivado el acercamiento de los públicos en los medios de comunicación debido a la impotencia que han sentido por parte de las autoridades o funcionarios involucrados en recibir respuesta frente a la situación planteada en el mensaje. También frente a ciertas determinaciones o imposiciones que determinan varios actores sociales en la consecución de objetivos que no favorecen a la mayoría de la población.

Por ejemplo: la construcción de un paso deprimido en un sector de la ciudad, sin lugar a dudas constituye un adelanto para la ciudad, porque facilitará la movilidad en cuanto al acceso y salida de vehículos, ya a que agilizará, alivianará y descongestionará esta zona, es decir, aparentemente será de un beneficio colectivo hacia un gran porcentaje de habitantes, sin embargo, en la zona donde se construye este paso deprimido, existen viviendas, edificaciones y locales de comercio que según ellos se verán afectados porque mientras duren las obras, tendrán que cerrar sus negocios y el acceso a sus domicilios se verá de igual forma restringida.

Entonces, esta situación se ha visto plasmada en los medios de comunicación con la utilización de los mensajes de texto, en especial por parte de los moradores de la zona

que ven que esta construcción les afecta, a pesar que saben que es una obra que está sobre el bien individual.

Los mensajes de texto captados en la radio, en el caso de preguntas son resueltas por los propios periodistas cuando el tema puede ser canalizado en ese momento, sino, queda la pregunta planteada a la espera de que haya sido escuchada por la persona, funcionario o autoridad mencionada en el texto. Lo que motiva esa confianza de la gente en el medio como facilitador de servicios básicos o sociales.

En el tema 8 (anexo), en obras públicas provinciales, se menciona, en el mayor número de tipo de participaciones, al prefecto del Azuay, Paúl Carrasco; al ser consultado sobre qué hacen con los planteamientos que dan las personas “públicos” a través de los medios y en especial en los mensajes de texto, expresó que el departamento de relaciones públicas y la empresa contratada para el monitoreo de medios, se receptan las inquietudes y las noticias que salen de la entidad. Y de acuerdo al cronograma de obras que se tiene planificado se efectúan los trabajos que necesitan en la provincia.

Carrasco mencionó además que en el caso de denuncias, “prefiero no hacer caso debido a que se da por la posición en la que me encuentro y estoy sujeto a estar en las bocas de todo el mundo”, sin embargo, aclaró que en caso de urgencias las solicitudes o demandas de la población son atendidas de manera inmediata.

Hugo Johnson Humala, jefe del Departamento de Comunicación de la Municipalidad de Cuenca, dijo que diariamente se reciben los informes del monitoreo de medios. Estos sirven para medir el grado de gestión municipal. Al tener el monitoreo se determinan las estrategias que desarrollará el Alcalde y la Municipalidad para llegar a los sectores que están necesitados de obras, y que a través de los medios de comunicación son captados. Dependiendo de cuál fue el departamento o la unidad municipal que ha recibido críticas por medio de los mensajes llegados a la radio y receptados en el monitoreo son remitidos a esa dependencia para que se realicen los correctivos necesarios, acotó el funcionario. Enfatizó que en caso de que las informaciones que se tienen sean favorables y felicitan la gestión municipal, no se realiza ningún seguimiento.

El poder de los noticieros radiales

Esta investigación se enmarca dentro de los noticieros de las tres radios mencionadas anteriormente, debido a que constituye un vínculo más directo con la sociedad, siendo el lugar más propicio que las personas utilizan para conseguir ese acercamiento tan necesario que busca la sociedad con los medios de comunicación dentro del marco del respeto y la credibilidad que generan estos espacios.

Los noticieros ponen en circulación una gran cantidad de material simbólico que muestra realidades sociales e individuales situadas en contextos históricos y culturales muy diversos. Aunque la incorporación y asimilación de este material sean selectivas y autoreferentes, provocan una ampliación de la experiencia y un aumento de la capacidad para reflexionar sobre el entorno. Lo que se vive cotidianamente deja de ser experimentado como dado y pasa a ser un referente de comparación para evaluar lo que tenemos o nos hace falta frente a lo que tiene o les hace falta a los otros. (Winocur:2002)

Los noticieros en la actualidad han cambiado el modo de vincular la sociedad con el medio de comunicación, antes la comunicación era en sentido ilustrativo de carácter vertical para ser en la actualidad de tipo horizontal, lo que constituye un feedback, es decir, de ida y vuelta. Dar apertura a los públicos a los espacios noticiosos se presta para estar atentos en casos de que él que intervenga pretenda extralimitarse y envíe mensajes no aptos y que causen malestar a los oyentes. Se trata de poner en la balanza, el dar la apertura o quitarle la oportunidad de estar presente en la programación.

Anteriormente hablamos de ese sentido de “pertenencia” que tiene la sociedad con los medios de comunicación radiales. Recuerdo casos, sea cual fuese el motivo, radios que salen del aire ya sea por minutos, horas e incluso días; la gente empieza a conectarse con la estación a preguntar ¿qué pasa, por qué no están trabajando?, ¡que salgan nuevamente al aire! Esto se da porque la gente toma a la radio como si fuese parte de su vida, de su actualidad, del quehacer diario; la sociedad se empodera de los medios de comunicación debido a que hacen suyos los espacios de programación que se presentan.

Pinos recuerda que cuando empezaron las primeras emisiones y transmisiones en las radios de ese entonces, era una novelería ir a la estación, porque veamos en vivo la

presentación de artistas y músicos. Además cuando se quería conocer a algún personaje famoso y que llegaba a la radio, corríamos a conocerlo. También en la época de la dictadura nos clausuraban la radio y a los dueños nos mandaban presos. Aquí la gente salía a protestar para que enciendan las emisoras y liberen a los propietarios.

Dentro de los medios de comunicación el “poder de la radio” influye más que la prensa o la televisión, es lo que lo concluye este veterano difusor cuencano. Fundamenta su afirmación, en que toda persona tiene un receptor y puede encenderlo en cualquier parte, sin la necesidad de energía eléctrica. “El medio como artefacto y tecnología, en el sentido apuntado por McLuhan (el aparato siempre está en el hogar), es una forma de mensaje, pero el mensaje como contenido es el que produce más efectos persuasores. El contenido transmite símbolos y significaciones, pero también crea, modifica o refuerza actitudes y comportamientos prescritos; y a largo plazo, por sus efectos persistentes, también opera sobre la estabilidad y transformación de los sistemas de valores, las creencias y la moral”.¹⁹

Hasta en los propios teléfonos celulares viene incorporado este servicio, no así la prensa o la televisión, aunque ahora con conexión a Internet un usuario desde su teléfono puede acceder a la página de un periódico digital.

La influencia de la radio en la sociedad llega a extremos incluso negativos, en el sentido, de que si un radiodifusor o un periodista difunde una información falsa o no apegada a la verdad, la gente lo asimila como si fuese cierta, debido a la credibilidad que pueda generar la persona que esté frente a un micrófono.

Francisco Ramírez, periodista, radiodifusor, profesor universitario y director del programa “Comisaría 2000” en el noticiero de la mañana en radio Alpha, expresa que frente a la aplicación de las llamadas nuevas tecnologías, en este caso, la utilización de mensajes de texto y la forma en la que ciertos medios de comunicación lo han asimilado, y en especial las radios, deben ser tomados con cierto “tino” pues se puede

¹⁹ Roiz, Miguel. La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas. 2002. Editorial Paidós. España

generar información totalmente falsa. Constituyéndose en un elemento peligroso, nocivo y con falta de veracidad.

Si los mensajes de texto son utilizados de mala manera se convierten en lo que hace años atrás era común observar, los denominados “pasquines”, que llegaban a los medios de comunicación con el objetivo de causar daño a personas e incluso a instituciones públicas como privadas. Ramírez puntualizo que a pesar de que los denominados “pasquines” llegaban en forma de boletines o comunicados aparentemente serios, constituían en verdaderos atentados a la integridad social y eran leídos por los periodistas, originando malestar a los mencionados, pero, por ventaja en la actualidad se practica un periodismo serio y profesional que no da paso a eso.

Esa mala práctica, vemos que se está empezando a repetir por medio de estos mensajes de texto vía celular, ya que, son sacados al aire sin ninguna verificación. Y peor aún sin determinar la fuente, a pesar de que solo queda registrado el número del remitente, jamás se dice de qué número viene, aclara Francisco Ramírez que es un opositor a la utilización de estos medios, sin embargo, lo realiza en casos donde él plantee el tema de discusión.

La convergencia tecnológica es interesante cuando es utilizado de forma correcta, es decir, cuando hay firmas de responsabilidad. Lo que motiva a interacciones comunicativas que favorecen el debate y la participación en temas que verdaderamente interesen a la sociedad.

La comunicación radiofónica es esencialmente dinamizadora de los procesos sociales en la complejidad e incertidumbre del mundo que vive el hombre del siglo XXI. La radio asume un protagonismo fuerte en la consolidación de redes ciudadanas en la búsqueda de soluciones humanitarias y profundamente solidarias. (Mercado Rosa Beatríz, 2008)

Lo que a mi concepto dentro de la influencia de la radio en la vida cotidiana , este medio trata de reflejar la realidad de la ciudad a través de ciudadanos incógnitos quienes validos de un aparato de última tecnología (teléfono celular) empapan a la sociedad de los hechos que están sucediendo en el día a día.

Existe una suerte de acomodo por parte de los públicos frente al uso de las nuevas tecnologías en virtud de las necesidades. El manejo de los teléfonos celulares y la relación con la comunidad han propiciado la construcción imaginaria y práctica en la creación de nuevos usos a favor de quienes buscan la solución de conflictos, necesidades y el acceso a la prestación de servicios. La influencia de la radio en la sociedad ha motivado la complacencia de los habitantes de determinado sector, quienes han visto a este medio un canal de ayuda para la población.

Capítulo IV

Consecución de los mensajes de texto

Importancia de los mensajes de texto en los medios radiales

Parece claro que la utilización de los mensajes de texto por medio de las audiencias en las tres estaciones radiales en Cuenca seleccionadas para esta investigación, está muy utilizadas y rompen incluso los límites geográficos que hasta antes de su utilización disgregaban las capacidades de los entes locales abriendo nuevas vías de expresión con nuevos métodos para descentralizar la información.

Estos medios de comunicación, radio La Voz del Tomebamba, Splendid y Alpha, utilizan esta herramienta comunicacional, de una misma manera, con el objetivo único de acercar necesidades poblacionales y darles a conocer a la sociedad, desde luego, buscando soluciones a la problemática planteada.

Esta nueva realidad provoca que la información colocada en los SMS, desarrollen un lenguaje propio, dependiendo de la capacidad de texto, y creando en los medios que los utilicen una nueva mentalidad para brindar a las audiencias servicios que van más allá de los tradicionales, y que son viables por la interactividad.

Si los medios quisieran ir más allá de aquello deberán construir para ellos un código mínimo de ética enfocada a priorizar, analizar y elegir la información que despliegan llegando incluso a que las tecnologías de la información y la comunicación en herramientas que desarrollan educación a las audiencias.

La importancia que ha cobrado en la actualidad los mensajes de texto en el periodismo radial es innegable; es quizás el que tiene mayor alcance porque llega al hombre de la urbe, al campesino, al estudiante, al intelectual, con su mensaje codificado en forma de SMS. La emisión de los SMS llegan al público alfabeto y analfabeto a cualquier lugar por más remoto que sea a través de las ondas hertzianas transformadas en voz del presentador de las noticias. Su misión es trascendental como factor que multiplica los

índices de expresión y difusión de los mensajes colectivos y éstos son decisivos en el cambio y desarrollo integral de los pueblos.

El periodismo radiofónico se inició en Cuenca hace más de medio centenar de años, nació con una serie de deficiencias de variada índole que hoy se han convertido en males endémicos de la radiodifusión cuencana. Pero el problema no es exclusivo de la zona, ni siquiera del país entero; el problema es toda Latinoamérica por su composición social, cultural y económica; que mientras mayor sea el retraso que sufren los pueblos, mayores son las deficiencias en los medios de comunicación social. Son consecuencias del sistema.

Sin embargo, la llegada de la tecnología ha motivado cambios sustanciales en los medios radiales, por lo menos en lo referente a calidad y a la cobertura que tienen sus ondas para cubrir el mayor espacio poblacional. No así, en quienes ejercen o realizan periodismo, incluso de los propios propietarios de los medios. Así sucede en nuestra ciudad, la inadecuada actuación periodística, ha creado factores alienantes difundidos por todos los medios comunicativos.

Se opina que en la radio, este factor se debe a la juventud de este medio que ha dado lugar a la improvisación, ausencia de personal idóneo, deficiencia de preparación profesional. Pero nos encontramos a más de medio centenar de años de su aparición y continúa siendo el periodismo radial, la tarea de “aficionados”.

La comunicación social, como proceso continuo de educación sistemática, permanente y popular, no puede ser tarea de la improvisación sino obra de comunicadores profesionales modernos.

La falta de preparación de periodistas radiales ha agravado el fenómeno, en virtud de que de mi seguimiento efectuado durante tres semanas, publican o informan todos los mensajes de texto, SMS, que llegaban a la estación radial, sin previa verificación de lo expresado en base a fundamentos teóricos que motiven la adecuación morfológica, sociológica y psicológica de la información al público y al medio.

A través de los SMS, las tres radios escogidas como el universo de mi investigación - sufren la explosión de cantidad junto a la muy baja calidad- no se irradia la información dentro de los cánones adecuados para este medio de comunicación social, que pueden proyectarse en el campo de la opinión de grandes sectores de la colectividad. Tarea tan importante no puede ser dejada a un personal con ciertas nociones adquiridas sin fundamento científico.

Enviar un mensaje de texto a la radio tiene la ventaja de llegar a públicos diversos, esta debe ser debidamente canalizada para que de este modo se estimule la conciencia de grupo, la solidaridad, la participación en las decisiones de la ciudad, sobre todo en las comunidades lejanas a donde –como medio de comunicación- solo pueden penetrar las ondas de la radio.

Reflexiono que la formación científica y la orientación profesional de especialistas de todas las tareas inherentes a la comunicación social, y no únicamente al periodismo, es responsabilidad que deben asumir las Universidades, prestando la importancia que se merece el estudio, la investigación, enseñanza y el buen uso que se le debe dar a las nuevas tecnologías de la información.

En mi posicionamiento teórico expresé que se crea una especie de proceso comunicativo con las radios y los SMS, en definitiva sé que es así, pues es bidireccional, existen dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor, aunque en este últimos existirían varios receptores (la radio, las audiencias, los involucrados). Sin la necesidad que las partes hablen, se usarán señales manuales o se servirán de otro medio de comunicación (SMS) para comunicar.

El emisor comienza el proceso enviando el mensaje a un receptor, el que a su vez analiza y reconstruye el mensaje a la luz de lo enviado o de sus experiencias, la que servirá para sintetizar la información captada. El receptor en cambio, analiza, reconstruye el significado del mensaje, sintetiza y crea significados y se convierte en un emisor al revelar el mensaje que le fue enviado. Luego este proceso irá acompañado de las fuentes, mensaje, canales, transmisor, codificador, la retroalimentación o feebback.

Es justo lo que expresa Winocur “Los mensajes radiales, que al principio facilitaron un proceso de reconstitución de los símbolos identitarios y de las formas de pertenencia en el imaginario, ahora se han vuelto espejos de la creciente segmentación y lugares de cuestionamiento social”. Pues sí, los SMS, transmitidos a las estaciones de radio, son cuestionamientos sociales que buscan soluciones y en algunos casos el perjudicar el gestionar de los involucrados.

Winocur sintetiza que las narrativas radiales, particularmente en los noticieros, comparten, recrean y proyectan un imaginario sobre lo que sucede en la ciudad, las relaciones sociales y la visión de los otros, que en cierto sentido abren y en otro cierran la perspectiva de la experiencia urbana. Abren, cuando introducen una explosión de experiencias situadas en múltiples tiempos y realidades; cierran cuando reducen o distorsionan sus sentidos con fórmulas ideologizadas o esquemas rígidos de interpretación de la realidad. Abren cuando vuelven visibles los conflictos, los intereses y las demandas de diversos grupos e individuos en la ciudad, cierran cuando estas demandas son encasilladas como especiales y no como legítimas en la vida pública. Y finaliza diciendo que se abren cuando crean espacios de contención y ventilación para el sufrimiento psíquico y los padecimientos emocionales, cierran cuando estas necesidades son contenidas e interpretadas a partir de una serie de mitos, prejuicios y estereotipos que forman parte del sentido común.

El objeto de esta investigación, cómo la convergencia tecnológica (mensajes de texto) permite acercar los públicos a tres radios en amplitud modulada, dentro de los espacios de participación en los noticieros, es un fenómeno que ha surgido y se ha potenciado en especial en Cuenca en los dos últimos años, ya no sólo con la utilización del teléfono convencional, sino con la aplicación de nueva tecnología como son los mensajes de texto que han servido para plantear una denuncia, solicitar ayuda a las autoridades, realizar comentarios políticos, exponer experiencias, reportar la inseguridad, mandar saludos; son algunos de los motivos que los públicos se valen a través de la convergencia tecnológica para expresar sus sentimientos, lo que los ha transformado en agentes activos dentro del gran río de las interacciones de la sociedad mundial con los medios de comunicación.

Las radios que utilizan los SMS, como generadoras de información, utilizan estos elementos para transmitir y dar el seguimiento noticioso, sí el dueño, gerente o editor de la estación consideran pertinente. Por ejemplo: si en una institución pública no se han realizados los pagos a los funcionarios, y es enviado este hecho al medio, los reporteros realizan las averiguaciones recurriendo al sitio y contactando a las fuentes.

Respuestas a participaciones

Al inicio de esta investigación me propuse varias interrogantes, las mismas que las he ido descubriendo e interpretando conforme revelo los hallazgos que emergen de esta investigación a lo largo de su desarrollo. Se planteó que la utilización de los SMS bajo los comunicadores sociales se constituye en un práctica social y diaria, y resulta ser así en razón desde que este fenómeno es aplicado en los medios y en especial en el universo planteado, se ve el incremento diario de participación de las audiencias por la necesidad urgente que tiene la sociedad de comunicarse a los medios; medios que no han pensado en la gente, sino más bien han establecido un espacio de censura y de autocensura en sus programas, ocasionada por la regulación y la restricción según la política editorial de la empresa, generalmente dirigida por la posición ideológica de los propietarios.

Los mensajes de texto, son un significado de poder que es utilizado por las estaciones radiales para la difusión de la información y esto se determina conforme se dieron los resultados por participación exclusiva de las audiencias. Recordemos que las clasificamos según los temas abordados de la siguiente manera:

Política: Por la coyuntura actual (elecciones en abril de 2009), enfoques en cuanto a las candidaturas y al proceso electoral. Representan el 21.50%, lo que significa que ocupa el primer lugar de participaciones durante el desarrollo de esta investigación. Interpreto este resultado debido a que la sociedad cuencana se involucra activamente en los procesos democráticos que se desarrollan en el país y en especial existe exigencia frente a los ofrecimientos que pueden realizar los políticos en tiempo de campaña electoral. Así también, se observa que la participación de las audiencias se enfoca al rechazo a la

postura ideológica y a ofrecimientos que muchas de las veces pueden quedar en el vacío en el momento de incumplimientos electorales.

Entre los hallazgos determino la tendencia que tiene la ciudadanía por un lineamiento político, es decir, se evidencia que en el mensaje se pretende posicionar una ideología política que puede ser de: derecha, de centro, izquierda, socialista, comunista y otros.

Es evidente que las audiencias critican la preparación académica de ciertos candidatos, en razón de que analizan el discurso político, la mayoría de las veces carente de contenido en cuanto a la fundamentación en sus objetivos.

Sobre todo se observa el “cansancio” que tiene la ciudadanía, en mi caso las audiencias, a la presencia permanente de los mismos candidatos en los procesos electorales. Envían el mensaje solicitando que debe existir caras nuevas en la política ecuatoriana, que no pretendan acaparar todas las funciones que son a través de elección popular, es un llamado de atención para que no se sirvan del poder, sino que la política se utilice para servir a la ciudadanía.

Ciudad: Temas que netamente ocurren dentro del casco urbano de Cuenca, como pueden ser: arreglo de calles, atención en mercados, servicios básicos. Y representan el 17.09 % de participación. Esto significa desde mi punto de vista que existe inconformidad de los ciudadanos frente a la atención que debe tener la ciudad por parte de autoridades y funcionarios públicos que se encuentran al frente de instituciones encargadas de brindar servicios y atención al usuario. Es un llamado de atención a las entidades estatales en replantear sus procesos de acercamiento a la ciudadanía, en especial en atención a las necesidades básicas y sobre todo en priorizar sus actividades enfocadas al bien colectivo.

Tránsito y transporte terrestre: Comentarios, denuncias en lo que tiene que ver con tránsito, transporte urbano e interprovincial; ocupa la tercera posición de participación de las audiencias con el 14.50%

Son llamados en especial a la Policía Nacional a través de la Jefatura de Tránsito, a la Municipalidad de Cuenca y a conductores de vehículos, en especial en hechos que se dan en la transportación y el control que debe dar en las vías por parte de las instituciones estatales. Por consiguiente son necesidades que generan el día a día gracias a la observación ciudadana en cada uno de los sistemas que hacen tránsito y transporte en el cantón.

Deportes: Mensajes relacionados a fútbol, está con el 9.06% de participación. Se evidencia claramente que las audiencias se identifican con la actividad deportiva de la ciudad, sobre todo en el fútbol, participación activa en torno al desempeño que tiene el equipo de la localidad, en este caso el Deportivo Cuenca.

Es una de las temáticas en donde no existe el nivel de denuncia y quejas que se da en las otras participaciones, debido a que es un espacio en donde se busca obtener notas por parte de los periodistas diferentes a las habituales que se publican en las denominadas noticias duras. Las participaciones se enfocan a solicitudes sobre todo de informaciones relacionadas al fútbol local.

Obras públicas provinciales: Necesidades latentes dentro de la provincia del Azuay. Participación con el 8.29%, se observa claramente a temas alejados a la ciudad. Deduzco intervención de las áreas rurales de este sector. Necesidades que se originan en los cantones, parroquias y sitios que son de jurisdicción y de competencia del gobierno provincial en temas de arreglos viales, construcción de escuelas, proyectos sociales. Por consiguiente nuevamente la atención de autoridades y funcionarios públicos, cuya responsabilidad es el adelanto en infraestructura física en el área de sus competencias.

Legislación y leyes: Comentarios sobre la nueva Constitución, reformas a códigos. Tiene el 6.21% del porcentaje de participación. Interpreto que en este tipo se busca asegurar la justicia, equidad, igualdad y libertad hacia la colectividad. Se buscan herramientas para emerger formas de convivencia ciudadana considerando la diversidad

y la armonía entre los miembros de la sociedad, respetando la condición social, la dignidad de las personas y el bien colectivo dentro de un país democrático que se compromete con la integración entre los actores ciudadanos bajo la solidaridad y la paz.

Seguridad ciudadana: Manifestaciones en temas delincuenciales tiene el 5.95%. Las audiencias persiguen a través de sus intervenciones de denuncia permanente que las autoridades relacionadas a la seguridad articulen en forma coordinada la participación activa de las instituciones encargadas de la seguridad y el auxilio para la ciudad de manera integral. Se podría pensar en buscar la modernización de las instituciones y organismos de seguridad y socorro para facilitar su adaptación a las nuevas estrategias y actores involucrados en la prevención del delito.

Se pretende promover la participación activa de la población en acciones de control y seguridad, construyendo nuevas relaciones de confianza recíproca entre las instituciones estatales y las organizaciones de la sociedad civil. Existe el llamado de las audiencias a la articulación de estrategias y acciones dedicadas a la prevención del delito con las políticas emanadas del poder central. Y hacen a través de los mensajes de los textos el promover programas orientados a la promoción y fortalecimiento de una cultura de paz y seguridad.

Educación: Planteamientos concernientes a escuelas, colegios, magisterio, universidad. Denuncias y solicitudes dan el 4.66% de las participaciones. El interés que veo dentro de esta temática es que por parte de los que se acercan a los radios inquietan educación de calidad para sus hijos, en la búsqueda permanente y organizada de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, crítica externa y el mejoramiento continuo dentro de un ambiente de armonía, paz y tranquilidad, apegándose a la propia Constitución de la República²⁰.

Varios: Contenidos fuera de las temáticas definidas, tiene el 4.66% de participación. Temas inconsistentes, existen audiencias que no explican a profundidad a través de los

²⁰ Lo relaciono con la calidad de la educación, según el artículo 93, Principio de calidad. Ley Orgánica de Educación Superior. Registro oficial No. 298 del 12 de octubre de 2010.

mensajes de texto en qué consiste su acercamiento con el medio de comunicación, lo que motiva interpretar también que no están dentro de la mayoría de los tópicos establecidos en este estudio, sin embargo, merecen mención especial.

Sanidad y salubridad: Contenidos relacionados a la ciudad, ocupa un nivel participativo del 3.10%. Las audiencias buscan asistencia sanitaria integral en atención médica, odontológica y servicios médicos complementarios en toda la estructura de salud en la ciudad con el objetivo de mejorar la calidad de vida y cuidar el medio ambiente.

Economía: Es un espacio que tiene el 2.84% donde solo existen denuncias por la carestía de la vida y escases de productos. Considero que al ser temas económicos las audiencias expresan de la manera más sencilla, lo que se origina en el comercio con los productos: de primera necesidad, construcción, combustible. Es una participación baja desde mi punto de vista por la condición de vida en Cuenca y los sueldos que están de acorde a la actividad económica que tiene la ciudad; por lo menos durante esta investigación existió 11 participaciones que se enfocan en esta temática.

Medio ambiente: De este estudio ocupa la última ubicación, 8 participaciones que dan el 2.07%. Con los mensajes de texto en este nivel se busca que se definan mecanismos técnicos-ambientales para el aprovechamiento y manejo sustentable de los recursos, en procura de evitar su degradación e incremento en la contaminación ambiental. Como también entiendo que las principales instituciones aludidas en esta temática, de una u otra manera, se hallan ligadas a la protección del ambiente, los recursos naturales y la prevención de desastres para efectuar labores de prevención y control ambiental, para mejorar las condiciones del cantón. Buscando la protección y manteniendo los ecosistemas, el paisaje, promocionando la restauración de áreas ecológicamente valiosas, cuando éstas hayan sido degradadas por la actividad humana.

En consecuencia puedo definir, luego de las inquietudes que me motivaron para realizar esta investigación, por ejemplo el saber qué tipo de participación ha resultado de esta convergencia tecnológica, me permito comprobar luego del análisis efectuado en los

acápites anteriores que son participaciones enfocadas a denuncias y solicitudes o preocupaciones de las audiencias en busca de soluciones a problemáticas locales, pues entre denuncias, solicitudes y críticas constituyen el 76.41%, que representa a 295 participaciones de 386. Lo que significa claramente que los SMS han permitido resaltar que la influencia en el acercamiento de las audiencias a las radios son para describir los hechos que suceden en la ciudad y describirlos tal y como son vistos o sentidos por los ciudadanos.

Así también, la estructura de los programas radiales han cambiado en tiempo real con la inclusión de los SMS, en las tres radios que realice mi estudio se observó lo siguiente:

- a) La Voz del Tomebamba, tiene su programación diaria de lunes a viernes de 6h00 a 8h45, y le dedican el espacio para los mensajes de texto en dos espacios a las 7h00 y a las 8h30 durante 10 minutos, en un espacio al que denominan “micrófono abierto”.
- b) Radio Splendid, emite su noticiario de 6h00 a 8h30, conforme llegan los mensajes al teléfono móvil, informan previo al anuncio que lo efectúa a través de un spot preparado para recibir los SMS.
- c) En radio Alpha, se leen los mensajes en la programación de Comisaria 2000, continuamente desde las 8h00 hasta las 9h30, no hay un espacio definido en este tiempo, es permanente la difusión de los SMS.

La implementación los SMS, como un avance tecnológico se constituye un elemento que produce cambios culturales en las audiencias, ya que en la actualidad es un mecanismo de comunicación básico y útil para ejecutar estas actividades participativas de innovación. El utilizar el teléfono móvil con su aplicativo de mensajes de texto es de fácil participación y permite efectuar muchas experiencias como: comunicación directa con las estaciones radiales, presentación de comunicados, herramienta de acercamiento y sobre todo ayuda para que la sociedad conozca información diversa, convirtiéndose en una revolución en todos los ámbitos de la vida social, económica, política y cultural de los pueblos. No se trata exclusivamente de manejo de aparatos o herramientas computacionales, sino de un cambio de mentalidad respecto a la ciencia, la tecnología y la comunicación, reduciendo la existencia de barreras.

Conclusiones

El objetivo general de esta investigación se centra en cómo la convergencia tecnológica permite acercar los públicos a tres radios: radio La Voz del Tomebamba, Splendid y Alpha; de lo tratado concluyo que el fenómeno de la utilización de mensajes de texto, SMS, constituye una herramienta informática que incentiva la participación de los públicos, en este caso de las audiencias en la inclusión de problemáticas sociales, tal como se lo desprende de las participaciones en situaciones de: denuncia, solicitud, comentario, preguntas e inquietudes, crítica, felicitaciones e invitaciones.

Ante esta situación, el quehacer periodístico se ha transformado en razón de que el uso de las nuevas tecnologías, ha generado fuentes de información en estos tres medios que constituyen el universo de mi estudio. Luego de un proceso de captación del mensaje, éste ingresa a una zona de dudas y presunciones, en donde el mensaje debe ser comprobado. El posterior contacto con el involucrado o frente a la necesidad planteada en los SMS, los reporteros o periodistas amplían la información; la premura y la abundancia de mensajes llevan a la superficialidad y en ocasiones al sensacionalismo. En consecuencia, es deber del periodista buscar la profundidad en la investigación, fiabilidad de las fuentes y rigor en la exposición de criterios.

Las audiencias, con la participación, construye un imaginario de involucramiento en el medio de comunicación, un estado de pertenencia, ya que al no tener otro medio de acercamiento con las autoridades, funcionarios o con la misma sociedad se convierten en agentes activos de la interacción comunicativa. Las audiencias esperan infinidad de cosas de los medios de comunicación, en especial requieren que los contenidos estén vinculados a sus intereses. En este contexto, las principales temáticas que se hallan en la investigación se engloban en las siguientes: ciudad, deportes, educación, economía, legislación y leyes, medio ambiente, obras públicas provinciales, política, sanidad y salubridad, seguridad ciudadana, tránsito y transporte terrestre y varios contenidos que no encajan en las temáticas expuestas.

El problema de esta investigación, se extiende a saber si la convergencia tecnológica, por medio de mensajes de texto vía celular, SMS, ha ejercido influencia en el acercamiento de sus audiencias a la radio. Afirmando que este planteamiento tiene una respuesta positiva, ya que el medio radial aproxima las noticias, sucesos o acontecimientos de interés a las audiencias con el uso del teléfono celular.

La Voz de Tomebamba, Splendid y Alpha son medios radiales de comunicación que se enfocan a través de la convergencia tecnológica en ser lo más objetivos y diversos en cuanto a la variedad de fuentes, y al enfoque que dan a la información transmitida vía SMS, desde luego aclarando que esta información no es la opinión del medio, sino más bien el acercamiento de las audiencias con los teléfonos celulares; es así, que de los 386 mensajes que llegaron a estas radios en un número de 70 son en radio Alpha (18.13%), 256 en La Voz del Tomebamba (66.32%) y 60 mensajes en radio Splendid (15.54%).

Desde las teorías como McLuhan, Habermas, Thompson entre otros, concluyo que la información generada en los SMS en la actualidad sirve para cosechar fuentes y motivar agendas informativas; como entiendo desde la acción comunicativa de Habermas, el contenido del texto debe acercarse a la verdad de los que se quiere difundir. Es decir, la función de los medios de ser creadores de nuevas formas de acción e interacción les dan la oportunidad de acercarse a la sociedad, con temas que a la gente le gustará ser informada.

Los conceptos planteados desde el inicio de este trabajo ayudan a determinar que la convergencia tecnológica, la participación y los adelantos tecnológicos en los medios se vienen potenciando en los últimos tiempos. En razón de los SMS que ingresan a los medios radiales han creado procesos de análisis, obviamente con participación y seguimiento informativo.

Este tema de investigación “¿La convergencia tecnológica, por medio de mensajes de texto vía celular, ha ejercido influencia en el acercamiento de sus audiencias a la radio? el caso de tres radios en amplitud modulada en Cuenca, Ecuador” me permite identificar que a través de los SMS, se ha creado un nuevo estilo de vida dentro del desarrollo

comunicativo, evolucionando acercamientos entre sociedad, medios tecnológicos y medios de comunicación.

El aporte fundamental de mi trabajo se ve reflejado en los hallazgos evidenciados, que en por lo menos en el universo del estudio (las tres radios de amplitud modulada) la ciudadanía encuentra receptividad con el acercamiento planteado por medio de los mensajes de texto. En tal razón, la aproximación tecnológica por parte de los públicos ha generado participación, análisis, seguimiento y respuesta.

Una vez aprobado este tema, con el consentimiento de FLACSO, pediré espacios en los tres medios radiales que me apoyaron, para difundir los descubrimientos efectuados, desde luego, evidenciando que la participación ciudadana es fundamental para generar información a la colectividad de una manera alternativa en la solución de problemas.

Bibliografía

Barbero, Jesús Martín (1999). *Comunicación y solidaridad en tiempos de globalización*. Oclacc, CELAM, Serial. Medellín.

Becerra, Martín (2003). *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia y divergencia*. Argentina: Grupo Editorial Norma.

Bourdieu, Pierre (1972). “*La opinión pública no existe*”. Conferencia impartida en Noroit-Arras.

Buendía, A y Pino, J (2008). “Radio local, opinión pública y participación ciudadana” en *Signo y Pensamiento*, núm. 52.84-96.

Cardoso, Martha (2009). *Historias de Radio*. Nacen de todas las voces.

Cardoso, Enrique y Cardoso Martha (1977). *La Radiodifusión en el Azuay*. Historia, Influencia Social. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación: Universidad de Cuenca.

Castells, Manuel (2005) *Neoanarquismo*.

García Canclini y Arizpe Lourdes (2004). *Reabrir espacios públicos: políticas culturales y ciudadanías*. Madrid: Plaza y Valdés editores.

Diario El Telégrafo (2010). “*Canales transmiten SMS con contenido sexual*”, enero 19. Zona Ciudadana.

Herrera, Susana. “*La radio española y su apuesta por las nuevas modalidades para la participación de los oyentes*”. Universidad de Piura (Perú)

Habermas, Jürgen (1962). *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.

Mcluhan, Marshall (1964). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. “El medio es el mensaje”. Barcelona. 1ra. Edición 1996. Ediciones Paidós Ibérica S.A.

Mattelart, Armand. *Democracia y Comunicación*. [http :// www.inisoc.org/mattelar.htm](http://www.inisoc.org/mattelar.htm) (visitado el 12 de julio de 2009).

Noelle- Neumann, Elisabeth (1995). “*La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*”, Argentina: Editorial Paidós.(pp.9-25; 83-95;111-135).

Pinos, Daniel (2007).”Época de oro de la radio”. *½ siglo de vivencias. 50 años UPA*. Cuenca, Enero 2008.

Quiroga, Ana (2008). “*La participación de los públicos en los medios. De las cartas de lectores a los contenidos informativos generados por los usuarios*”. Ponencia presentada en el 10mo. Congreso REDCOM, septiembre 4-6, en Salta, Argentina.

Roiz, Miguel (2002). *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. España: Editorial Paidós.

Román, Gustavo. *Cultura de la tecnología: ¿avance o retroceso?* [http:// www.mundolatino.org/saludmental](http://www.mundolatino.org/saludmental) (visitado el 12 de julio de 2009).

Salaverría, Ramón (2008) *Periodismo Integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90.

Thompson, John. *Por una teoría interrelacional de los medios. La nueva visibilidad*. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo> (visitada el 5 de junio de 2009).

Winocur, Rosalía (2002). Ciudadanos Mediáticos. La construcción de lo público en la radio. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

Anexos

Anexo 1

Temática de los SMS

TEMA 1: CIUDAD	CONTENIDO-MENSAJE,SMS
	<ol style="list-style-type: none">1.- Denuncian cierre de calles por ensayos de banda de guerras para eventos en colegios.2.- Denuncian mala atención en los mercados.3.- Solicitud a la Empresa Eléctrica de proveer de este servicio en varios sectores de la ciudad.4. Denuncian mala administración por parte del Municipio de Cuenca.5.- Denuncia trámites lentos en departamentos municipales, por ejemplo en el departamento de planificación.6.- Solicitan arreglo de vías en parroquias de la ciudad.7.- Solicitan construcción de redondeles en la entrada sur de Cuenca.8.- Solicitan que se ejecute encausamientos de río para evitar inundaciones, ejemplo en el río Machángara.9.- Solicitan al Alcalde de la ciudad que mantenga limpia las calles.10.- Solicitan al Concejo Cantonal que apruebe ordenanzas a favor de discapacitados.11.- Comentan sobre defraudación que tienen con el actual Alcalde, por incumplimiento de ofrecimientos para obras.12.- Preguntan: ¿por dónde construirán la nueva circunvalación?13.- Solicitan al Alcalde, el arreglo de vías en barrios de Cuenca, ejemplo en Virgen del Milagro.14.- Comentan sobre incumplimientos de campaña anterior por parte del Alcalde.15.- Felicitan al Alcalde por labores en comedores y guardería municipales.16.- Solicitan agilidad en permisos de construcción en el Municipio.17.- Denuncian daños de un reloj floral, recientemente inaugurado.18.- Denuncian la presencia de camales clandestinos en casas patrimoniales.19.- Solicitan a la Empresa Eléctrica de proveer de luminarias en varios sectores de la ciudad.

- 20.- Felicitan a la administración municipal por eliminar puestos de comidas en las afueras de la Terminal Terrestre que eran guaridas de delincuentes.
- 21.- Solicitan a la Municipalidad cierre de pasos en parterres frente al Hospital del Río.
- 22.- Solicitan a la Empresa Eléctrica instale alumbrado público en varios lugares de la ciudad.
- 23.- Solicitan arreglo de vías en parroquias de la ciudad, por ejemplo en El Valle.
- 24.- Denuncian que en una institución religiosa funcionan bares con venta de licor.
- 25.- Solicitan a la Municipalidad que haga cumplir la ley que prohíbe la venta de licor cerca de instituciones educativas.
- 26.- Felicitan a Empresa Eléctrica por colocación de luminarias en sectores que carecían del servicio de alumbrado.
- 27.- Denuncian a extranjeros (colombianos) por usar veredas para colocar puestos de comida (asaderos de carne).
- 28.- Denuncian sobre el inmenso despliegue publicitario del SOAT.
- 29.- Solicitan a la Municipalidad dar mantenimiento en parques de la ciudad, por ejemplo citan al parque de la Cdla. Villa Dorada.
- 30.- Denuncian que existe corrupción en el Municipio de Cuenca.
- 31.- Solicitan a la Municipalidad el arreglo de vía, por ejemplo en el sector el Coco de la parroquia El Valle.
- 32.- Solicitan que se mejore el centro de cómputo en el Registro Civil de Cuenca.
- 33.- Comentan sobre cómo es de tener limpia la ciudad.
- 34.- Solicitan arreglo de vías con una parroquia como es de Yanaturo.
- 35.- Denuncian a la Municipalidad la presencia de licoreras con equipos de música a alto volumen.
- 36.- Denuncian a malos administradores en los mercados ejemplo: Mercado El Arenal
- 37.- Solicitan arreglos de calles en el sector del Parque Industrial.
- 38.- Solicitan al Alcalde arreglo en las vías de la parroquia Yanaturo.
- 39.- Denuncia a la Empresa Municipal de Aseo, EMAC, explotación a trabajadores.
- 40.- Preguntan sobre cómo son los trámites de construcción.
- 41.- Solicitan reparación de vías en la parroquia Paccha.
- 42.- Solicitan al Alcalde que realice encause de aguas en el río Machángara.
- 43.- Solicitan limpieza en el Parque Miraflores, a organizadores de eventos.

- 44.- Denuncian a coyote detenido.
- 45.- Denuncian a colombianos que utilizan veredas para preparar comida (asados de carne).
- 46.- Denuncian que en el sector de la Terminal Terrestre, está completamente sucio.
- 47.- Denuncian presencia de venta de comida la vereda por parte colombianos que asan carne en la vereda.
- 48.- Denuncian al presidente de la Junta Parroquial de Turi por malversar fondos en la construcción de una escuela.
- 49.- Solicitan al Alcalde obras en el sector de Machángara y el Parque Industrial.
- 50.- Denuncian que vías de acceso al sector de El Tejar están destruidas.
- 51.- Solicitan construcción de muros de contención en el río Yanuncay.
- 52.- Denuncian que obras en la ciudad solo llegan a los amigos del Alcalde.
- 53.- Comentan sobre la necesidad de un nuevo Centro de Rehabilitación (cárcel).
- 54.- Denuncian actos bochornosos del Colegio Benigno Malo durante festejos de aniversario.
- 55.- Comentan sobre la situación en la cárcel de varones.
- 56.- Comentan gestión de la ministra cuencana de Patrimonio Cultural.
57. Comentan sobre los malos diseños que adornan el Parque de las Flores.
- 58.- Solicitan a la Contraloría que fiscalice las obras municipales de la actual administración.
- 59.- Comentan sobre la falta de seriedad del Alcalde en no asistir a compromisos adquiridos en ciertos barrios de la ciudad.
- 60.- Denuncian venta de perros en el Mercado de El Arenal.
- 61.- Solicitan al Alcalde que rebaje por lo menos el 50% por el concepto de obras generales.
- 62.- Solicitan mantenimiento de cunetas en la Panamericana Norte.
- 63.- Denuncia fugas de agua a la Empresa de Agua Potable de Cuenca, ETAPA.
- 64.- Solicitan información en cuánto a los trabajos en el Sistema Integrado de Transporte en el sector de la Feria Libre “El Arenal”.
- 65.- Denuncian que en la parroquia Ricaurte escasea el agua.
- 66.- Denuncia corte de servicio telefónico en parroquia San Bartolomé

Tabla 2 Fuente: Investigación del autor VAP.

- 1.- Felicitan por cumpleaños a jugador del Deportivo Cuenca.
- 2.- Solicitan a dirigentes del Deportivo Cuenca que adquieran derechos deportivos de jugadores extranjeros.
- 3.- Felicitan por cumpleaños a jugador del Deportivo Cuenca.
- 4.- Comentan sobre incidencia del partido Deportivo Cuenca-Deportivo Táchira de Venezuela.
- 5.- Comentan sobre labor del arquero del Deportivo Cuenca.
- 6.- Comentan sobre gestión de ex dirigentes del Deportivo Cuenca.
- 7.-Comentan sobre goles marcados en contra del Deportivo Cuenca.
- 8.- Comentan labor del arquero del Deportivo Cuenca.
- 9.- Solicitan a la emisora que repita los goles del Deportivo Cuenca.
- 10.- Comentan sobre los goles en contra y a favor del Deportivo Cuenca.
11. Solicitan que no se mezclen temas políticos con deportivos.
- 12.- Comentan sobre pronósticos deportivos.
- 13.- Solicitan información sobre resultados en partidos de Copa Santander Libertadores.
- 14.- Solicitan información sobre contratación de futbolistas en el Campeonato Ecuatoriano de Fútbol.
- 15.- Solicitan que se repitan goles del partido Deportivo Cuenca-Deportivo de Táchira.
- 16.- Solicitan información de horarios de partidos del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol.
- 17.- Comentan sobre pronósticos deportivos.
- 18.- Comentan sobre el arquero del Deportivo Cuenca.
- 19.- Solicitan que se adquiriera un nuevo jugador juvenil para el Deportivo Cuenca.
- 20.- Comentan sobre defensa del Deportivo Cuenca.
- 21.- Solicitan la compra de jugadores extranjeros para el Deportivo Cuenca.
- 22.- Comentan sobre la motivación que tiene el Deportivo Cuenca para partidos de la Copa Santander Libertadores.
- 23.- Comentan que no importa las perdidas del Deportivo Cuenca en los partidos del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol.
- 24.- Comentan falencia en la defensa del Deportivo Cuenca.
- 25.- Solicitan información sobre futbolista que agredió a su esposa.
- 26.- Solicitan información sobre partidos que le restan a la

selección de fútbol del Ecuador.

27.- Solicitan a dirigentes del Deportivo Cuenca que incorporen a más jugadores.

28.- Solicitan a la Federación Deportiva del Azuay mantenga abierta las instalaciones en la piscina olímpica.

29.- Solicitan repeticiones de goles del Deportivo Cuenca.

30. Solicitan repeticiones de goles marcados por el Deportivo Cuenca.

31.- Solicitan apoyo económico al Deportivo Cuenca.

32.- Comentan sobre ex técnico y jugadores del Deportivo Cuenca del año anterior.

33.- Solicitan repetición de goles del Deportivo Cuenca.

34.- Solicitan a estaciones de televisión que abran la señal para ver partidos del Deportivo Cuenca.

35.- Solicitan a Prefecto del Azuay ayuda para el deporte

Tabla 3 Fuente: Investigación del autor VAP.

- 1.- Solicitud por parte de profesores para conocer resultados de pruebas realizadas por la Dirección de Educación del Azuay.
- 2.- Solicitan presencia de autoridades de educación en un Colegio del cantón Sígsig.
- 3.- Solicitan al Movimiento Popular Democrático, MPD, no utilizar a profesores para campaña electoral.
- 4.- Denuncias altos costos de matrículas en la Universidad Técnica Particular de Loja.
- 5.- Denuncian que en afueras del Colegio Francisco Tamariz, después de clases existen peleas entre estudiantes.
- 6.- Solicitan apoyo a la Universidad de Cuenca para que se respete el convenio con el Ministerio de Salud.
- 7.- Denuncian que a escuelas y jardines de infantes no transfieren recursos para gastos.
- 8.- Denuncian que a pesar de prohibiciones de paseos, entidades educativas no hacen caso a la disposición.
- 9.- Solicitan al Presidente del Ecuador para asignar recursos a establecimientos educativos.
- 10.- Denuncian que frente a establecimientos educativos existe la presencia de licoreras.
- 11.- Comentan que a 200 metros de establecimientos no pueden existir ventas de licores.
- 12.- Comentan sobre lo que dice la Constitución: la educación es ahora gratuita.
- 13.- Solicitan a Universidades que revisen sus horarios nocturnos.
- 14.- Solicitan información sobre la modalidad de estudios a distancia.
- 15.- Denuncian a conserje de la escuela Irquis en Victoria del Portete, porque abre la escuela los fines de semana para que gente ingiera alcohol.
- 16.- Denuncian a directivos de la Unión Nacional de Educadores, UNE, por incapacidad en su funciones.
- 17.- Solicitan que se asignen nuevas autoridades en escuelas y colegios.
- 18.- Preguntan a prefecto del Azuay ¿cuáles son las competencias en educación por parte del Gobierno Provincial.

Tabla 4 Fuente: Investigación del autor VAP.

- 1.- Denuncian carestía de la vida.
- 2.- Denuncian que varias gasolineras no emiten facturas.
- 3.- Denuncian venta de zapatos falsificados.
- 4.- Denuncian que la inflación sigue en alza, y nadie hace nada.
- 5.- Denuncian que precios de pollo ha subido.
- 6.- Denuncian precios altos en la construcción.
- 7.- Denuncian escasez de cemento.
- 8.- Denuncian especulación de precios en ferretería de la ciudad.
- 9.- Denuncian que intereses en bancos están altos.
- 10.- Denuncian falta de planificación en la distribución de cementos Guapán.
- 11.- Denuncian escasez de cementos Guapán.

Tabla 5 Fuente: Investigación del autor VAP.

- 1.- Preguntan ¿en qué consiste el aumento de los años de trabajos para mejorar la jubilación, según lo planteado por el Congresillo de la Asamblea Nacional?
- 2.- Denuncian que los préstamos hipotecarios para la construcción de viviendas no son entregados por el IESS.
- 3.- Preguntan ¿cómo son los mecanismos para lograr asociaciones?
- 4.- Solicitan apoyo para que no sean eliminados los sindicatos
- 5.- Preguntan ¿en qué consiste el aumento de los años de trabajos para mejorar la jubilación, según lo planteado por el Congresillo de la Asamblea Nacional?
- 6.- Denuncian que la presencia de trabajadores peruanos, desplaza a la mano de obra local.
- 7.- Denuncian a ONG que no trabajan para lo que fueron creadas.
- 8.- Denuncian que el Mandato 8, que elimina la tercerización, no es respetada en la Central Hidroeléctrica Paute.
- 9.- Denuncian aportes para el IESS, son descontados pero la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca, EMAC, no efectúa los pagos.
- 10.- Solicitan información sobre la declaración patrimonial en el Servicio de Rentas Internas, SRI.
- 11.- Comentan sobre la gratuidad en el sistema judicial.
- 12.- Solicitan agilidad para los trámites en los préstamos hipotecarios.
- 13.- Denuncian falta de presupuesto para que el INFA ejecute sus programas.
- 14.- Denuncian al IESS no entrega los préstamos hipotecarios.
- 15.- Denuncian lentitud en juzgados del cantón Gualaceo.
- 16.- Comentan cómo se negocio dineros públicos entre el gobierno y la empresa REPSOL-YPF.
- 17.- Preguntan sobre la justicia indígena.
- 18.- Preguntan sobre si los detenidos pueden votar en las próximas elecciones.

- 19.- Comentan que la nueva Constitución no incluye la pena de muerte.
- 20.- Comentan sobre las funciones de oficio de la Fiscalía.
- 21.- Comentan sobre posición de Colegios de Abogados frente a la nueva Constitución.
- 22.- Comentan sobre los destinos a los fondos de reserva.
- 23.- Comentan sobre la reforma al Código Penal.
- 24.- Preguntan si un ex recluso puede ser candidato a Alcalde

Tabla 6 Fuente: Investigación del autor VAP.

TEMA 6. MEDIO AMBIENTE**CONTENIDOS MENSAJES,SMS**

- 1.- Preguntan a candidatos a concejales que van hacer sobre la Ley Minera.
- 2.- Solicitan no destruir la planta de palma en el Domingo de Ramos.
- 3.- Comentan sobre concesiones mineras en el sector del Austro.
- 4.- Denuncian a plantaciones florícolas en Susudel por utilización de químicos.
- 5.- Denuncian contaminación de río Santa Bárbara con cianuro.
- 6.- Denuncian presencia de fábricas peladoras de aves en Cuenca.
- 7.- Denuncian destrucción de cerros y contaminación de agua en el cantón Sígsig por parte de un dirigente comunero.
- 8.- Denuncian que en el Municipio de Cuenca autorizan el funcionamiento de una nueva fábrica de cemento en el Parque Industrial, sin considerar las normas ambientales.

Tabla 7 Fuente: Investigación del autor VAP.

**TEMA 7. OBRAS PÚBLICAS CONTENIDOS MENSAJES
PROVINCIALES**

- 1.- Felicitan a Prefecto por obras viales en la provincia del Azuay.
- 2.- Solicitan a Prefecto del Azuay mejorar la vialidad en el cantón Paute.
- 3.- Solicitan información sobre la construcción de la nueva zona franca de la provincia.
- 4.- Solicitan al Prefecto arregle la viabilidad en la provincia.
- 5.- Solicitan colocación de peajes en las vías del Azuay.
- 6.- Solicitan al Prefecto del Azuay arregle la vía Cumbe-San José Rarranga-Jima.
- 7.- Solicitan a Prefecto del Azuay y al Alcalde de Chordeleg arreglos de sus vías.
- 8.- Solicitan al Alcalde de Sígsig presupuesto para arreglar vías.
- 9.- Solicitan designación de autoridades en San Gerardo de Girón para que inicien obras.
- 10.- Solicitan a Alcalde del Sígsig poner orden en los mercados.
- 11.- Solicitan arreglos de matrices de agua en el cantón Gualaceo.
- 12.- Solicitan que se ejecuten proyectos estatales en la provincia del Azuay.
- 13.- Denuncian presencia de cantinas en Victoria del Portete, piden autoridades provinciales a que apliquen ordenanzas.
- 14.- Solicitan que no se instalen peajes en la provincia del Azuay.
- 15.- Denuncian a Alcalde de Paute por no proveer de agua a este cantón.
- 16.- Solicitan a Prefecto del Azuay arregle la vía Paute- Bulán-Padrehurco.
- 17.- Solicitan al Cuerpo de Ingenieros del Ejército que arregle vía Chicti-Sevilla de Oro, ya que la prefectura no lo hace.
- 18.- Felicitan al Alcalde de Sígsig por implementar oficina de turismo en el cantón.
- 19.- Solicitan a Alcalde de Paute obras en el cantón, caso contrario solicitarán a

- la prefectura del Azuay.
- 20.- Solicitan la no colocación de peajes en la provincia del Azuay.
 - 21.- Solicitan a Alcalde de Sígsig rinda cuentas de su administración.
 - 22.- Solicitan al Alcalde de Paute construcción de drenajes.
 - 23.- Solicitan al Alcalde de Sígsig coloque techo en una escuela de este cantón.
 - 24.- Denuncian mal estado de vía Monay- Baguanchi.
 - 25.- Denuncian en contra del presidente de la Junta Parroquial de Guel, por no agilizar trámites de escrituras en el INDA.
 - 26.- Denuncian que casas patrimoniales en el Sígsig son construidas con materiales incompatibles.
 - 27.- Solicitan a Alcalde de Sígsig terminar obras.
 - 28.- Denuncian a Registrador de la Propiedad del Sígsig por cobrar sin control por sus servicios.
 - 29.- Solicitan arreglos en calles del cantón Paute.
 - 30.- Denuncian que se está destruyendo la vía a Paccha.
 - 31.- Denuncian que no avanza la construcción de la vía Biblián-Zhud.
 - 32.- Denuncia de campesinos porque les impiden trabajar en sus tierras.

Tabla 8 Fuente: Investigación del autor de esta tesis, VAP.

- 1.- Invitan a mítines políticos en barrios de Cuenca.
- 2.- Invitan a reflexionar antes de elegir a los candidatos.
- 3.- Pregunta a un candidato a concejal rural sobre la ideología del partido de gobierno.
- 4.- Preguntan a candidato a concejal rural por quién votará para presidente.
- 5.- Comentan que varios candidatos en el Azuay no están preparados para ser nuestros representantes.
- 6.- Solicitan que se haga control de propaganda electoral.
- 7.- Preguntan a candidato a concejal rural, ¿qué función cumple una Junta Parroquial?
- 8.- Preguntan a candidata a asambleísta provincial, si los candidatos de gobierno ganarán en el Azuay.
- 9.- Solicitan información de encuestas electorales.
- 10.- Comentan sobre cómo el Presidente de la República ordena en el Congresillo.
- 11.- Critican los sueldos de los asambleístas.
- 12.- Critican que políticos también colocan a familiares en candidaturas y puestos públicos (nepotismo).
- 13.- Preguntan a candidata a asambleísta provincial ¿por qué eligen candidatos a dedo?
- 14.- Critican la idea política del Presidente Rafael Correa, dicen que no es socialista, sino la nueva derecha.
- 15.- Critican la posición e ideología del gobierno de Rafael Correa.
- 16.- Solicitan a candidato a concejal urbano, su concepto sobre la nueva Ley Minera.
- 17.- Comentan que el modelo del actual gobierno es centralista.
- 18.- Preguntan a candidato por qué se afilió al partido de gobierno.
- 19.- Critican a Rafael Correa por la compra de helicópteros.
- 20.- Critican a Rafael Correa por creer que todo lo que hace esta bien.
- 21.- Comentan que la ideología del Presidente del Ecuador no es socialista
- 22.- Solicitan debate entre Rafael Correa y Diego Delgado.
- 23.- Critican a candidato a la presidencia por no dar clase en la Universidad de Cuenca, dicen que solo pasa en Quito.
- 24.- Comentan qué es socialismo y que son los sociolistas.
- 25.- Invitan a la reflexión del voto.
- 26.- Critican a Prefecto del Azuay por no presentarse a debates.
- 27.- Critican la posición política del Movimiento Popular Democrático, MPD.
- 28.- Critican nuevamente al Movimiento Popular Democrático, MPD, por ser causante del sindicalismo en el

Azuay.

29.- Preguntan a candidatos que definan ¿qué es derecha, izquierda y socialismo?

30.- Solicitan a candidatos presenten sus curriculum vitae.

31.- Solicitan propuestas a candidato a asambleísta provincial por el Partido Sociedad Patriótica, PSP.

32.- Invitan a votar nulo

33.- Critican a candidato a la reelección a la Prefectura del Azuay, por ofrecer obras que también prometió anteriormente.

34.- Invitan a que estas elecciones se castiguen a los politiqueros.

35.- Critican al Partido Sociedad Patriótica.

36.- Critican a candidata a concejala urbana, por ser aliada de los comerciantes de los mercados de Cuenca.

37.- Solicitan a candidato a la prefectura del Azuay cumpla con obras en caso de ganar.

38.- Critican al Movimiento Popular Democrático por ser aliado del gobierno.

39.- Denuncian a candidata a concejal urbana por tener puestos en los mercados de Cuenca.

40.- Solicitan a candidatos a generar fuentes de trabajo.

41.- Critican a candidato a la reelección a la prefectura del Azuay, porque solo ofrece obras en tiempo de elecciones.

42.- Pregunta a candidato a la reelección a la alcaldía de Cuenca, por qué no exige la utilización de taxímetros?

43.- Comentan sobre el derroche de dinero por parte del partido oficialista.

44.- Críticas por reelección de varios candidatos.

45.- Critican forma de hablar y de presentación de candidatos.

46.- Critican a candidatos por realizar campaña anticipada.

47.- Critican la copia en los slogans de campaña electoral.

48.- Comentan que todos copian la palabra revolución ciudadana.

49.- Comentan sobre canciones de los candidatos, copiadas de varios autores nacionales e internacionales.

50.- Felicitan a Rafael Correa por atacar a la prensa “corrupta”.

51.- Denuncian a buro político de gobierno por encubrir actos de corrupción en Cuenca.

52.- Invitan a que caravanas políticas se efectúen sin ocasionar congestión vehicular en el Centro Histórico de la ciudad.

53.- Solicitud para control de gasto electoral.

54.- Comentan que los políticos mienten.

55.- Solicitud para control de propaganda en casas patrimoniales.

- 56.- Critican rol de la esposa de Rafael Correa.
- 57.- Critican a políticos por ofrecer “maravillas”
- 58.- Denuncian a Alianza País por colocar propaganda en medidores y árboles de la ciudad.
- 59.- Denuncian a candidato a la reelección a la prefectura por colocar propaganda arbitrariamente.
- 60.- Solicitan al candidato a la reelección a la alcaldía a que no use dinero del pueblo cuencano.
- 61.- Critican expresiones de ciertos candidatos.
- 62.- Denuncian que trabajadores de la salud fueron obligados a participar en mítines políticos de candidato a Alcalde de Cuenca.
- 63.- Denuncian mala utilización de propaganda en espacios comunitarios.
- 64.- Critican que ex reos sean candidatos.
- 65.- Comentan que Cuenca tiene candidatos improvisados.
- 66.- Denuncian mala utilización de postes para propaganda electoral en el cantón Santa Isabel.
- 67.- Denuncian que se suspenden servicios en la salud para ir a caravanas políticas.
- 68.- Denuncian mala colocación de propaganda en redondeles.
- 69.- Invitan a capacitaciones para los miembros de las juntas receptoras del voto para las próximas elecciones.
- 70.- Felicitan a Presidente Rafael Correa.
- 71.- Denuncian mala colocación de propaganda en el cantón Gualaceo.
- 72.- Denuncian despilfarro de dinero en el gasto electoral.
- 73.- Preguntan a candidato a Alcalde de Cuenca ¿por qué hay sólo peruanos en los proyectos municipales?
- 74.- Critican a candidato al Alcalde de Cuenca por temas de seguridad.
- 75.- Dan consejo a candidato a la alcaldía de Cuenca para que no se lamente por actuaciones de otros candidatos.
- 76.- Recomiendan a candidato a la alcaldía de Cuenca a que no hable de la poca o mucha propaganda que utiliza el gobierno.
- 77.- Preguntan a candidato a la alcaldía de Cuenca que ha hecho cuando fue vicealcalde.
- 78.- Comentan por qué no votar por el actual Alcalde de Cuenca.
- 79.- Denuncian a candidato a concejal en el cantón Sígsig por utilizar a alumnos para campaña, a cambio de un paseo de gira.
- 80.- Felicitan al Presidente de la República por su labor.
- 81.- Preguntan a candidatos si saben lo qué es estar sin trabajo y pasar penurias.
- 82.- Critican de “sinvergüenzas” a políticos.

83.- Critican al Movimiento Popular Democrático por aliados al gobierno y por el despilfarro económico que hacen.

Tabla 9 Fuente: Investigación del autor VAP.

TEMA 9. SANIDAD Y SALUBRIDAD**CONTENIDOS-MENSAJES,SMS**

- 1.- Denuncian malas prácticas médicas en el hospital del IESS.
- 2.- Denuncian mala atención el hospital del IESS.
- 3.- Solicitan que en restaurantes los salonereros se vistan de blanco para así determinar el aseo.
- 4.- Denuncian la presencia de perros callejeros en alrededores de restaurantes.
- 5.- Denuncian que horarios de atención en centros médicos de Paute no se cumplen
- 6.- Solicitan mejorar la infraestructura física de centros médicos.
- 7.- Solicitan atención en el hospital del IESS porque uno aporta para ser atendido.
- 8.- Solicitan mejoras en atención por parte de funcionarios del Hospital Regional de Cuenca.
- 9.- Solicitan contratación de médicos en el Hospital de la Mujer y el Niño.
- 10.- Critican al Presidente del Ecuador por políticas en la salud.
- 11.- Denuncian a médicos del Hospital de Gualaceo que no atienden.
- 12.- Denuncian mala atención por parte de funcionarios del Hospital Regional de Cuenca.

Tabla 10 Fuente: Investigación del autor VAP.

- 1.- Denuncian robos a la salida de la Universidad de Cuenca
- 2.- Critican el pago a la tasa por seguridad ciudadana, explican que es dinero botado.
- 3.- Solicitan a candidatos a concejales trabajar por la seguridad de la ciudad.
- 4.- Critican el pago de la tasa por concepto de seguridad ciudadana.
- 5.- Denuncian que en el sector de un barrio de Cuenca, Totoracocha, existe un terreno que es guarida de delincuentes.
- 6.- Denuncian que infraestructura física de la Policía, está obsoleta.
- 7.- Denuncian asaltos y robos en el Centro Histórico de Cuenca.
- 8.- Denuncian que estudiantes sin víctimas de la delincuencia.
- 9.- Denuncia mala atención por parte del personal de la Policía Nacional.
- 10.- Denuncian la presencia de delincuentes en barrios de la ciudad.
- 11.- Solicitan a la Policía que reparen sus instalaciones para atención al público.
- 12.- Denuncian presencia de delincuentes en la afueras de la Universidad Politécnica Salesiana, UPS.
- 13.- Denuncian que en el sector de la Terminal Terrestre no controlan la delincuencia y prostitución.
- 14.- Denuncian presencia de peruanos que causan temor en el cantón Paute.
- 15.- Denuncian presencia de talleres de juegos pirotécnicos en Ricaurte.
- 16.- Denuncian robo de una camioneta.
- 17.- Denuncian presencia de ladrones en la parroquia San Juan.
- 18.- Denuncian presencia de cantinas clandestinas en la parroquia Jima.
- 19.- Solicitan resguardo policial en la afueras de las instituciones educativas.
20. Preguntan a la Policía Nacional, ¿qué hicieron con un delincuente capturado?
- 21.- Denuncian presencia de fábrica de juegos pirotécnicos en la parroquia Ricaurte.
- 22.- Denuncian la presencia de delincuentes en un barrio de Cuenca,

como en la ciudadela Las Peñas.
23.- Denuncian a sujetos que perturban la seguridad en varios sectores de la ciudad.

Tabla 11 Fuente: Investigación del autor VAP.

- 1.- Solicitan que se eliminen los torniquetes de la transportación urbana de Cuenca.
- 2.- Comentan que en Cuenca ya no pueden existir más transporte urbano, debido a que está saturado este servicio.
- 3.- Denuncian que no se utilizan los taxímetros.
- 4.- Denuncian exageradas ganancias del SOAT.
- 5.- Solicitan que se baje el volumen de los semáforos instalados en la ciudad.
- 6.- Solicitan a la Policía que controle el uso del teléfono celular a los conductores.
- 7.- Solicitan que se controle el ruido de pitos de los vehículos.
- 8.- Denuncian que línea 20 no cumple con el servicio en horario noche.
- 9.- Denuncian mala ubicación de parada de bus.
- 10.- Denuncian que la causa de un accidente ocurrido, fue causa del exceso de velocidad.
- 11.- Denuncian que veredas son utilizadas para ventas de motocicletas.
12. Denuncian a causante de accidente por estar en estado etílico.
- 13.- Denuncian un accidente de tránsito ocurrido en ese momento.
- 14.- Denuncian un choque entre dos vehículos.
- 15.- Denuncian que la Policía retiró patrullero que servía en la parroquia San Bartolomé.
- 16.- Solicitan que no se implementen más unidades de transporte.
- 17.- Solicitan que se reglamente a los taxistas en Cuenca.
- 18.- Solicitan control a buses obsoletos.
- 19.- Denuncian exceso en cobro de pasajes.
- 20.- Denuncian la mala utilización de vías.
- 21.- Denuncia la presencia de taxis piratas.
- 22.- Denuncia que en el transporte interprovincial los pasajeros van parados.
- 23.- Denuncian mala señalización en las

vías.

24.- Denuncian mal servicio por parte de ciertos choferes.

25.- Denuncian a choferes por no utilizar el nuevo sistema de recaudo de buses.

26.- Denuncian que Ingeniería de Tránsito de la Policía no realiza un buen pintado en las vías.

27.- Denuncian que cooperativas de transporte de buses no respetan sus itinerarios

28.- Denuncia que el SOAT es muy lento sus trámites.

29.- Solicitan a la Policía y al Municipio controle a los taxis piratas.

30.- Comentan sobre la congestión vehicular en la ciudad.

31.- Solicitan control de camionetas de alquiler en el cantón Gualaceo.

32.- Denuncian abuso de transportistas.

33.- Solicitan a la Policía de Tránsito que controle el estacionamiento en las afueras de la Universidad Católica de Cuenca.

34.- Denuncian a choferes del Consejo Provincial del Azuay por ser causante de accidente en el cantón Sígsig.

35.- Solicitan que se calibren los nuevos semáforos instalados.

36.- Solicitan que se empiece a renovar las licencias.

37.- Solicitan a la Policía de Tránsito que controle a camionetas de alquiler en el cantón Gualaceo.

38.- Denuncian a la Policía que cierra las vías sin razón alguna.

39.- Pregunta ¿cuándo se renovarán las licencias?

40.- Pregunta otro oyente ¿cuándo se renovarán las licencias?

41.- Solicitan arreglo de semáforos por el sector del Mercado 12 de Abril.

42.- Denuncian a choferes que llevan a estudiantes colgados en las puertas.

43.- Denuncian mal trato de choferes a los pasajeros en los buses.

44.- Denuncian que los buses no respetan los itinerarios establecidos.

45.- Denuncian que paradas de buses

<p>están mal instaladas.</p> <p>46.- Denuncian a cooperativas intercantonales por cobrar precios exagerados en las encomiendas.</p> <p>47.- Preguntan dónde se sacan los permisos de conducir.</p> <p>48.- Solicitan a la Unidad Municipal de Tránsito que se controle el nuevo sistema de recaudo.</p> <p>49.- Denuncian que en los buses no tienen sueltos para el cambio.</p> <p>50.- Comentan que en Cuenca el tránsito y transporte es un caos.</p> <p>51.- Denuncian que los nuevos semáforos no están sincronizados.</p> <p>52.- Denuncian que la Policía coima a los transportistas.</p> <p>53.- Denuncian que las tarjetas prepago de transportación no tiene centros para recargas automáticas.</p> <p>54.- Denuncian que vehículos particulares estacionan en paradas de buses.</p> <p>55.- Solicitan que se controle emanación de gases por parte de los buses.</p> <p>56.- Solicitan a la Policía de Tránsito que se instale señalización en la vía Sígsig-Chiguinda</p>

Tabla 12 Fuente: Investigación del autor VAP

- 1.- Comentan que ciertos medios de comunicación no dan apertura a los públicos.
- 2.- Solicitan a la radio que repita información difundida horas antes.
- 3.- Denuncian sobreprecio en construcción de obras, sin especificar qué tipos de obras.
- 4.- Agradecen a autoridades, sin especificar qué autoridades y por qué.
- 5.- Solicitan que se controlen a funcionarios del Registro Civil en Gualaceo.
- 6.- Solicitan ayuda para recuperar documentación extraviada.
- 7.- Solicitan a la radio dar nombres de ciertas autoridades,
- 8.- Denuncian estafas a través de mensajes de texto en los teléfonos celulares,
- 9.- Felicitan al Alcalde de Cuenca, por hacer campaña, luego de haber pedido licencia a su cargo.
- 10.- Solicitan que devuelvan documentación extraviada.
- 11.- Informa que se capacitará a miembros de juntas electorales, no se especifican más datos.
- 12.- Solicitan explicaciones a dirigentes en proyectos de agua.
- 13.- Felicitan posición de la radio al no transmitir enlaces radiales de los días sábados.
- 14.- Preguntan cuándo vendrán los ministros a visitar Cuenca.
- 15.- Preguntan si publicidad de Tony Kamo es verídica.
- 16.- Solicitan email de la radio.
- 17.- Denuncian a dirigente campesino, sin explicar por qué?
- 18.- Solicitan convocatoria a asamblea de la Junta de Agua de Nero.

Tabla 13 Fuente: Investigación del autor VAP.

Anexo 2

Detalle en la siguiente página el planificador y evaluador de radio, encontramos las radios elegidas para este estudio: La Voz del Tomebamba y Splendid, radio Alpha no está en esa evaluación, en razón como lo explique en su respectivo momento no tiene audiencias significativas, pero para esta investigación utiliza los mensajes de texto, situación que no lo hacen otras que se encuentran mejor ubicadas, según la empresa Mercados y Proyectos.