

**Pasaporte Educativo: Educomunicación para Niñas, Niños y Adolescentes a través de la Red de Radios Comunitarias de CORAPE Durante la Emergencia Sanitaria**  
**Educational Passport: Educommunication for Children and Adolescents through the CORAPE Community Radio Network during the Health Emergency**

Revista Enfoques de la  
Comunicación No. 7  
Junio 2022, pp. 139 - 185  
p-ISSN: 2661-6939  
e-ISSN: 2806-5646  
Recibido: 25 de marzo de 2022  
Aceptado: 29 de abril de 2022

Jorge E. Guachamín<sup>1</sup>

[jorgeguachamin@corape.org.ec](mailto:jorgeguachamin@corape.org.ec)

Sofía M. Meneses Andrade<sup>2</sup>

[sofia@corape.org.ec](mailto:sofia@corape.org.ec)

Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador (CORAPE)

Quito, Ecuador

### Resumen

El presente documento recogió la experiencia de adapta-

<sup>1</sup> Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, actualmente cruza una especialización en Proyectos de Desarrollo en la Universidad Andina Simón Bolívar. Desde hace 14 años ha trabajado en Comunicación Comunitaria con un enfoque de Derechos Humanos, articulando con las realidades locales del territorio, en el marco del respeto de las cosmovisiones de los Pueblos y Nacionalidades. Desde hace tres años se viene desempeñando como Secretario Ejecutivo de La Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador - CORAPE, donde trabaja junto a un equipo humano comprometido con la comunicación comunitaria del país, coordinado a la organización a nivel nacional, con las radios afiliadas, fraternas y centros de producción comunitarios.

<sup>2</sup> Licenciada en Comunicación Social con énfasis en educomunicación arte y cultura por la Universidad Central del Ecuador, Magister en Estudios de la Cultura con énfasis en género y cultura. Ha trabajado en comunicación comunitaria por más de siete años. Fue coordinadora durante cinco años del colectivo en defensa de los derechos de mujeres y grupo LGTBTHQ "Radio Púrpura". Ha ganado varios reconocimientos por excelencia académica en su trayectoria universitaria y de posgrado obteniendo una beca completa para realizar su investigación sobre Masculinidades y violencia en el caso Paola Albarracín en Ecuador. Ha trabajado para la Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador - CORAPE y para la Escuela "Corredores Migratorios". Es una activista a favor de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres y las personas gestantes.

ción de los medios de comunicación comunitaria de la red CORAPE (Coordinadora de Medios Populares y Educativos) a una nueva manera de hacer radio durante la emergencia sanitaria de la COVID-19, y cómo logró implementar, en pocas semanas, el proyecto educomunicacional Pasaporte Educativo, dirigido a la atención de familias, niñas, niños y adolescentes de comunidades indígenas, rurales y urbanas del país, a través de una alianza estratégica con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

El objetivo de este trabajo es documentar esa experiencia y compartir con los comunicadores y medios de comunicación públicos, privados y comunitarios cómo se desarrolló todo el proceso. Mismo que fue exitoso, en gran parte, gracias a los atributos propios de la comunicación comunitaria: como la participación colectiva y el contacto cercano con la comunidad.

Por otra parte, el documento muestra que la comunicación con un enfoque social, en este caso de atención a la infancia, puede implementarse de manera emergente con excelentes resultados, si existe la voluntad y el compromiso de personas e instituciones.

*Palabras clave:* educomunicación, comunicación comunitaria, radio comunitaria, infancia.

### **Abstract**

This document collects the systematization of the experience of adapting the community media of CORAPE network (Coordinator of Popular and Educational Media) to a new way of doing radio during the COVID-19 health emergency, and how it managed to implement, in a few weeks, the Educational Passport educommunication project, aimed at families, children and adolescents from indigenous, rural and urban communities in the country, through a strategic alliance with the United Nations Children's Fund (UNICEF). The objective of this product is to document that experience and share with communicators and public, private and community media how the entire process was developed. A process that was successful, in large part, thanks to the attributes of community communication, such as participation, close contact with the community, and work in the minga.

On the other hand, the document shows that communication with a social approach, in this case of child care, can be implemented in an emerging way with excellent results, if there is the will and commitment of people and institutions.

**Keywords:** educommunication, community communication, community radio, childhood.

## **Introducción**

No somos periféricos, ni provisionales, la radio comunitaria se desarrolla de igual manera en un gran capital o en un caserío campesino. Donde hay gente, puede y debe haber comunidad. ¿No nos han dicho que vivimos en una “aldea global” (López, 1995, pp. 51– 52).

A principios de enero de 2020, cuando la Organización Mundial de la Salud (OMS) alertó al mundo sobre la presencia de brotes epidémicos causados por el virus denominado COVID-19, la secuencia de eventos posteriores se torna inusitadamente alarmante por el veloz aumento de contagios. En poco tiempo la epidemia traspasa las fronteras de casi todos los países del mundo, por lo que se le caracteriza, el 11 de marzo de 2020, como una pandemia, obligando a los gobiernos de la mayoría de las naciones a la aplicación de diversas medidas para evitar su propagación.

En Ecuador, el primer caso se identificó el 29 de febrero de 2020 en la provincia de Guayas y obligó a las autoridades a tomar medidas para combatir esta enfermedad. Es así, que el 13 de marzo se activó el Comité de Operaciones de Emergencia Nacional (COE-N) que estuvo a cargo de informar sobre la situación epidemiológica del país a través

del reporte diario de cifras de personas contagiadas y fallecidas por provincias y cantones. (Parra, 2022, p. 28)

El estado de excepción por la pandemia COVID-19 implicó la suspensión de clases, aislamiento social, toque de queda, restricciones de movilización peatonal y vehicular, la suspensión de vuelos internacionales y la adopción del teletrabajo de manera obligatoria. Estas medidas fueron flexibilizándose a partir de julio de 2020, aunque de manera fluctuante según la incidencia de la epidemia en cada provincia.

Esta nueva realidad que se instaló de la noche a la mañana en todo el planeta, cambió las rutinas, los hábitos, los modos de relacionarse y comunicarse, generando un gran desconcierto en la sociedad. Es allí cuando los medios cobran un rol especialmente relevante, no solo en cuanto a la trasmisión de datos sobre el progreso de la pandemia, sino, con respecto a la orientación de la comunidad sobre el cuidado, protección y prevención de la enfermedad. Es importante tomar en cuenta que “Los medios comunitarios, alternativos o ciudadanos surgen de la necesidad de democratizar la palabra en busca de una sociedad más justa, equitativa y solidaria” (Mullo-López et al., 2019, p. 176).

La Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador –CORAPE– comprendió enseguida

la importancia de hacer todos los esfuerzos posibles para responder a la necesidad de información y comunicación de las personas, pero sobre todo entendió que en el contexto de emergencia sanitaria con todas las restricciones que esto implica, es necesario plantearse una nueva manera de hacer las cosas, esto tomando en cuenta que desde la perspectiva de José Ignacio López (1995), una emisora comunitaria:

Promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogeneización mercantil” (p. 54).

En este sentido precisamente uno de los aspectos que caracteriza a los medios de comunicación comunitarios es precisamente la participación de la comunidad en los proyectos de desarrollo, por lo que, desde el inicio, el proyecto se plantea bajo un modelo participativo. En este documento se observará como se realizó la curaduría de los productos educomunicacionales ya existentes en CORAPE y en las organizaciones aliadas de UNICEF para ser adaptados

a la emergencia COVID-19 e incluirlos en los programas radiales educativos. Los temas prioritarios de esta curaduría fueron desarrollo infantil, parentalidad positiva, cultura de paz y prevención del COVID-19.

En este sentido, para este proyecto se realizaron varias actividades, entre las que destacan la consolidación de los productos curados en la página web del proyecto comunicacional ([www. corape.org](http://www.corape.org)) para que puedan ser utilizados en los programas en cualquier momento. Además, se desarrolló la implementación de un proceso de formación y acompañamiento a los medios (técnicos, productores, y directores) para realizar los programas.

Otra actividad importante fue la creación de una plataforma virtual y webinarios para las capacitaciones. Respecto a los programas se priorizó que sean espacios en donde se genere reflexión y aprendizajes para las comunidades, a través de un proceso participativo en el que las familias y estudiantes de todas las edades puedan compartir sus ideas y experiencias sobre temas educativos aplicables en la emergencia COVID-19. Es importante detallar que los radios en este proyecto contaron con un incentivo económico para que pudieran llevar a cabo el programa Pasaporte Educativo.

## **El Papel de los Medios Comunitarios**

Para Ignacio López Vigil (1995), “No somos periféricos, ni provisionales, la radio comunitaria se desarrolla de igual manera en un gran capital o en un caserío campesino. Donde hay gente, puede y debe haber comunidad” (pp. 51– 52). En ese sentido, creemos que el papel de los medios comunitarios desde su construcción, y más en tiempos de pandemia, no solo debía ser informativo, o solo eco sobre las decisiones del gobierno nacional y/o las organizaciones internacionales, o buscar los datos verdaderos de los fallecidos, sino, estar atentos de lo que estaba pasando con sus audiencias en las frecuencias y plataformas digitales. Por ello es vital recordar que la radio comunitaria debe estar constituida y consolidada como un espacio que apertura la voz de su comunidad como un asunto ético y político. De ahí la importancia del papel de la cultura, tal como lo manifiesta el autor Marco Mejía (2014): considera la cultura de los participantes como el escenario en el cual se dan las dinámicas de intraculturalidad, interculturalidad y transculturalidad de los diferentes grupos humanos. No existe ejercicio de negociación cultural y diálogo de saberes si quien dialoga no se inscribe en una cultura que reconoce como propia a la vez que lo dota de identidad -intraculturalidad- y desde la cual constituye los procedimientos de relacionamiento con los otros mundos, a través de lo cual

se le manifiestan los diferentes de la sociedad actual –interculturalidad–. De igual manera, interpela un discurso de la multiculturalidad globalizante y liberal, en la cual se respeta lo diferente, pero no se valora. En ese sentido, se construye una diversidad que, escondida en el pluralismo, prolonga y produce desigualdad. Por ello, negociación y diálogo se fundamentan en el reconocimiento del otro o la otra, que enriquece individualmente y produce modificaciones en la esfera de la propia individuación.

En ese camino del reconocimiento al otro, CORAPE entendió que la educación es la pieza clave en este escenario y formó un clúster de educación, es en estas reuniones donde se analizó la problemática sobre la falta de conectividad que tenían los niños, niñas y adolescentes en todos los sectores, pero mucho más en la parte rural, de ahí la necesidad de interrogarse cómo hacer que la educación y la radio comunitaria coadyuven a frenar los impactos sociales de la pandemia y el confinamiento. Es precisamente esto lo que convirtió al proyecto “Pasaporte Educativo” en una respuesta a la crisis que se desarrollaba en el país, siendo clave para brindar un acompañamiento a la comunidad. Esto hizo que se considere urgente el trabajo de fortalecimiento a los comunicadores y comunicadoras comunitarias de radios para aportar a frenar esta situación.

## **Metodología**

CORAPE basó sus actividades en metodologías de trabajo y de capacitación centradas en la Investigación de Acción Participativa (IAP), que nace en la década de los 60 con el objetivo de “fortalecer la movilización y emancipación de los grupos desfavorecidos como corriente ética y política ligada a la Educación Popular y al trabajo del educador brasileño Paulo Freire y de numerosos grupos y organizaciones, principalmente latinoamericanos” (Ballesteros, 2014).

La investigación acción participativa es generalmente iniciada por un agente externo –típicamente un investigador asociado con una universidad local–. El agente facilitador puede jugar un papel inicial central, promoviendo el desarrollo de conciencia crítica y facilitando la evaluación de necesidades de la comunidad o grupo. Pero este papel se transforma a medida que el proceso avanza, pues los líderes locales son los que dirigen el proceso de cambio. La comunidad controla la agenda y el agente externo provee apoyo logístico basado en su experiencia y conocimiento previos. (Balcázar, 2003).

CORAPE basa sus actividades en metodologías de trabajo y de capacitación centradas en la Investigación Acción Participativa [IAP]. La IAP nace en la década de los 60's del siglo XX con el objetivo de “fortalecer la movilización y

emancipación de los grupos desfavorecidos [...] como corriente epistemológica, ética y política ligada a la Educación Popular y al trabajo del educador brasileño Paulo Freire y de numerosos grupos y organizaciones, principalmente latinoamericanos” (Alatorre, 2014).

La construcción de conocimiento social comprende un alto grado de participación de todas las personas, por esta razón apuntamos a la participación real como punto clave a la hora de construir propuestas de cambio desde el intercambio de conocimientos. Es así que nos centramos en el escalón 8 de la teoría “Escalera de Participación” de Roger Hart<sup>3</sup>.

Participación en acciones pensadas por la propia población y que han sido compartidas con agentes externos. Este escalón representa el nivel máximo de participación y se fundamenta en la creación, planificación y organización de una actividad, por parte de la población, compartiéndola con agentes externos. (Hart, 1993)

En este caso, participamos como agentes externos con quien intercambiar conocimientos y construir conjun-

---

<sup>3</sup> La participación de los niños de la participación simbólica a la participación autentica (Hart, 1993): <https://www.unicef-irc.org/publications/538-la-participaci%C3%B3n-de-los-ni%C3%B1os-de-la-participaci%C3%B3n-simbolica-a-la-participaci%C3%B3n.html>

tamente productos, acciones, ideas, alternativas de cambio desde nuestra experiencia respetando los puntos de vista y fortaleciendo las identidades y cultura. En este sentido, es vital la participación de los miembros de la comunidad.

El grado de participación de los miembros de la comunidad o grupo determina el nivel de IAP. Este es una función de tres componentes:

(1) El grado de control que los individuos tienen sobre el proceso de investigación-acción; (2) el grado de colaboración en la toma de decisiones que existe entre los investigadores profesionales (externos) y los miembros de la comunidad; y (3) el nivel de compromiso de los participantes de la comunidad y los investigadores externos, con el proceso de investigación y cambio social. (Balcázar, 2003, p. 65)

Para CORAPE fue esencial entender la importancia de entender las necesidades de la comunidad y de los actores centrales de las radios; por ello, dentro de este marco, se procedió a realizar un estudio de datos, no estandarizados ni predeterminados, a través de la aplicación de cuestionarios con preguntas abiertas, para recoger las experiencias y las necesidades de las radios comunitarias ante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.

A partir de este análisis de las respuestas, se construyó los procesos llevados a cabo por las radios comunitarias para hacerlos dialogar con la teoría existente acerca de la comunicación en emergencia, con el fin de establecer un proceso que responda a las necesidades y posibilidades de los medios de comunicación, tanto públicos, comunitarios y privados, y a las demandas de comunicación de la sociedad en general. Por tanto, es vital entender que “La participación social es una clave fundamental para la construcción de una radio comunitaria, esto se evidencia desde las primeras iniciativas latinoamericanas”. (Mullo-López et al., 2019, p. 179).

Por tanto, la participación y las experiencias de las diferentes radios que conforman la Red CORAPE fueron recogidas mediante datos no estandarizados ni predeterminados, a través de la aplicación de cuestionarios con preguntas abiertas. A partir del análisis de esas respuestas se reconstruyó las acciones que llevaron a cabo los medios comunitarios para satisfacer la demanda social de información durante la emergencia sanitaria.

Esa reconstrucción de la experiencia abarcó dos momentos de las radios comunitarias afiliadas a la red CORAPE. El primero, consistió en el proceso de adaptación a la situación de emergencia sanitaria, que se enfocó en dar continuidad a la labor informativa procurando no perder calidad. El

segundo, en el que 25 medios de comunicación comunitarios afiliados a la Red y en el marco de un proyecto entre CORAPE y UNICEF, emprendieron la producción de programas educomunicacionales dirigidos a niñas, niños, adolescentes y familias, con un enfoque de convivencia pacífica y parentalidad positiva para enfrentar la situación de emergencia sanitaria.

Ahora bien, existen diversas tipologías de participación en la radio comunitaria; sin embargo, todas están enfocadas a la democratización de los medios. La participación desde la gestión impulsa a la comunidad a involucrarse en la toma de decisiones en la administración de la emisora. Con esta finalidad se ejecuta una comunicación horizontal para la contratación del personal, el nombramiento del administrador o director, el mantenimiento de equipos e instalaciones, entre otras. Otra tarea prioritaria en este nivel de participación es la contribución de la comunidad para la sostenibilidad económica del medio. (Mullo-López et al., 2019).

### **Panorama de los Medios de Comunicación Comunitarios durante la Pandemia por la COVID- 19**

Se realizaron varias acciones de los medios comunitarios para adaptar el trabajo de los medios de comunicación en la emergencia sanitaria. Debemos recordar que:

[...] la radio debe convertirse en un espacio de participación de las comunidades y solo la vinculación efectiva con las mismas garantizará el soporte necesario para que dichas comunidades defiendan su radio como herramienta comunicacional para el desarrollo de sus capacidades y para el mejoramiento de su propia vida en comunidad. (Romero y Artigas, 2013, p. 77)

En ese sentido, la radio debe convertirse en un espacio de participación de las comunidades y solo la vinculación las acciones de replanificación como soporte emocional de la pandemia podía convertirla en un espacio amigable y oportuno. Por tanto, los medios de la Red CORAPE tuvieron que replantear la planificación de sus producciones y la parrilla de programación. En este sentido, los medios se enfocaron en mantener las realizaciones de carácter informativo –eje del trabajo comunicacional de los medios comunitarios– como noticieros y entrevistas, para tratar de forma prioritaria el tema de la pandemia COVID-19.

En la mayoría de los medios comunitarios la producción noticiosa e informativa se amplió, ya sea alargando el tiempo que se dedicaba usualmente a estos espacios o bien produciendo más noticieros con el fin de mantener informados a los radioyentes en todo momento. Conservaron,

sin embargo, las producciones que ya contaban con mucha audiencia y que venían emitiendo de manera regular, como programas de evangelización, educación y entretenimiento.

En un primer momento, los programas producidos en cabina como radiorevistas, espacios infantiles o entrevistas tuvieron que ser suspendidos mientras las medidas sanitarias; así lo exigían y los medios se adecuaban a la nueva modalidad de teletrabajo. Más tarde, las radios pudieron retomar sus producciones gracias al uso de plataformas digitales y tecnologías que les permitieron volver poco a poco a la parrilla de programación regular. Cabe recalcar que todos los programas que se fueron sumando a la parrilla mantuvieron un componente informativo y de orientación relacionado con la emergencia sanitaria. Permanentemente, se emitían mensajes y prácticas de prevención del contagio a través de cuñas o de recomendaciones de los locutores.

Desde el inicio el objetivo de este proyecto fue dar respuesta comunicacional a la emergencia, convirtiéndose en la principal estrategia utilizada en la parrilla de programación de las radios. En este sentido, también, se desarrolló la reorientación de los contenidos; esto, tomando en cuenta que la fidelidad y la interacción de la audiencia con los medios fue imprescindible a la hora de construir procesos comunicacionales y contenidos informativos, pues permitió

que sean adecuados a las necesidades de la comunidad y a sus características territoriales. Esto se evidenció en la invitación a las radios de participar en las asambleas de planificación parroquial y en la petición de temas a ser tratados en los medios.

Vale la pena mencionar que algunos medios identificaron el temor y la incertidumbre social generadas por la pandemia y comprendieron la importancia de evitar el pánico, por lo que destinaron sus programas llamados de ´evangelización´ a brindar apoyo emocional y espiritual. Por su parte, los programas educativos se caracterizaron por tratar temas relacionados con la prevención del contagio de la COVID-19 desde perspectivas científicas, pero también ancestrales y comunitarias. Es decir, la información que los medios difundieron provenía de diferentes fuentes: gubernamentales, especialistas y academia, y de expertos en medicina ancestral –sabios y sabias– conocedores del tratamiento de algunos síntomas comunes a la enfermedad causada por el COVID-19.

Esto permitió que la comunidad escuchara información de sus propios territorios, rescatando el valor de la sabiduría ancestral y su complementariedad con la medicina científica occidental. Los programas de entretenimiento se centraron en la difusión de música, especialmente de auto-

res nacionales y en temas musicales a petición de los oyentes.

Respecto de la interacción de las radios con la audiencia es importante señalar que “[c]uando las comunidades se apropian del medio de comunicación, descubren lo útil que pueden llegar a ser para tejer de manera más sólida sus procesos y lograr visibilizar su realidad y su contexto contados en sus propios términos” (Peña, 2012, p. 200). Por tanto, buscar nuevas formas de apropiación es vital comprender que en el periodo de pandemia se evidenció la importancia del contacto por medio de las plataformas y redes sociales como WhatsApp y Facebook, así como en las llamadas telefónicas y mensajes de texto. Si bien estos canales de comunicación eran de uso regular antes de la pandemia, durante ella se experimentó un aumento que incluso obligó a algunas radios a invertir más dinero en la compra de datos y el pago de facturas telefónicas. En todo caso, gracias a estos medios las radios pudieron, en la medida de sus posibilidades, responder a las demandas de su audiencia.

Sin embargo, hay que decir que existieron una serie de dificultades que mermaron la calidad de esta interacción, por ejemplo, la deficiente cobertura de internet en localidades alejadas de las urbes que impiden la recepción de las sugerencias y peticiones de la audiencia. En este sentido,

cabe anotar un dato interesante: durante la pandemia, más que nunca, se hizo evidente la brecha de conectividad en gran parte de los territorios donde se localizan las radios comunitarias.

En efecto, a pesar de que los problemas de cobertura telefónica y de internet han sido un problema recurrente, la situación de emergencia sirvió para mostrar la precaria conectividad que existe en la mayoría de las zonas del país. Según una encuesta multipropósito de UNICEF (2020) en 2018, en el Ecuador solo el 37% de los hogares tiene conexión a internet, la situación es más grave aún para los niños de zonas rurales, donde solo el 16% de los hogares tiene conectividad. Lo que da cuenta de una enorme desigualdad del derecho al acceso a la comunicación. En ese marco, es urgente comprender lo valioso de la comunicación popular.

La comunicación comunitaria es eficaz, pues funciona desde una perspectiva popular y no monopoliza la palabra, además no corresponde a un modelo impositivo, sino que opera como un “instrumento imprescindible para la organización popular” ya que potencia el movimiento de la comunidad (Kaplún, 1985, p. 75).

Y la organización popular es necesaria para combatir la difícil situación económica que provocó la emergencia y los escasos recursos financieros de algunos medios co-

munitarios que limitaron la interacción a través de canales con costo, como las llamadas telefónicas y los mensajes de texto o el empleo de equipos y tecnologías antiguas que no siempre permitieron una interacción fluida entre las radios y la audiencia, y, con frecuencia, imposibilitaron el uso de plataformas digitales.

En esta primera fase, a pesar de las dificultades –o precisamente por ellas–, las radios experimentaron un mayor acercamiento a las comunidades, participando en reuniones comunales y manteniendo contacto con líderes y lideresas, lo cual les permitió obtener información pertinente para la generación de contenidos, configurándose, así como actores sociales importantes de la acción comunitaria durante la emergencia sanitaria. De igual manera, en las encuestas las radios refirieron que las capacidades del personal de las emisoras en el manejo de plataformas digitales y redes sociales resultaron fortalecidas.

En este proyecto lo que se buscó también fue la reorganización del trabajo puesto que paralelamente a la nueva planificación de la producción y la reorientación de contenidos, los medios tuvieron que adaptar, a marchas forzadas, su manera de trabajar, reorganizando su equipo humano, dinámicas y logística para mantener la producción y emisiones de forma ininterrumpida. Las dificultades

de movilización debido a la restricción vehicular y al toque de queda decretadas por el gobierno obligaron a dividir las labores en dos modalidades: trabajo por turnos en cabina y teletrabajo.

La mayoría de los medios de comunicación comunitarios consideraron imprescindible la presencia de un mínimo de personal en cabina durante el confinamiento, pues allí se realiza el manejo de los controles, es decir, los elementos sonoros que forman parte de la emisión de programas; además de la programación musical, la edición, producción y asistencia técnica del medio. A estas personas se les dotó de los equipos de bioseguridad necesarios y se practicó la desinfección permanente de las emisoras para evitar posibles contagios. Cabe anotar que una de las particularidades de los cantones o parroquias pequeñas fue la cercanía y la facilidad de desplazamiento hacia el lugar de trabajo; el personal de las radios se movilizó a pie o en bicicleta. Adicionalmente, la mayoría contó con un salvoconducto –documento otorgado por el Gobierno a los comunicadores para que puedan desarrollar su trabajo sin las restricciones propias del estado de emergencia-. En el caso de distancias más grandes o de personas cuyo domicilio estaba alejado de la radio, se movilizaron en sus propios vehículos.

Quienes mantuvieron sus actividades en la modalidad de teletrabajo contaron con el apoyo de los medios, tanto en la capacitación para el manejo de plataformas digitales de comunicación, como en el traslado de los equipos de la radio para su instalación en los domicilios de los trabajadores para poder continuar sus labores. Con estas medidas las radios lograron garantizar la realización de tareas de grabación y producción de los programas. Una de las herramientas importantes para los medios que tenían gran parte del personal trabajando de manera telemática, fue la utilización de softwares que permiten programar y controlar las emisiones fuera de cabina. En este sentido, la capacitación en el manejo de nuevas tecnologías fue crucial para los medios y tuvo dos efectos inmediatos: ampliar y fortalecer su capacidad de comunicación y tener que replantear las dinámicas de trabajo. Factores que, sin duda, configuraron un nuevo escenario para los medios de comunicación comunitarios, en adelante.

La coordinación de los equipos de trabajo en las dos modalidades mencionadas se hizo a través de plataformas digitales de comunicación. Mayoritariamente, usaron WhatsApp, herramienta que les permitió mantener la comunicación minuto a minuto y solucionar todo tipo de imprevistos. Otra herramienta utilizada con el mismo objetivo fue Face-

book, especialmente en lugares donde la conexión telefónica no era muy buena.

Para reuniones de trabajo grupales las radios usaron plataformas como Zoom, Jitsi –software libre– y 8x8 Meeting. De esta manera intercambiaban opiniones y tomaban decisiones en equipo. Las llamadas telefónicas y mensajes de texto fueron utilizadas en menor medida; estas vías de comunicación se usaron sobre todo para entrevistas e intervenciones en vivo.

En este proyecto además se desarrollaron nuevos criterios para la generación de contenidos, los criterios para la selección de fuentes de información marcan en gran medida la diferencia entre la comunicación popular y comunitaria respecto a los demás medios. Según López Vigil (1995), la comunicación es comunitaria no por su denominación o por sus adjudicatarios, sino que “una radio comunitaria se define por su programación” (p. 52). Esta cualidad, propia de la naturaleza de las radios comunitarias, se acentuó durante la emergencia sanitaria, pues los medios de la Red CORAPE debieron sopesar la utilidad de transmitir la información del Gobierno –inverosímil a los ojos de las comunidades que decían experimentar una realidad distinta a la oficial– o generar su propia información a partir de su quehacer periodístico –ciertamente, restringido por las me-

didias de movilidad, distanciamiento social y confinamiento, sobre todo al principio de la pandemia-.

Como se ha explicado el tratamiento de la información en torno a la pandemia fue el eje sobre el que giró el desarrollo del trabajo de los medios comunitarios. Siguiendo un criterio de profesionalidad, las radios acudieron en primer lugar a las fuentes de información oficiales, es decir, se remitieron a las instituciones públicas con competencia en la materia, como los COE [Comité de Operaciones de Emergencia] a nivel parroquial, cantonal y nacional, y al Ministerio de Salud, aunque como ya se ha dicho, las radios tuvieron que hacer el esfuerzo permanente de contrastar la información y reconstruirla con los datos, hechos y fuentes recabados en las comunidades.

La segunda instancia de fuentes de información, pero no menos importante, fue la emitida por organizaciones sociales, lideresas y líderes comunitarios, los testimonios de la población local y los noticieros producidos por la Secretaría Ejecutiva de CORAPE. En varios casos se otorgó un mayor espacio a la información obtenida de estas fuentes por pedido expreso de las organizaciones sociales y comunitarias, así como de la audiencia en general.

La organización de la información para la producción de los noticieros priorizó lo recolectado en sus localidades

acerca de la pandemia, dejando en segundo plano la información referente a noticias nacionales, regionales o internacionales. Los temas económicos, agrícolas o educativos también fueron tratados, pero en menor medida y siempre en relación con la pandemia. Para los medios de comunicación comunitarios fue muy importante ofrecer el estado de la situación local a su audiencia, principalmente a través de entrevistas e intervenciones in situ, es decir, en el lugar de los hechos, de autoridades locales, líderes y lideresas de organizaciones sociales y comunitarias, así como testimonios de los pobladores locales.

Uno de los retos importantes para los medios de comunicación comunitarios en los momentos de confinamiento fue mantener la buena calidad técnica de sus producciones, lo que, tras un esfuerzo debido a las condiciones ya mencionadas, les permitió conservar su audiencia. Los medios mantuvieron personal en cabina, esto posibilitó que los procesos de producción y grabación se produjeran con gran calidad. Sin embargo, las personas que realizaron sus actividades en la modalidad de teletrabajo tuvieron que adecuar espacios en sus hogares para poder crear sus producciones y, adicionalmente, capacitarse –con frecuencia, autocapacitarse– en el uso de las nuevas tecnologías que les permitiera trabajar desde sus domicilios.

Una de las mayores dificultades para poder mantener la calidad técnica de los productos comunicacionales fue la conexión a internet, ya que muchas de las intervenciones de las autoridades en los programas se realizaban mediante plataformas como Zoom o Jitsi o por medio de WhatsApp con conexión a internet. De igual manera, la deficiente cobertura telefónica en zonas rurales del país produjo algunos problemas; los medios comentaron tener dificultades en la calidad del sonido en las llamadas a comunidades alejadas del centro de las cabeceras parroquiales y cantonales. Esta deficiencia tampoco es nueva, pero se evidenció debido a las restricciones de movilidad: antes de la pandemia los medios se acercaban a los lugares más alejados para obtener noticias, entrevistas y testimonios, pero con las medidas de emergencia, el teléfono pasó a ser un medio imprescindible.

Para paliar este inconveniente, las radios trataban de realizar conexiones previas con las personas entrevistadas para poder evaluar la calidad de recepción de la información, pero hay que señalar que los medios hacían prevalecer la inmediatez y veracidad de la información de las intervenciones en vivo, a la calidad del sonido. Esto explica por qué solo como último recurso acudían a la realización de programas pregrabados que, a efectos de producción, les hubiera permitido solventar los problemas técnicos.

Cabe recalcar que los medios comunitarios no dejaron de generar información por sí mismos desde los territorios, es decir, la producción no se realizaba a base de los contenidos de otros medios o agencias de noticias, por el contrario, junto a las comunidades coordinaron su presencia en las localidades para cubrir los hechos informativos. Con todas las garantías sanitarias del caso, tanto durante el desplazamiento como durante la cobertura, las y los reporteros realizaron su trabajo en cada uno de los territorios. En esta labor, el mayor inconveniente fue contar con equipos de cobertura para exteriores, sin embargo, esto les obligó a plantearse la adquisición de los mismos y a profundizar sus conocimientos sobre el “periodismo móvil”, modalidad que consiste en el uso de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes o tabletas, que ofrecen enormes posibilidades comunicacionales y herramientas para la producción audiovisual. Esta adaptación hacia nuevos recursos les permitió trabajar con una menor cantidad de equipos y crear contenidos desde sus celulares. Parte de la capacitación de las y los comunicadores en el manejo de estas nuevas tecnologías las realizaron a través de tutoriales de YouTube.

Adicionalmente, se capacitaron en la producción de noticias en situación de confinamiento, en cómo crear contenidos durante una emergencia y en el uso de redes socia-

les para la comunicación. Sobre la sostenibilidad económica en tiempos de pandemia es importante mencionar que los medios comunitarios sufrieron un duro golpe económico a consecuencia de la pandemia, por lo que también en este campo iniciaron un proceso de adaptación para lograr la sostenibilidad en el tiempo a través de estrategias que les permitiera realizar una transición hacia el nuevo contexto.

Los medios de comunicación comunitarios de CO-RAPE vienen trabajando desde hace algunos años en cuatro líneas de sostenibilidad: publicidad, alianzas estratégicas, producción y emprendimientos productivos, todas ellas construidas por la Red CORAPE y tomando en cuenta las especificidades y características de cada radio y su territorio. Dentro de estas líneas de sostenibilidad, la publicidad o pauta es la que más ingresos económicos generaba. Con ella, los medios podían cubrir sus gastos de servicios básicos y gran parte de los sueldos del personal. A raíz de la emergencia sanitaria COVID-19 los medios comenzaron a perder ingresos por publicidad debido a que muchos de sus clientes, propietarios de negocios e instituciones públicas, decidieron rescindir sus contratos. Muchos comercios tuvieron que cerrar debido al confinamiento y varias instituciones públicas vieron recortados sus presupuestos por el Gobierno.

En este sentido y en un corto espacio de tiempo, los medios comunitarios perdieron gran parte de los ingresos con los que contaban para sostenerse a lo largo del año. Su economía cayó a tal punto, que muchos no lograron hacer frente a los gastos de los servicios básicos ni a cubrir los sueldos de su personal. Algunos medios pudieron mantener sus pagos debido a que pertenecían a organizaciones eclesióásticas, sociales, productivas y campesinas, las cuales aportaron económicamente para sostener su funcionamiento. Las radios tuvieron que plantear estrategias, no solo de mercado, que les permitiera adaptar su oferta a la nueva situación para así mantener su equipo de trabajo completo y un funcionamiento normal.

De forma concreta las medidas adoptadas por las radios comunitarias durante la pandemia por la COVID-19 fueron las siguientes:

El fortalecimiento del sentido comunitario, solidario y el compromiso de no dejar morir al medio.

La apropiación del medio por parte de todas las personas que lo integran, en base a consensos participativos en la toma de decisiones, como la reducción de horas de trabajo y el trabajo en minga –apoyo voluntario en una actividad o proyecto –.

- La renegociación de los contratos de publicidad ofreciendo precios más ajustados a la realidad económica de los clientes y del medio.
- La innovación en el uso de tecnologías para producir y difundir productos comunicacionales de calidad, con el objetivo de mantener y aumentar la audiencia, tanto en las frecuencias radiales como en las redes sociales.
- La promoción de ofertas de pauta a clientes del sector rural que con las restricciones de movilidad cambiaron sus lugares de distribución hacia localidades de su entorno o en lugares que, por inaccesibles, antes no se habían contemplado. A estos lugares no llega internet o no hay cobertura telefónica, pero sí llegan las ondas de radio.
- La identificación de proyectos comunicacionales de organizaciones internacionales para alcanzar alianzas estratégicas.
- La cancelación de cuentas pendientes por publicidad.

### **La Transición hacia la Nueva Realidad**

Pasado el tiempo de confinamiento obligatorio, los medios de comunicación comunitarios prepararon su vuelta a cabina de forma escalonada. Adoptaron una serie de de-

cisiones para trabajar en condiciones de seguridad y cumpliendo con las disposiciones determinadas por el Gobierno nacional. Estas fueron las acciones adoptadas, y que se mantienen hasta hoy:

- La creación de un protocolo de seguridad adaptado a las especificidades del medio de comunicación comunitario.
- La difusión de campañas sobre la importancia de la autoprotección de las personas que trabajan en el medio.
- La adquisición de indumentaria de bioseguridad COVID-19 para el personal -mascarillas, trajes, protectores faciales- y de productos de desinfección.
- La adecuación de los espacios de trabajo para mantener la distancia social recomendada.
- La desinfección de la cabina y de todos los equipos utilizados en la producción de programas.
- La vuelta parcial y escalonada del personal a las instalaciones, a la vez que el teletrabajo, para evitar aglomeraciones.
- La desinfección integral de las personas a la entrada de las instalaciones del medio.
- La limitación del número de personas que entran en cabina para las entrevistas.

## **Desarrollo del Proyecto**

La Coordinadora de Medios Comunitarios Populares y Educativos del Ecuador, CORAPE, la conforman, como ya se ha anotado, cerca de 100 medios; sin embargo, en una primera fase fue necesario realizar un análisis para identificar las emisoras que tuvieran la capacidad técnica y el personal suficiente para asumir el reto.

A través de llamadas telefónicas, logró identificarse 25 radios interesadas y en capacidad de implementar el proyecto.

Las 25 radios que participaron, pertenecen a las tres regiones continentales del país:

- Manabí
- Imbabura
- Morona Santiago
- Cañar
- Bolívar
- Azuay
- Loja
- Napo
- Pastaza
- Sucumbíos

Tras este análisis, se determinó que se realizaría un programa diario, de media hora. Cada estación radial esco-

gió el horario más adecuado para su emisión, según la programación y la audiencia de la localidad. Para la activación del proyecto educomunicacional, la Secretaría Ejecutiva de CORAPE conformó un equipo de trabajo para la implementación y desarrollo del mismo en cada radio, el cual contó con:

- Un coordinador.
- Un equipo de capacitadores especialistas en comunicación y producción radial.
- Una especialista en pedagogía.
- Un equipo de curadores de productos comunicacionales.
- Un equipo para la creación de una plataforma virtual con los contenidos educomunicacionales curados y documentos de apoyo para las capacitaciones.
- Un equipo de producción radial y redes sociales -cuentas y gráficas promocionales-.
- Un investigador para el levantamiento y sistematización de la experiencia de los medios de comunicación comunitarios durante la emergencia sanitaria -cuyo subproducto es esta cartilla- y del desarrollo del proyecto CORAPE-UNICEF.
- Una persona para apoyo administrativo.
- Una persona para realizar el monitoreo del proyecto en las radios.

Por otra parte, cada medio de comunicación comunitario asignó a una persona responsable para la realización de los programas educativos, sin embargo, es importante mencionar que, con frecuencia, solo se contaba con una persona para realizar tanto la producción como la locución de los programas. Algunas radios lograron captar fondos a través de pautas publicitarias y así pudieron contratar a una persona extra exclusivamente para la realización de los programas educativos.

Un aspecto fundamental para que el proyecto haya podido llevarse a cabo fue el mantener activa la comunicación entre el equipo de trabajo de CORAPE y los medios de comunicación comunitarios. Para ello, se definieron tres canales principales de comunicación interna:

- Un grupo de WhatsApp, a través de cual se mantuvo comunicación diaria con las radios para solventar dudas, compartir los avances y novedades –sobre todo con respecto a la acogida por parte de la audiencia– y para coordinar temas sobre las capacitaciones o la entrega de informes.
- Una plataforma virtual de licencia libre para la realización de encuentros virtuales.
- Una plataforma web para alojar y compartir los productos comunicacionales curados, así como material

relacionado con los temas de capacitación para los radios.

El primer paso para la construcción de los programas radioeducativos fue la definición por parte de CORAPE-UNICEF, de los ejes temáticos prioritarios, con un enfoque de atención a las necesidades educativas y emocionales de las niñas, niños y adolescentes -NNA- dentro de las familias, en el contexto de emergencia sanitaria y ante la perspectiva de la posible permanencia en sus hogares por un largo periodo de tiempo. Hay que recordar que la educación popular, es necesaria “[...] para romper las cadenas más fuertes de la opresión popular mediante una educación cada día más extensa y cualificada.” (Mejía, 2014, p. 5). Por tanto, la educación popular es importante para tratar temas en esta pandemia como protección, inclusión, salud y nutrición.

El equipo de trabajo llevó a cabo una identificación y selección de productos educomunicacionales ya existentes realizados por organizaciones aliadas al proyecto y que podrían incluirse en los programas. El criterio de selección de estos productos, por supuesto, fue la coincidencia con los ejes temáticos determinados por la alianza CORAPE-UNICEF y que fueran dirigidos al público objetivo, es decir, NNA y familias.

### **Pasos del Proceso:**

La identificación de organizaciones aliadas que pudieran tener producciones relacionadas con los ejes temáticos del proyecto y que estuvieran dirigidas a niñas, niños, adolescentes y sus familias.

- La redacción de la documentación necesaria para solicitar la cesión de derechos de esos productos radiofónicos.
- El contacto con dichas organizaciones para la obtención del material.
- La curación del material bajo los criterios mencionados.
- La creación de un sistema de codificación del material con la siguiente información: título, descripción breve, tiempo del audio y clasificación de los contenidos de acuerdo a la edad de los NNA.
- La clasificación del material por temas y el alojamiento en la plataforma del proyecto para el uso de los medios de comunicación comunitarios.

### **Formato del Programa Pasaporte Educativo**

En cuanto al formato del programa educativo radiofónico, en el marco de los ejes del proyecto CORAPE-UNICEF, se realizaron las siguientes acciones:

Se estableció la producción de una radiorevista, que, al no ser un formato como tal, sino que se sirve de varios

géneros periodísticos y formatos radiofónicos, amplía las posibilidades de producción; en este caso, de las 25 radios que participaron en el proyecto. Su estructura cuenta con un identificativo, bloques musicales, el desarrollo del tema principal, en el que los conductores abordan el material que han preparado. Por lo general se invita a especialistas que aporten en el análisis profesional del tema o incitar una conversación o debate sobre el mismo. La publicidad, está precisamente, a raíz de la pandemia se dio una profusión de mensajes sobre productos y recomendaciones de prevención facilitados por organizaciones sociales, empresas e instituciones que fueron aprovechados por las radios afiliadas en este espacio. Otro eje central es la participación de la audiencia, como se mencionó anteriormente, un pilar fundamental del proyecto es la participación de la comunidad, por lo que se planteó que dentro de los programas haya un segmento que promueva la intervención de los oyentes a través de llamadas en vivo, mensajes de texto o WhatsApp a los celulares de las radios, correos electrónicos, concursos, trivias o encuestas a la audiencia.

### **Planificación Temática de los Módulos de Capacitación a los Medios**

Una vez establecidos los ejes temáticos de UNICEF y CORAPE paralelamente al proceso de curaduría, se trabajó

en la malla de contenidos, con los siguientes pasos:

- Se determinó que cada eje temático correspondería a un módulo de capacitación. A estos módulos iniciales se agregaron dos módulos más: uno sobre salud y nutrición para tratar específicamente el tema COVID, y otro de educación sobre arte.
- Se definió que cada módulo sería de cuatro semanas de duración.
- Se concretó los ejes temáticos en contenidos, desarrollados en temas y subtemas. El resultado, en una primera fase, fue una matriz de 4 temas con 5 subtemas cada uno, para los dos primeros módulos.
- Cada matriz contiene los siguientes elementos:
- Un objetivo general del tema y un objetivo específico del subtema.
- El enfoque principal para el tratamiento del subtema.
- El desarrollo de la temática -con sugerencias de estrategias, recursos y estrategias pedagógicas-.
- Materiales de apoyo para la revisión y profundización de los temas y subtemas.
- Los temas de salud se trabajaron de manera conjunta entre el área de salud de UNICEF y la Secretaría Ejecutiva de CORAPE.

## **Estrategias para Lograr la Participación de la Audiencia en el Programa**

Como ya se comentó, Pasaporte Educativo fue planteado como un proyecto de enfoque participativo, de interacción con la comunidad. Así, se sugirió a los productores de las radios una serie de estrategias para lograr la implicación de la audiencia en el programa:

- Partir de casos cercanos o experiencias directas de los radioescuchas para que el tema cobre significado en las personas del sector.
- Generar espacios de conversación con las personas de la comunidad o recabar sus testimonios en relación a las temáticas.
- Hablar con un lenguaje personal de manera que se genere un ambiente de confianza con los radioescuchas.
- Animar permanentemente a la participación de la comunidad con recursos como preguntas generadoras que provoquen la reflexión crítica sobre los temas, así como la inclusión de diferentes perspectivas sobre el mismo.
- Comparar situaciones o relatar hechos similares a los vividos en la comunidad, para comprender el tema por empatía.

- Usar cuentos para presentar los temas de manera sencilla y lúdica y relacionarlos con situaciones cercanas y conocidas por la audiencia.
- Adecuar los temas a las necesidades de la audiencia y a sus características territoriales.
- Relacionar permanentemente el eje temático con la situación de emergencia sanitaria, para contextualizar la información.
- Invitar a expertos o especialistas para profundizar los temas a través de entrevistas.

Adicionalmente, la matriz también puede incluir recomendaciones de páginas web, videos y anexos para ampliar la temática e integrar esa información al guion del programa, tomando siempre en cuenta las particularidades de cada comunidad o región.

### **Proceso de Capacitación a los Medios de Comunicación Comunitarios**

Debido a la obligatoriedad del aislamiento social, el proceso de capacitación se llevó a cabo a través de encuentros virtuales, en un principio semanales y luego quincenales. Por esta vía se expusieron los contenidos, se explicaron las técnicas y se resolvieron las dudas de los participantes.

La capacitación comprendió dos fases:

- En la primera se presentaron y explicaron los temas que debían ser preparados para producir los programas en cada medio, atendiendo a las necesidades y realidades culturales locales.
- La segunda correspondió al día a día, es decir, al apoyo diario por parte del equipo de trabajo de CORAPE al desarrollo del proyecto, básicamente, respondiendo las inquietudes a través del grupo de WhatsApp, así como sugiriendo y recordando ideas clave.

### **Acompañamiento a la Ejecución del Proyecto**

El proceso de ejecución de los programas fue acompañado por el equipo de trabajo de la Secretaría Ejecutiva de CORAPE. Este acompañamiento implicó una serie de actividades:

- La escucha aleatoria de los programas por parte del equipo de trabajo con el fin de retroalimentar la experiencia e ir mejorando.
- La realización de un informe mensual por parte de las radios sobre las actividades y el proceso que siguieron para la realización de “Pasaporte Educativo”, y de manera específica, exponiendo los logros y el impacto del programa sobre la audiencia. Esta actividad particular hizo factible la revisión de los procesos, resultados e impactos que los programas produjeron en la población.

## Conclusiones

Los medios de comunicación comunitaria entienden que la experiencia del confinamiento les ha permitido potencializar sus capacidades comunicacionales y plantearse la adquisición y uso de tecnologías que anteriormente eran subutilizadas o no se utilizaban en absoluto.

Expresan que el contexto actual ha sido una oportunidad para ampliar conocimientos y destrezas y para repensar las dinámicas de trabajo que se venían desarrollando antes de la emergencia.

Ante la situación de emergencia sanitaria COVID-19, los medios de comunicación comunitarios realizaron un proceso de adaptación para mantener su programación y adecuarla a las circunstancias. Este proceso supuso un gran esfuerzo de los medios debido a la precariedad de su infraestructura y su economía.

Sin embargo, este proceso de adaptación y el desarrollo de un proyecto educomunicacional mostró un camino de respuesta efectiva a la emergencia, que fue posible gracias al imprescindible compromiso de las y los comunicadores, los medios de comunicación comunitarios y la participación activa de las comunidades.

Una de las estrategias claves para que esto pudiera llevarse a cabo fue la activación de canales de comunicación

que permitieron mantener el contacto entre el equipo de CORAPE y los medios de comunicación comunitarios, a pesar de que en muchas ocasiones la conectividad, los recursos tecnológicos y económicos no favorecieron esta interacción.

Ante esta circunstancia fue necesario utilizar canales alternativos de comunicación como WhatsApp, llamadas vía internet, mensajes, etc. También fue muy importante para el éxito en el desarrollo del proyecto CORAPE-UNICEF, la coordinación y comunicación fluida entre las dos instancias.

El proceso de adaptación implicó la búsqueda de diversas alternativas en cuanto a nuevas formas de creación y difusión de la información. Por otro lado, la mediación cultural que realizó el equipo de CORAPE para construir los temas de los programas fue clave, así como la adaptación que realizaron los medios para adaptar sus guiones a la especificidad de sus territorios.

Ante estas evidencias podemos afirmar que la base para la concreción de un proyecto educomunicacional en un contexto de emergencia sanitaria como el que se llevó a cabo, fue el compromiso de los medios de comunicación comunitarios, los cuales trabajaron en circunstancias no favorables, pues no siempre se contó con los recursos necesarios (se registró una pérdida de ingresos por la caída de la publicidad), lo que obligó a las radios a buscar estrategias

de mercado que les permitiera adaptar su oferta a la nueva situación.

Finalmente, y como consecuencia directa de la adaptación de los medios de comunicación comunitarios a la realidad pandémica, éstos han visto la posibilidad de mantener el programa 'Pasaporte Educativo' al aire más allá de los límites temporales establecidos en un principio. Esto, principalmente por la gran acogida de la población a los temas tratados que, por primera vez en muchos casos, pusieron la atención exclusivamente en las niñas, niños, adolescentes y sus familias. Además, porque los medios vislumbran en este tipo de programas una oportunidad para la sostenibilidad económica, ya que al ser un espacio bien acogido por la audiencia podrían tener mayores oportunidades de pauta publicitaria, así como de proponer alianzas estratégicas con diferentes instituciones.

### Referencias

- Balcázar, F. E. (2003). Investigación acción participativa: Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos en Humanidades*, 4 (7), 7-8, 59-77. Universidad Nacional de San Luis San Luis, Argentina: <https://docer.com.ar/doc/s08cc85>

- Balcazar, F. E., Suarez-Balcazar, Y., y Keys, C. B. (1998). Un modelo de investigación-acción para desarrollar la capacidad de comunidades para incrementar su poder. *Suma Psicológica*, 5, 123-147.
- Cotton, M. (2020) "Devolverle la palabra al pueblo desde la radio: José Ignacio López Vigil en Bs.As". *Narrativa Radial*. <http://www.narrativaradial.com/sitio/devolverle-la-palabra-al-pueblo-desde-la-radio-jose-ignacio-lopez-vigil-en-bs-as/>
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. NY: Continuum.
- Freire, P. (1973). *Education for critical consciousness*. NY: Continuum.
- Hart, R. (1993). La participación de los niños: de la participación simbólica a la participación auténtica, *Innocenti Essay* (4). <https://www.unicef-irc.org/publications/538-la-participaci%C3%B3n-de-los-ni%C3%B1os-de-la-participaci%C3%B3n-simbolica-a-la-participaci%C3%B3n.html>
- Kaplún, M, (1985): *El comunicador Popular*. [https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio\\_view.php?bibid=106492&tab=opac](https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=106492&tab=opac)
- López-Vigil, J. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 52, 51-54.

- Mejía, M. (2014). La Educación Popular: Una construcción colectiva desde el Sur y desde abajo *Education Policy Analysis Archives/Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 22, 1–31.
- Mullo–López, A., Toro–Bravo, J., y Álvarez–Garzón, L. (2019). Participación ciudadana en la radio comunitaria en la región central de Ecuador. *Universitas*, 31, 175–196.
- Romero, M., y Artigas, W. (2013). Radios comunitarias del municipio Maracaibo: ¿autosostenibles? *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 6(13), 67–78. <https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/1605/811>
- Peña–Sarmiento, M. F. (2012). Voces y Sonidos de la Madre Tierra: Jujunula Makaira, the Radio which Strengthens Social Tissue in La Guajira (Colombia). *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), 197–212.
- Ramírez, M. (2019). La comunicación comunitaria en Ecuador [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/51695/1/T40968.pdf>.
- Parra, M. y Carrera, E. (2022). Evolución de la COVID–19 en Ecuador. *Investigación & Desarrollo*, [S.l.], 13 (1), 27–

40. <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/dide/article/view/1002>

UNICEF. (2020). COVID-19: Cómo asegurar el aprendizaje de los niños sin acceso a Internet”. 2020. <https://www.unicef.org/ecuador/historias/covid-19-c%C3%B3mo-asegurar-el-aprendizaje-de-los-ni%C3%B1os-sin-acceso-internet#:~:text=En%20Ecuador%2C%20solo%20el%2037,los%20hogares%20tiene%20este%20servicio.>