

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Proyecto: la instalación de una radio comunitaria en la Huacana, Michoacán.

Autor: Gabriela Guadalupe Mondragón Villegas

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Jhocelyn Bazán Nieto**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“PROYECTO: LA INSTALACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA EN LA
HUACANA, MICHOACÁN”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

GABRIELA GUADALUPE MONDRAGÓN VILLEGAS

ASESORA

LCC JHOCELYN BAZÁN NIETO

MORELIA, MICHOACÁN. 2014



DEDICATORIA

A mis padres, por darme la vida y la libertad para vivirla;

A mi padre por ser un hombre maravilloso y para mí, el mejor ejemplo de éxito, sencillez y tenacidad.

A mi madre por ser una mujer maravillosa y para mí, el mejor ejemplo de vida, amor y entrega incondicional.

A Michelle por ser la luz en mi vida.

Con admiración y respeto, a mis hermanas por su apoyo incondicional y gran amor, dándome siempre lo mejor sin esperar nada a cambio.

A mis ángeles, que en silencio me han acompañado. Guarden mi corazón cerca de Dios y guíenme día a día por el camino del bien.



INTRODUCCIÓN

Un proyecto nace como consecuencia del deseo de mejorar la realidad en la que vivimos, intentando resolver una carencia.

Un proyecto de desarrollo es "un conjunto autónomo de inversiones, actividades, políticas y medidas institucionales o de otra índole diseñado para lograr un objetivo específico de desarrollo en un periodo determinado, en una región específica delimitada y para un grupo predefinido de beneficiarios, que continúa produciendo bienes y/o prestando servicios tras la retirada del apoyo externo, y cuyos efectos perduran una vez finalizada su ejecución" (Salteño,1980, “80”).

Como proyecto de desarrollo nuestra investigación ha de presentar en su contenido las siguientes características: Racionalidad para alcanzar ciertos objetivos, Flexibilidad, Temporalidad, Espacialidad concreta, Corresponsabilidad y Sustentabilidad.

Llevarlo a cabo no sólo implicará el proceso de acciones y resultados del proyecto, sino que analizaremos a La Huacana, Michoacán, como parte de el representando toda una población actuando y determinando éxitos y fracasos en los intentos por mejorar el ámbito local con el acceso a la información y la distribución de la misma.

La radio como un medio de difusión ha tenido su evolución concentrándose principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa una gran ayuda tecnológica a nuestro derecho a la información para hacer valer y ejercer nuestra libertad de expresión.

La radio comunitaria, según la definición de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), es un instrumento de comunicación direccional concebido para servir al pueblo y favorecer su expresión y participación para valorar su cultura.



De acuerdo a la revista Etcétera, en su edición del mes de Agosto, (2009) en México, las radiodifusoras de tipo comunitarias están amparadas en el artículo sexto constitucional que garantiza su libertad de expresión, dándoles en el apartado dos el derecho al acceso de a la información gubernamental y al manejo autónomo de los medios por parte de los pueblos indígenas, y en el cuarto apartado reconociendo el derecho de los mexicanos a un medio ambiente saludable, a la alimentación, a la salud, a la cultura, a la educación y a un sano esparcimiento para su desarrollo integral (p.44).

Quizá una de las características más impactante de un medio de comunicación como la Radio será sin duda en nuestra investigación, la importancia como difusor concentrándose en la naturaleza de lo que ésta representa concediendo una comunicación de calidad.

Como se encuentra escrito en la Enciclopedia de los Municipios del Estado, el municipio de La Huacana Michoacán, cuenta con 2 tenencias y 70 encargados del orden, se encuentra dividida en mas de 50 comunidades, reduciendo a doce las mas importantes y únicamente dos de ellas urbanas: LaHuacana (cabecera municipal) y Zicuirán.

La Huacana, cabecera municipal, cuenta con unos 32.700 habitantes, Se ubica a 250 kilómetros de Morelia y a 75 kilómetros de Apatzingán, nuestra investigación cuenta con una reseña histórica del municipio expresando acontecimientos sociales, culturales y políticos que han forjado la situación actual de La Huacana, Michoacán; usos y costumbres, gobierno, población, hogares, salud, economía, cultura y asentamientos humanos.

El tema de las radios comunitarias está directamente relacionado con el ejercicio de los derechos humanos y la libertad de expresión, sin buscar protagonismos ni



enriquecimiento de diferentes grupos o intereses sino que es y ha sido la búsqueda para que la libertad de expresión quede arraigada en las bases ciudadanas, en la democracia.

En esta investigación evidenciaremos las razones por las cuales un municipio como La Huacana, donde la cultura, las tradiciones y su democracia, se encuentran libremente expresadas entre la población pero, sin ningún tipo de difusión que logre enriquecer y fortalecer al municipio para propiciar su desarrollo.

En este sentido, la radio comunitaria debe tener claro y así dejarlo saber a través de su perfil y objetivos, que se compromete con los intereses de los sujetos sociales de su comunidad frente a diferentes realidades y problemas, mostrando la diversidad y pluralidad de los sectores; que busca y defiende la legalidad democrática y focaliza las problemáticas específicas de las comunidades a las que atiende.

Se hará una programación entretenida con programas fáciles de entender, lenguaje rico y ágil, llenos de creatividad y veracidad.

Según los resultados en la encuestas tanto la comunidad femenina como la masculina, arriba del 50% creen que una vez instalada la radio será una alternativa de desarrollo y comunicación para La Huacana.



ÍNDICE

Antecedentes	8
Justificación	12
Planteamiento del problema	14
Objetivos	18
Hipótesis	18
Metodología	19
UNIDAD I. La radio como un medio de comunicación.	23
1.1 Surgimiento y evolución.	23
1.2 Industria y producción.	26
1.3 La radio vs la televisión.	26
1.4 El primer medio, ¿en decadencia?	28
1.5 La radio no comercial: ilegal o necesitada de apoyo.	30
1.6 ¿Qué es una radio comunitaria?	33
1.6.1 ¿Cómo funcionan?	35
1.7 La radio en la era digital.	36
1.7.1 La radio vía Internet.	39
1.7.2 Ventajas y desventajas.	40
1.7.3 Streaming y Podcasting.	41
UNIDAD II. La Huacana, Michoacán y su cultura.	42
2.1 Reseña histórica.	43
2.2 Datos generales.	47
2.3 Usos y costumbres.	50
2.4 Visión del municipio.	54
2.4.1 Misión del gobierno.	55
2.4.2 Escudo municipal.	55
2.5 Aspectos demográficos.	58



2.5.1. Población.	58
2.5.2. Hogares.	59
2.5.3. Vivienda y urbanización.	60
2.6 Educación.	61
2.7 Economía.	62
2.8 Salud y cultura.	63
2.9 Asentamientos humanos.	64
2.9.1 Sistema actual de comunidades en nuestro municipio.	64
UNIDAD III. La necesidad de una Radio comunitaria	70
3.1 Diseño de encuesta	70
3.2 Resultados de Encuestas	71
3.3 Interpretación	88
3.4 Por qué La Huacana, Michoacán; necesita una radio comunitaria?	90
UNIDAD IV. Proyecto: La instalación de una radio comunitaria en La Huacana, Michoacán	94
4.1 Una radio comunitaria para La Huacana, Michoacán	94
4.2 Presentación del proyecto	96
4.3 Características expresivas diferenciales respecto a los otros medios ya instalados	104
4.4 Educación y vertebración social en La Huacana, Michoacán, a partir de la radio comunitaria	106
4.5 Una posibilidad: nuestra radio comunitaria vía Internet	108
UNIDAD V. Aspectos técnicos y legales.	110
5.1 Recursos legales y técnicos.	110
5.2 Permisos.	119



Conclusión.	120
Bibliografía y referencias web.	130
Agradecimientos.	



ANTECEDENTES DEL PROYECTO

A continuación presentamos algunos libros que nos sirvieron de apoyo para emprender esta investigación.

- CEBRIÁN, Herreros Mariano. *Información Radiofónica*, periodismo, publicación 28 de Agosto de 1998, idioma Español, editorial Síntesis editorial.

Síntesis Editorial: Este libro nos muestra la mediación técnica con que debe contar una radiodifusora así como, el tratamiento y la programación, nos enfocamos al capítulo II “La radio como medio de información”.

- R. DOMINICK, Joseph. *La dinámica de la comunicación masiva, los medios en la era digital*. Editorial MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE MEXICO, idioma Español, año de publicación 2006.

Síntesis Editorial: Este libro dedica un capítulo entero a la Radio, ayuda a comprender el efecto que ha tenido la Televisión sobre este medio de comunicación, estableciendo algunos puntos clave: antecedentes, perspectivas en la era digital, formatos de producción, estructura, formas de propiedad, etc.

- BIAGI, Shirley. *Impacto de los medios, una introducción a los medios masivos de comunicación*. Thomson editores, California State University, Sacramento California, 4ª edición. Publicación 30 de Noviembre de 2006.

Síntesis Editorial: Este libro trata temas importantes como son: La tecnología y el futuro, el trabajo en la radio y la radio no comercial.

- CORNEJO, Portugal Inés. *La radio indigenista en México*. Apuntes para una historia de la radio indigenista en México (ebook)... editorial Fundación Miguel Buen Día. Año de publicación 2003.



Síntesis Editorial: En este libro se documenta un poco más a fondo la historia y el trabajo que se realiza en las radios no comerciales o comunitarias en nuestro país.

- M. LEWIS, Peter / BOOTH, Jerry. *El medio invisible, radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Editorial Paidós Iberica Ediciones SA, año de publicación 1992, No. Páginas 320.

Síntesis Editorial: Este libro se analiza las diferentes formas de hacer radio, marcando semejanzas y diferencias.

- CARBONELL ABELLO, JOSEP MARIA. *El futuro de la comunicación, redes, medios y poder*. Editorial UOC. Primera edición Noviembre de 2012

Síntesis Editorial: Este libro analiza la evolución e incidencia de las redes de comunicación electrónicas y los medios de comunicación de la sociedad industrializada.

- Gobierno del Estado de Michoacán. *Enciclopedia de los Municipios de Michoacán* © 2000.

Síntesis Editorial: En esta enciclopedia se encontró una gran aportación a la investigación llevada a cabo, contiene información abundante acerca de La Huacana, Michoacán; municipio, donde se pretende la instalación de la Radio comunitaria.

- G. GONZALEZ, FUENTES. *Psicología Comunitaria*, editorial Visor, España 1988.

Síntesis Editorial: Este libro marcó el camino para comprender la palabra comunidad en toda su extensión, además, se tomó de este autor la definición más conveniente a nuestra investigación.



- BRUCE GIRAD. *Radio apasionados*, experiencias de radio comunitaria en el mundo; edición digital 2002, editorial Comunica.

Síntesis Editorial: Este libro se adentra totalmente en el mundo de la radio comunitaria, sirvió de apoyo a esta investigación para la identificación del contexto.

- COMISIÓN INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. *Informe anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión 2002*, CIDH-ODEA. Capítulo IV. Libertad de expresión y pobreza, apartado E. El ejercicio de la libertad de expresión por los medios de comunicación comunitarios.

Síntesis Editorial: Con este informe se logró materializar la posibilidad que tienen las comunidades para ejercer su libre expresión a través de la radio.

- GÓMEZ GERMANO GUSTAVO, comunicador e investigador, director del programa de Legislaciones y Derecho a la comunicación de AMARC-ALC. *Televisión y radio digital*, temas emergentes, octubre de 2007.

Síntesis Editorial: Analiza el nuevo mundo de la televisión y la radio por internet, exponiendo el impacto social que podrían causar y que están causando, y las necesidades legislativas.

- CEBRIAN HERREROS MARIANO, *“La radio en internet”*. Editorial La Crujía, año 2008.

Síntesis Editorial: Introduce a la radio en el mundo digital.

- M. HAYE RICARDO, *“LA RADIO DEL SIGLO XXI: NUEVAS ESTÉTICAS”*. 167 páginas, tapa blanda, Editorial Ciccus, escrito en español, año 1999.



Síntesis Editorial: Presenta las ventajas y desventajas que tiene la digitalización de la radio

- MALDONADO REYNOSO NORMA PATRICIA, “*La radio digital, ¿En México? Presente y futuro*”, texto publicado por Tato radio en su página Web, año 2013.

Síntesis Editorial: La radio digital como parte de un proyecto.

- F. MARQUEZ CARLOS, “Las leyes, principal obstáculo de las radios comunitarias”, junio de 2007.

Síntesis Editorial: Texto presentado en el foro de radios comunitarias



JUSTIFICACIÓN

Como lo menciona Aleida Calleja, en su artículo acerca de la radio, escrito para “Radios Comunitarias: bregas y realidades” , el interés de la ciudadanía mexicana por impulsar espacios de radiodifusión comunitaria, habla de un real avance democrático en nuestro país, de un entendimiento acerca de la importancia del desarrollo social, equitativo y justo, así como de la promoción de la cultura, de las tradiciones, de los grandes talentos de la comunidad para la consolidación de los valores comunitarios como el respeto y la tolerancia, donde sea la sociedad participa, opina y genera propuestas corresponsables; una radio comunitaria es en esencia un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con interés comunes y propuestas hacia su entorno inmediato.

Según Calleja Existen dos metas totalmente indispensables para las radios comunitarias:

1. Apoyar en las políticas sociales de desarrollo local
2. Responder con diversidad informática a las problemáticas de la comunidad.

La Huacana, se ubica en la parte central del Estado de Michoacán, la cabecera municipal cuenta con un aproximado de 40 000 habitantes, tiene a su alcance diferentes medios de comunicación como la prensa, la televisión y el internet con una cobertura geográfica limitada solo a la cabecera municipal por tanto no son medios estables que mantengan un flujo constante de información hacia los habitantes de lo que acontece tanto en el municipio como en sus alrededores a es así que la idea de instalar una radiodifusora comunitaria en La Huacana, surge.

Nuestro proyecto de desarrollo identificara las características necesarias que necesita un medio de comunicación para establecerse y ser capaz de informar, educar y difundir temas de interés a la comunidad.



En este documento serán presentadas las ventajas y desventajas que se tendrán con la implantación de esta forma de comunicación masiva, así mismo se realiza el análisis de los requerimientos tecnológicos y organizacionales, así como las habilidades intelectuales para poner en marcha y operar una estación de radio comunitaria en La Huacana, Michoacán.

Se incluye además los resultados obtenidos de la investigación realizada en la comunidad como tarea de investigación de mercado que soporta y justifica la realización de este proyecto. No ignorando la gran responsabilidad que significa echar andar y sostener un medio como éste pero con la compensación que se obtiene al planear contenidos, al escribir para el oído, al disfrutar haciendo radio y sobre todo a cumplir como corresponde al profesional de las Ciencias de la Comunicación.

La radio comunitaria se ha convertido con el pasar de los años en un medio indispensable para el desarrollo de las comunidades, con ella las personas pueden reconocerse, identificarse y, además, comunicarse entre ellas. El proyecto mostrara una radio comunitaria adaptada al contexto logrando reflejar nuestra realidad cultural de manera fácil y rápida.

Este modelo de radiodifusoras ha logrado posicionarse como uno de los mejores estandartes de nuestra cultura. Se reconoce que la radio es un medio de comunicación sumamente importante y cada vez más impactante, de gran poder, de gran penetración y aceptación, que ni la llegada de la televisión o del internet pudo desplazar, es pues gestora en la apertura de nuevos espacios de participación, hasta ahora negados por disposiciones gubernamentales algunas veces, por la visión no redituable de inversionistas ó vedados por los monopolios de la comunicación.



La Huacana, Michoacán ante la carencia de un medio completo de comunicación para la comunidad representa un espacio de gran oportunidad para la instalación de una Radio Comunitaria.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Plantearé las siguientes interrogantes como los principales problemas a los que tendré que enfrentarme y consecuentemente buscaré la solución más apropiada.

(General)

1. ¿Cubrirá la Radio Comunitaria las necesidades de comunicación en La Huacana, Michoacán?

(Particulares)

1. ¿Por qué La Huacana Michoacán, esta necesitada de un medio como la Radio Comunitaria?
2. ¿Qué características diferenciales a otros medios, debe tener la Radio Comunitaria para sin ser instalada en La Huacana Michoacán?
3. ¿Qué razonamientos soportarían la intención de crear una Radio Comunitaria en la Huacana Michoacán?
4. ¿Por qué la Radio Comunitaria, instalada en La Huacana Michoacán será una alternativa de educación y vertebración social?
5. ¿Será posible la instalación de nuestra radio vía Internet?

Debido a que la radio comunitaria, en general, busca mostrar la diversidad y la riqueza de los diferentes sectores y movimientos sociales; defenderemos entonces



la cultura y tradiciones específicas de La Huacana y la formaremos poco a poco como una plataforma abierta para toda una sociedad.

Con nuestro proyecto buscamos dirigirnos a los sectores concretos de la población en la Huacana: mujeres, hombres, trabajadores, jóvenes, estudiantes, niños, campesinos y organizaciones, entre otros. Donde nuestro sello principal será el servicio público sin fines de lucro para contribuir a la ciudadanía.

La defensa de los derechos humanos, la promoción de un desarrollo humano sostenible, la equidad de género, el respeto a las identidades étnicas, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes y sus propuestas, la protección a la niñez y a las personas adultas mayores, la educación y la salud constituyen las radios comunitarias. Pero en nuestro caso buscaremos que la integración regional constituya la prioridad y el perfil de la radio comunitaria en La Huacana, Michoacán.

Existe una tendencia, muy peculiar, a pensar que lo comunitario se refiere al tamaño y/o a un área geográfica en específico, hablando de una radiodifusora, para muchas personas radio comunitaria es sinónimo de radios pequeñas de baja potencia, recluidas en algún lugar perdido de un pueblo, de quién sabe dónde. En pocas palabras, “*se les identifica con las características de las tres P: por pocas, pequeñas y pobres*” (Calleja, 2009, p.35).

Pocas. En el mundo, y en especial en América Latina, existen centenas de radios comunitarias a pesar de las restricciones para acceder a las frecuencias, de los constantes ataques a sus miembros, y de la incautación de equipos por parte de las autoridades. Estas emisoras tienen cada vez mayor presencia debido al descontento social por el papel que juegan los medios tradicionales, donde la rentabilidad comercial y política aplastan y casi hacen invisible su verdadera función social.



Pequeñas. Ciertamente una radio comunitaria puede ser una emisora de baja potencia en alguna localidad pequeña, pero también lo puede ser una estación en una gran ciudad con una potencia suficiente para cubrirla, ya sea en AM o FM. Lo comunitario se refiere a una comunidad de intereses. Así, la comunidad de jóvenes de una ciudad o de una localidad en el campo puede ser grande o pequeña, pues tal sector está en todas partes.

Pobres. Existe la tendencia a creer que una emisora con compromiso social es un proyecto pobre, con una visión misionera que apenas si sobrevive con donativos y no tiene publicidad ni venta de espacios. Las emisoras comunitarias que reciben financiamiento suficiente para mantenerse al aire son privilegiadas, sin embargo no siempre existe esa oportunidad. Lo deseable es buscar formas de sostener y hacer rentable la emisora. No se trata de hacernos ricos, pues nuestro fin no es el lucrativo, pero sí generar todas aquellas actividades que permitan entradas económicas para que la radio pueda cumplir con su función de servicio público y garantizar la permanencia del proyecto social.

El concepto de comunidad es muchas veces definido como un grupo de personas que comparten cultura, idiomas, tradiciones y costumbres, pero de acuerdo a nuestra necesidad hemos tomado en cuenta la definición que Gonzales (1988) ha afirmado “La comunidad es fundamentalmente un modo de relación social, es un modelo de acción intersubjetivo construido sobre el afecto, la comunidad de fines y de valores y la incontestable esperanza de la lealtad, de la reciprocidad; la comunidad es un acabado ejemplo de tipo ideal de la acción social, una construcción teórica de alguna manera extraña de la propia realidad que acostumbra ser algo más sentido que sabido, más emocional que racional.” (p.13).

Aunque la radio de tipo comunitaria se considera, usualmente, como un complemento para las operaciones en los medios tradicionales en nuestra investigación buscamos asimilarla como un modelo participativo, tanto de



administración como de producción en los medios para poder vencer los obstáculos presentados anteriormente.

Una de las razones principales por lo cual presentare este proyecto es lograr comprobar la necesidad que tiene La Huacana de un medio de este tipo, es porque la población ha hecho vigente y dominante la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo ya que tanto mayorías como minorías sin encuentran sin acceso a medios y a su reivindicación al derecho de comunicación, expresión de ideas, de difusión de información.

La radio comunitaria en La Huacana vendrá siendo un espacio donde lo logrado, en otros casos, en actividades económicas se invertirá en el proyecto social.

Además de constatar su derecho a expresarse, las radios comunitarias son oferta alternativa respecto de los medios públicos y privados e incluso constatan una función social que no siempre tienen los segundos. Por eso sus frecuencias requieren normas que las regulen y que garanticen su viabilidad financiera.

En los países con democracias desarrolladas, la radiodifusión comunitaria tiene reconocimiento desde hace más de cinco décadas, mientras que en los países más represivos o con democracias incipientes sigue sin contar con un reconocimiento legal, ¿será esta situación sólo una casualidad?, desde nuestro punto de vista consideramos que no, pues la pluralidad de medios con certeza jurídica son un indicador que se relaciona con las condiciones para que diversos sectores puedan ejercer su legítimo derecho a la libertad de expresión y ese grado de respeto a la pluralidad es un indicador del respeto a los derechos humanos.

Respecto a lo comentado anteriormente, en efecto, la AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias) presionó para que el gobierno federal diera permisos y reconocimiento legal a radios comunitarias para operar, en pleno uso



de sus legítimos derechos, pues acreditamos la función social que decidimos tener.

OBJETIVOS

(General)

- Diseñar un proyecto de desarrollo para lograr la instalación de una Radio Comunitaria que cubra las necesidades de comunicación en La Huacana, Michoacán.

(Particulares)

- Describir las razones por las cuales La Huacana, Michoacán. Esta necesitada de una Radio Comunitaria.
- Enlistar las características, diferenciales respecto a otros medios, que debe tener la Radio Comunitaria para ser instalada en La Huacana Michoacán.
- Enumerar los razonamientos que soportan la intención para la creación de una radio comunitaria en La Huacana, Michoacán.
- Dar a conocer la educación y vertebración social en nuestra comunidad a partir de la radio comunitaria.
- Presentar la posibilidad: nuestra radio comunitaria vía Internet.

HIPÓTESIS

“El proyecto de desarrollo, como investigación describirá una Radio Comunitaria con características necesarias para informar, entretener y comunicar buscando el bienestar común para La Huacana, Michoacán;”.



METODOLOGÍA

El proyecto que deseamos emprender, debe contar un estudio de mercado que nos permita saber en qué entorno habremos de movernos, así como el contexto para el cual será instalado este medio de comunicación, pero sobre todo, si las posibilidades de que esto suceda con factibilidad.

El estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que pensamos colocar, dentro de un espacio definido y durante un periodo. Con lo anterior podremos indicar si las características y especificaciones de la Radio ofrecen un servicio o bien correspondientes a las que busca y necesita el cliente, que en este caso será La Huacana, Michoacán.

informará sobre qué tipo de clientes son los interesados en los bienes y/o servicios a ofrecer, lo cual servirá para orientar la producción de la radiodifusora. Finalmente, deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Se Aplicarán una serie de encuestas a la población donde nuestra muestra es de 200 personas originarias de La Huacana, Michoacán, 100 de sexo masculino y 100 sexo femenino, entre los 15 a los 60 años de edad.

Se iniciará aplicando una prueba piloto en 50 encuestas, el día lunes, puesto que ese día es de mayor afluencia de personas originarias de la población. A la siguiente semana se aplicarán las primeras 75 encuestas al sexo masculino en los diferentes punto clave del poblado como son la plaza principal y el centro; mientras que las otras 75 encuestas restantes para el sexo femenino se aplicarán la siguiente semana en otro punto clave de concentración: el templo.

Para la aplicación de las encuestas se dispondrá de un tiempo estimado de dos horas diarias durante dos fines de semana consecutivos.



Dentro de la metodología usada para esta investigación se utilizará tanto un estudio de mercado como el proyecto de desarrollo.

Como lo ha definido Salteño un proyecto de desarrollo es "un conjunto autónomo de inversiones, actividades, políticas y medidas institucionales o de otra índole diseñado para lograr un objetivo específico de desarrollo en un periodo determinado, en una región específica delimitada y para un grupo predefinido de beneficiarios, que continúa produciendo bienes y/o prestando servicios tras la retirada del apoyo externo, y cuyos efectos perduran una vez finalizada su ejecución"

Con la guía de la definición anterior, serán planteadas las siguientes características para el desarrollo de la investigación que busque demostrar que la instalación de una radio comunitaria sea factible en La Huacana, Michoacán:

- 1.- Racionalidad para alcanzar ciertos objetivos: La búsqueda y definición de los elementos técnicos y factores que garanticen que el proyecto sea exitoso.
- 2.- Flexibilidad: Una característica importante en este proyecto, pues la flexibilidad ayudará a reconocer e integrar realidades complejas y heterogéneas.
- 3.- Temporalidad definida: En esta característica se considerará el momento adecuado de inicio y de conclusión de las intervenciones.
- 4.- Espacialidad concreta: Determinar el ámbito territorial sobre el que se desarrollan el conjunto de relaciones entre quienes participan en el proyecto.
- 5.- Corresponsabilidad: Rescatar la finalidad del enfoque de esta investigación hacia los grupos de interés, logrando que dentro del proyecto participen de forma responsable todos los involucrados cumpliendo con sus funciones, para así todos ser beneficiados con la realización del proyecto.



6.- Sustentabilidad: Generar las condiciones para la concretización del proyecto y para garantizar la subsistencia del mismo respetando el ambiente y sociedad en los que será integrado.

Los proyectos de desarrollo implican el encuentro entre dos lógicas:

Primera lógica: la del operador del proyecto, presenta el desarrollo y se refiere al diseño del mismo a partir de la realidad o contexto existente incluyendo la problemática y necesidades actuales.

Segunda lógica: quienes serán corresponsables del proyecto, en este caso el municipio de La Huacana, Michoacán.

Esta lógica de corresponsabilidad implica para el operador del proyecto de desarrollo, contar con una clara conceptualización de la participación social como eje central, así como toda clase de consideraciones para la puesta en marcha y la operación día a día, como corresponde con la dinámica para un proyecto con una participación social estratégica.

Posterior a la realización y puesta en operación de este proyecto de desarrollo como investigación de tesis, se deberá verificar el cumplimiento de dos objetivos principales:

1. Poseer una visión, objetiva, realista de cómo se ejecutó el proyecto y cómo el mismo aportó cambios en las actividades productivas locales, progreso social sólido y, sustentabilidad ambiental de las acciones en un marco de fortalecimiento de las acciones colectivas y los consensos entre actores territoriales locales.
2. La evaluación, constituye una herramienta de retroalimentación del propio ciclo del proyecto, en la medida en que la sistematización de la información para la búsqueda de impactos permita sacar lecciones enriquecedoras para próximos emprendimientos en el ámbito local considerando lo positivo y lo negativo de la intervención realizada



UNIDAD I

“LA RADIO COMO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN”

Montoya (1997) encontró que la radio como medio de comunicación es una tecnología que hace posible la transmisión de señales mediante la modulación de las ondas electromagnéticas, donde dichas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío. (p.137).

Las bases teóricas de la propagación de ondas electromagnéticas fueron descritas por primera vez por James Clerk Maxwell en un documento dirigido a la *Royal Society* titulado “Una teoría dinámica del campo electromagnético”, entre los años 1861 y 1865.

1.1 SURGIMIENTO Y EVOLUCIÓN

Heinrich Rudolf Hertz, entre 1886 y 1888, fue el primero en validar experimentalmente la teoría de Maxwell, demostrando la propagación de las ondas electromagnéticas, y sus propiedades, desarrolló además todo un tratado matemático para describir y manipular sus propiedades, y descubrió que las ecuaciones electromagnéticas podían ser reformuladas en una ecuación diferencial parcial denominada ecuación de onda. Hertz dio un paso de gigante al afirmar que las ondas se propagaban a una velocidad electromagnética similar a la velocidad de la luz, y establecía así, las bases para el envío de las primeras señales. Como homenaje a Hertz por este descubrimiento, las ondas electromagnéticas pasaron a denominarse “hertzianas”.



Estos científicos pusieron la base técnica para que la radio se desarrollara, la propagación de las ondas electromagnéticas fue esencial para desarrollar el que posteriormente se ha convertido en uno de los grandes medios de comunicación de masas.

En la actualidad todo medio de comunicación cumple con al menos cuatro características esenciales para su buen funcionamiento y evolución:

1 . **La radio es portátil.** Los aparatos de radio, no importando el tamaño, son fáciles de trasportar y llevar a cualquier parte, de hecho, es difícil encontrar un lugar donde no se escuche la radio.

2 . **La radio es suplementaria.** La mayoría de las personas escuchan radio mientras están realizando otra actividad: manejar, trabajar, estudiar, para quedarse dormido, al despertar, haciendo limpieza, entre otras. Muy rara vez la radio es el principal punto de atención, sirve de fondo de sonido para nuestras actividades.

3 . **La radio es universal.** Virtualmente cada hogar cuenta con un aparato de radio, todos los coches están equipados con un aparato de radio, en un día cualquiera, cerca de 75 por ciento de la población mexicana escuchan la radio.

4 . **La radio es selectiva.** La industria de la radio se ha vuelto un mercado de nicho, las estaciones de radio han escogido formatos para atraer audiencias especiales, en ocasiones pequeña y muy definida pero de interés para los anunciantes.

Los medios de comunicación que no requieren de que su público sea alfabeto, pueden llegar a cumplir funciones importantes en el desarrollo de una comunidad, siendo la vía por la cual se materializa el ejercicio de la libertad de expresión, en donde la gente puede emitir sus ideas y opiniones ejerciendo entonces para ellos



su derecho a la información y para el medio la forma de encontrar audiencias (Calleja, 2010, "3").

El papel de la radio radica siempre en apoyar con el recurso de la comunicación a las necesidades prioritarias establecidas por las comunidades de forma que se facilite y agilice la comunicación, la discusión para alcanzar una conclusión, fortalecer las ideas y desafiarlas.

La medición de audiencia para radio, televisión e Internet es una herramienta indispensable para la mercadotecnia moderna, la publicidad y los medios de comunicación. Como lo afirmó Montoya (1997), cualquier estadística es una construcción que intenta reflejar la realidad de manera precisa, es una aplicación de los sondeos y debe su originalidad a sus aplicaciones económicas (p.38).

Durante los últimos años el medio radiofónico ha experimentado significativas modificaciones en su estructura. En nuestro país por ejemplo, se utiliza la Onda Media preferentemente para ofrecer la programación, logrando así una manera muy simple; poner la Frecuencia Modulada (FM) por encima aunque con cobertura menor, esto hace a la radio actual un medio urbano. La preferencia en la frecuencia modulada crea panorama que muestra un descenso en la audiencia de la radio convencional (AM, amplitud modulada) y un pequeño crecimiento de la radio actual, de audiencia preferentemente joven. El medio es considerado, en conjunto, como segundo soporte por volumen de audiencia, ligeramente por delante de las revistas pero a notable distancia de la televisión.

1.2 INDUSTRIA Y PRODUCCIÓN

Actualmente la gran industria de la radiodifusión se encuentra consolidándose en grandes grupos de estaciones, siendo la mayor parte de ellos programas con base y a partir de formatos estandarizados.

Algunas estaciones han llegado a formar asociaciones colaborativas o consorcios económicos, para fortalecerse y lograr en grupo consolidarse en más de un



mercado de radiodifusión; mientras, que otras estaciones forman parte de una combinación AM/FM, motivando a las compañías a ser propietarias de más de una estación en un mismo mercado.

Los elementos humanos, estéticos y técnicos con que debe contar un programa radiofónico han sido señalados por Calleja (2002, “2”) pero, en 2010 Domínguez sugirió que dichos elementos se dividirían de la siguiente manera:

Humanos: Director, productor, guionista, musicalizador, efectista, locutores, actores y operador técnico.

Técnicos: Consola-mezcladora, micrófonos, amplificador, bocinas, *deck*, grabadora de carrete abierto, minidisco, *dat*, cables, y reproductor para discos compactos y acetato.

Estéticos: música, efectos, voz y guión (para.2).

1.3 LA RADIO VS LA TELEVISIÓN

Ahora la radio tiene que aprender a compartir espacio y mercado con la televisión.

En un principio todo indicaba y parecía ser que ese aparato cuadrado, al que ahora conocemos como televisión, provocaría la muerte de la radio, pues, tan pronto como esta demostró que daba un excelente e inesperado buen resultado, los publicistas abandonaron la radio.

La radio tiene éxito por su fuerte identidad local y regional, y la publicidad es más directa para una selección de la población. La televisión tiene una gran ventaja sobre la radio: las imágenes.

Dicen que “*una imagen vale más que mil palabras*” y un programa de televisión, si está hecho con cuidado, puede articular un punto mucho más rápido que la radio.(Andy,2005,”1”).



Estamos tan acostumbrados a enviar y recibir mensajes instantáneamente, que es difícil imaginar regresar a una época en la que se tuviera que requerir más de una semana para que la información viajara de un lugar a otro, afortunadamente los avances tecnológicos generaron rápidos cambios en la velocidad a la que la información podía moverse por el mundo. Primero llegó el invento del telégrafo y el teléfono, que dependían de líneas eléctricas para enviar mensajes, luego la telegrafía inalámbrica, que envía señales de radio por aire y la televisión, un invento que llegó para cambiar totalmente la manera de informarnos. A finales del siglo XX y de forma simultánea con el desarrollo de los sistemas digitales aparece Internet y la tecnología inalámbrica para la comunicación, revolucionando totalmente la forma de hacer radio y televisión.

Diéguez (2010) afirmó, que grabar y editar testimonios en audio se convierten en esencia para la producción radiofónica como lo es la obtención de imágenes para la televisión. Desmontar esos sonidos y darle coherencia con la adecuada síntesis se convierte en un arte que exige habilidades de escucha y conocimiento de las técnicas de edición digitales que van desde la utilización de efectos hasta la incorporación de bandas sonoras a la palabra (p. 3).

Fueron exactamente cuatro hechos en las décadas de los cuarenta y cincuenta, del siglo pasado los que cambiaron al medio de comunicación protagonista de nuestra investigación, La radio; garantizado su supervivencia junto a la TV: el otorgamiento de licencias de Frecuencia Modulada, la nueva fuente de música grabada para radiodifusión, la introducción de formatos y una manera ingeniosa de introducir la radiodifusión que te daba, en ese entonces, la hora; utilísimo en todo momento, pero de gran comodidad por ejemplo cuando viajabas en tu automóvil.

En lugar de dar por perdida la batalla frente al televisor y morir, la radio se las arregló para adaptarse a un auditorio que buscaba la portabilidad y la inmediatez



que ofrecía la televisión, dándose cuenta de que nada puede superar la radio tanto en boletines noticiosos rápidos como en los últimos éxitos musicales.

Ahora sabemos que la radio por mucho, ha prestado su servicio a un auditorio mucho más determinado que la televisión, esto hace a los publicistas definieron mayor cuidado los mensajes publicitarios en la radio que los de un canal de TV.

1.4 EL PRIMER MEDIO ¿EN DECADENCIA?

Con frecuencia, se han encontrado en esta investigación con voces de alarma por la pérdida progresiva de audiencia para la radio, pero tal diagnóstico tiene, cuando menos una interpretación dudosa al no estar considerando los recientes cambios que este medio de comunicación ha tenido.

La multiplicación de emisoras locales, la mayoría ya legalizadas y otras de reciente creación, definitivamente han dado el impulso correcto al funcionamiento de la ley de radios municipales inclinado la balanza hacia la radiodifusión comunitaria.

La radio mantiene su esencia permanente de adaptarse a los cambios de su entorno. Es el medio que más se ha visto obligado a la adaptación. Es algo circunstancial, necesario y crítico porque produce serios altibajos, se pasa de momentos de entusiasmo a serias crisis, pero ni la audiencia ha abandonado a la radio ni la radio ha abandonado a su audiencia, pues, existe una necesidad mutua. Necesariamente se deben realizar ajustes, intercambios de unas cadenas a otras, fluctuaciones de unas ondas a otras, tal y como lo vayan marcando los cambios en la audiencia.

La radiodifusión en la actualidad, en cualquiera de sus ámbitos, se enfrenta con una dura competencia en contra del Internet, un nuevo medio de comunicación que usan las bandas musicales como una plataforma para dar a conocer su



música, compañías discográficas que ofrecen de forma gratuita los discos el mismo día que salen al mercado logrando una revolución que además de musical sea social donde puedes programar las canciones que quieres oír y cargarlas a dispositivos tecnológicos como *mp3*, *players*, *iPods* y *podcasts*, por mencionar algunos, mismos que llevan consigo a donde quiera que vayan acompañados de la música de su preferencia.

Con la aparición de Internet y todas estas nuevas tecnologías, como tabletas, reproductores mp3, celulares inteligentes, a las que nos hemos enfrentado hoy en día la distribución de la nueva música ha dado un vuelco y se ha democratizado radicalmente.

Hemos descubierto entonces que para la radio, la edad de oro ha terminado y en estos últimos tiempos hemos empezamos a notar un declive para este medio y claro está, la radio ha tenido que buscar su evolución: Siguen desapareciendo a ritmo acelerado las emisoras locales que dependían de audiencias tradicionalistas. La nueva fórmula para la radio es una programación selecta, que rescata y forma las tendencias rítmicas del nuevo siglo, enfatizando lo actual y matizando delicadamente con el pasado reciente. Así pues, podemos llegar a decir que la radio como un medio de comunicación ya no se especializa en un género determinado, sino que transmiten una variedad que no responde a ningún interés en específico.

1.5 LA RADIO NO COMERCIAL: ¿ILEGAL O NECESITADA DE APOYO?

Muchas de las primeras estaciones de radio que salieron al aire durante el año 1920, aproximadamente, fueron creadas por instituciones educativas siendo la mayoría de ellas, al paso del tiempo, compradas por transmisoras privadas cuando se fortaleció la comercialización del sistema.



La mayoría de las estaciones no comerciales pertenecen y dependen del apoyo de instituciones educativas o fundaciones privadas. Aunque desde hace algunos años gran parte de este apoyo proviene de los impuestos, los cuales son el principal apoyo de las instituciones educativas públicas. Otros ingresos se obtienen de los donativos de las aportaciones de fundaciones o del gobierno federal y de los radioescuchas (Dominick, 2006, “182”).

La radiodifusión comunitaria tiene 60 años de existencia en el mundo y su inicios están basados en la posibilidad de ejercer la libertad de expresión, opiniones e ideas a través de la radio (Calleja,2010, “7”).

Como lo menciona Miguel Orozco Gómez, Director Jurídico de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), dentro de su espacio en la revista Etcétera, en el mundo de la radiodifusión existen diferentes problemáticas, que van desde las de tipo técnico, hasta las que tienen que ver con cuestiones comerciales. En esta ocasión, esta investigación se dirige y concentra en el fenómeno social de las “estaciones piratas”, las cuales, según –sus promotores- surgieron como una gran alternativa a las legalmente establecidas. La mayoría se reduce a transmitir mensajes o música de carácter subversivo y comercializan algunos de sus espacios; y con el tiempo buscan a través de diferentes organizaciones civiles convertirse en permisionarias.

Aunque muchos de los promotores de este tipo de estaciones argumentan sobre todo, que son “una nueva opción” o bien, aceptan, que carecen de espacios de expresión y del apoyo gubernamental, situación que según, los obliga a tener esta condición.

Encontramos así, a la radio no comercial como sinónimo de radios libres, educativas, insurreccionales, **comunitarias**, retomando nosotros este sinónimo como el más apto para continuar.



En nuestro país, el fenómeno de las radios no comerciales o comunitarias ha venido en aumento en los últimos años. Derivado de una influencia política proveniente de Centro y Sudamérica, se han introducido en el espectro radiofónico justificando su existencia como espacios de comunicación para pueblos indígenas y que son una forma de “democratizar” a los medios de comunicación.

Según la CIRT, la justificación y sustento que han dado las estaciones ilegales, como ellos las llaman, para su operación radica en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, el mismo que indica que todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión y de opinión, poniendo y pretendiendo a la norma jurídica como una forma no sólo ampliada sino equivocada.

Asimismo los promotores de este tipo de estaciones aseguran que el fantasma de frecuencias radioeléctricas debe gestionarse en valor del interés público y que los principios de libertad de prensa y libertad de información, así como los valores de independencia, pluralismo y diversidad de los medios de comunicación.

El problema que enfrentan las radios no comerciales en su condición de ilegalidad, no está justificado con el argumento de que no existen espacios de libertad o bien por las razones mencionadas en el párrafo anterior de gestionarse a favor del interés público, puesto que en nuestro país se permite el pleno ejercicio de la libertad; además de que el Estado establece los procedimientos y requisitos para la operación de este tipo de radiodifusoras.

Quizás lo que propicia la condición de ilegalidad y como he manifestado en la introducción a este trabajo es la poca disposición del Estado al otorgamiento de las licencias por considerarlas como espacio sin control y propicio para la formación de grupos subversivos, pandillas, mafias, sectas o grupos extremistas, consideración que se ha vuelto un mito en todo el mundo.



Para esto es importante conocer la opinión de Aleida Calleja, Vicepresidenta de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMAR), quien de igual manera escribe para la revista Etcétera y aclaró *“Me parece que hay más prejuicio que conocimiento sobre la radiodifusión comunitaria”* (p. 17), pues las emisoras comunitarias pertenecen a grupos ciudadanos, no a gobiernos.

Es claro que en nuestro País existen muchas emisoras comunitarias que no han obtenido el permiso para operar, mayormente por las condiciones que se les imponen y que resultan inequitativas y desiguales.

Los medios de comunicación comunitarios no tienen un marco legal en México, y eso contraviene las recomendaciones de la Comisión Internacional de Derechos Humanos (CIDH) que el Estado está obligado a cumplir, por haber ratificado tratados internacionales, que para el artículo 133° constitucional, son un ordenamiento jurídico aplicable.

Las estaciones de radio se comprometen con principios de justicia social y de desarrollo humanos, con la construcción de ciudadanía, así que estamos ahora seguros que hablar de radio comunitaria no es lo mismo que hablar de emisoras religiosas o de presidencias municipales.

Reafirmaremos en particular, la importancia que tienen los medios de comunicación comunitarios para el ejercicio de este derecho, especialmente de las comunidades en mayor situación de vulnerabilidad, para ello La Comisión Interamericana de Derechos Humanos recomendó y específicamente a México, como se publicó en la revista Etcétera edición de Agosto 2007, que: *“Dada la importancia que pueden tener estos canales comunitarios para el ejercicio de la libertad de expresión, resulta inadmisibles el establecimiento de marcos legales discriminatorios o formas de delación que obstaculicen la adjudicación de frecuencias a radios comunitarias”*(p. 17).



La experiencia permite otorgar al Estado algo de razón en la negación a las Radios comunitarias, no control y libertad de expresión es una combinación que puede derivar en problemas, pero cómo negarse al reconocimiento del derecho a la libertad de expresión. Creo que es un riesgo que se debe asumir y entre bueno y malo el saldo siempre será positivo.

Hablar, de un medio de comunicación tan poco exigente, como lo es la radio comunitaria, no es hablar de un servicio comercial o de sus cuestiones técnicas, sino de un soporte tecnológico para ejercer derechos fundamentales esenciales para la democracia.

1.6 ¿QUÉ ES UNA RADIO COMUNITARIA?

El uso de la radio como instrumento de cambio cultural y político, aun siendo un fenómeno creciente, no es nuevo. En efecto, las primeras estaciones comunitarias participativas surgieron casi al mismo tiempo en Colombia y Estados Unidos hace más de 40 años (Girad,2002, “3”). Desde entonces un gran número de proyectos han intentado promover un cambio dirigido por la comunidad en varias formas.

Las primeras experiencias de radio comunitaria se iniciaron principalmente en América Latina hace casi medio siglo y durante muchos años los pueblos indígenas, sindicatos, iglesias, sectores privados y Estados combinaron sus esfuerzos, haciendo de la radio una actividad dinámica y diversa en el mundo (Girad,2002, “7”).

Con frecuencia se le llama a la radio comunitaria como el tercer tipo de radio, a la alternativa de la radio comercial y estatal donde el rasgo más característico consiste en comprometerse con la participación comunitaria a todos los niveles. Mientras los oyentes de la radio comercial pueden participar en la programación de modo limitado, los oyentes de la radio comunitaria son a la vez los productores, gerentes, directores y aun los dueños de las estaciones (Girad,2002, “2”).



Una radio comunitaria es una estación de transmisión de radio que ha sido creada con intenciones de atender las prioridades establecidas por una comunidad barajando sus intereses y creando emisiones pasionales rara vez encontradas en las radios comerciales, dicha pasión se deriva del ansia de involucrar a sus oyentes facilitando y atentando su participación no solo en la radio, sino en los procesos culturales y políticos que afectan a la comunidad (Girad,2002, “2”).

Radio comunitaria, radio rural, radio cooperativa, radio participativa, radio libre, alternativa, popular, educativa... Si las estaciones de radio, las redes y los grupos de producción que constituyen la Asociación Mundial de Radiodifusores Comunitarios, se refieren a sí mismos por medio de una variedad de nombres, sus prácticas y perfiles son todavía aún más variados, algunas son musicales, otras militantes y otras musicales y militantes, educativas, participativas, religiosas, educativas y religiosas o participativas y religiosas, localizadas tanto en áreas rurales aisladas como en el corazón de las ciudades más grandes del mundo, donde sus señales pueden ser alcanzadas ya sea en un radio de un kilómetro, en la totalidad del territorio de un país o en otros lugares del mundo vía onda corta.

La radio comunitaria incorpora a nuestra sociedad nuevos lenguajes, nuevos formatos, otros sonidos, músicas, y voces, son otras formas de hablar, nuevos tratos con los oyentes, formas de preguntar y de responder, formas de demandar, de petitionar a las autoridades. *“Cada radio comunitaria tiene su tonalidad bien modulada con la imagen de aquellos que la escuchan. Lo importante es la búsqueda de la diferencia”* (Villamayor,1993, “95”)

Pareciera que en el sistema de medios dominado comercialmente, radio comunitaria significa radio en la comunidad, para la comunidad, acerca de la comunidad y por la comunidad.



Existe una amplia participación de la comunidad en el manejo y producción de programas. Esta participación seguirá distinguiendo a la radio comunitaria del medio dominado por lo comercial, dándole más bien una buena posición principalmente para justificar su existencia pues existen estaciones operadas colectivamente por las personas de la comunidad, estaciones dedicadas al desarrollo, la educación y el fortalecimiento de las personas, estaciones que adhieren a los principios de democracia y participación.

1.6.1 ¿CÓMO FUNCIONAN?

La radio comunitaria *la encontramos* caracterizada por la activa participación de la comunidad en los procesos de creación de noticias, información, entretenimiento y material culturalmente relevante con un énfasis en temas y preocupaciones locales, donde con un poco de ayuda y una capacitación los lugareños pueden llegar a convertirse en productores, la comunidad puede, igualmente, participar en el manejo de la estación y opinar en la programación y contenido.

Será esencial que la radio comunitaria sea una empresa sin fines de lucro. En estos días de alta comercialización para la radiodifusión, el carácter de la radio comunitaria lo constituye su independencia y responsabilidad en el servicio a la comunidad, no al anunciante. Como la estación es propiedad total de la comunidad, se mantiene cierta responsabilidad y compromiso con su manejo.

Además, la programación de la radio comunitaria es designada por la comunidad para mejorar las condiciones sociales y la calidad de su vida cultural, decidiendo cuáles son sus prioridades y necesidades para la provisión de información.

La radio comunitaria no solamente llena carencias de comunicación, también responde a las necesidades de una identidad social de los grupos menos favorecidos. La cuestión es que cuando hablamos de identidad estamos refiriéndonos a un lugar en la sociedad, a una ubicación dentro una misma



jerarquía, pero al mismo tiempo estamos hablando de cómo vivimos, nos vemos y entendemos a nosotros mismos (Calleja, 2007, “15”).

Según la revista Etcétera, medio de comunicación que más espacio ha dedicado a las radios comunitarias en nuestro país, en su edición de Agosto 2007, señaló que además de constatar su derecho de expresarse, las radios comunitarias son oferta alternativa respecto de los medio públicos y privados e incluso cubren perfectamente una función social que no siempre tienen los segundos; por esa razón es que, sus frecuencias requieren normas que las regulen y que garanticen su viabilidad financiera.

1.7 LA RADIO EN LA ERA DIGITAL

La radio siempre necesita de un plan o proyecto que la guíe a partir de las exigencias del oyente, su realizador encuentra el camino a seguir en las opiniones de sus compañeros, y sobre todo en la audiencia, “*Los retos en la era digital, son superiores*” (Diéguez,2010,“1”).

A medida que la tecnología de la radio va adquiriendo mayor nivel de complejidad, probando nuevos formatos y buscando diferentes sistemas de distribución de programas, la competencia por la búsqueda de oídos se hace cada vez más grande, ampliando las opciones que los publicistas poseen para llegar hasta el oyente, la competencia existente entre las radiodifusoras es simplemente por obtener audiencia o radioescuchas, en este tiempo donde tiene que enfrentarse a un medio que no sólo llega por los oídos sino que también por la vista.

Día con día la radio va ingresando en la era digital, cientos de estaciones ya cuentan con página Web o al menos un sitio donde ofrecen archivos de audio, utilizados generalmente como suplemento de la estación cuando esta al aire y de su señal análoga tradicional.



Actualmente la tecnología para transmitir una señal de radio digital se ha hecho presente, muchos países han empezado a migrar hacia la radio digital aunque en un proceso lento y van dejando atrás el objetivo anhelado de un sistema completo que fuera compatible con las señales análogas, mientras que los nuevos aparatos receptores captan ahora la señal digital.

Los servicios de radio satelital están dirigidos a radioescuchas en movimiento por zonas sin cobertura de radio comercial, por ejemplo que van en su automóvil, mientras que las estaciones que sólo se escuchan por Internet están compitiendo por la audiencia que escucha la radio en su trabajo, ofreciendo cadenas de música y convirtiéndose con esto en las más escuchadas.

La radio satelital y las estaciones por Internet se encuentran actualmente interesadas en atraer al público que no esté satisfecho ya, con la radio tradicional, las estadísticas muestra que un porcentaje muy bajo de radioescuchas caen en esa categoría, debido al gran incremento de minutos por hora en los comerciales.

En su investigación (Diéguez, 2010, "6") dio a conocer que en el mundo las cosas van tan rápido que la radio no es una excepción, las nuevas tecnologías son un ejemplo de esa velocidad, muchas de ellas se quedan en el camino, porque al estudiarlas, en ese tiempo de familiaridad, se vuelven obsoletas y hay que asumir otras. Esto provoca que exista un sistema de capacitación permanente unido a mediciones de audiencia para desarrollar con efectividad la producción radial.

Para Carlos Rivadeneyra (2013) existen tres tipos de plataformas para la radio digital:

Radio digital terrestre (RDT): es el sistema por el cual el espectro radioeléctrico es utilizado para transmitir señales digitales, en grupos de información correspondiente al sonido comprimido en algún formato digital.



Radio digital satelital: este servicio solo se ha utilizado en Estados Unidos y Canadá y son servicios de paga que ofrece como adicionales la televisión o alguna otra emisora.

Radio en Internet o ciber-radio: el uso cada vez más extendido de internet como medio de comunicación ha llevado a la radio a converger en diversas formas con este metamedio. En esta plataforma la radio permite un consumo asincrónico y selectivo, por ende totalmente interactivo.

Ahora el proceso de digitalización de la Radio en México tomará un tiempo prolongado, su éxito dependerá de varios sectores involucrados como, COFETEL, concesionarios, permisionarios y los diferentes importadores que se aventuren a introducir los equipos receptores digitales idóneos al mercado.

Además de manera relevante, el éxito de la digitalización de la Radio en nuestro País dependerá principalmente de la creatividad de productores y del apoyo financiero que reciban para crear un nuevo concepto de contenidos programáticos digitales que además de tener alta calidad auditiva aporten otros beneficios que cautiven a los radio escuchas para poder persuadirlos y remplazar entonces la forma de escuchar la radio.

1.7.1 LA RADIO VÍA INTERNET

La radio en línea no ha supuesto la revolución radiofónica que muchos auguraban, pero sí un gran salto tecnológico y una oportunidad que podemos y debemos aprovechar.

La digitalización supone la posibilidad de transformar las emisiones tanto de la radio como de la televisión. Una señal digital significa que los valores de la misma logren la combinación entre ceros y unos perdiendo por completo la señal original; precisamente, el concepto digital tiene su origen en esto, en que la señal se construye a partir de eso, números o dígitos.



La radio por internet consiste en la exhibición de contenido auditivo dotado de sus características tales como el guión y su lengua, a través de internet mediante flujos de datos “*streaming*”.

La primera “estación de radio” por internet es conocida como “*internet talk radio*” y fue desarrollada por Carl Malamud en el año de 1993, usando una tecnología llamada MBONE (IP *Multicast Backbone on the Internet*). Para Febrero de 1995, surgió la primera estación de radio exclusiva por internet de tiempo completo, llamada Radio HK, emitiendo música solamente de bandas independientes usando como método un reflector de conferencia web conectada a un disco compacto de audio personal corriendo en un ciclo infinito.

Debido a que la señal de radio es transmitida por internet mediante una página *web* es posible acceder a estaciones de cualquier parte del mundo. Esto lo vuelve un servicio popular para emigrados al extranjero y para la gente que cuenta con intereses demasiado diversos o demasiado específicos que quizá no sean adecuadamente provistos por alguna cadena radiofónica nacional de transmisión tradicional.

En América Latina la pionera fue *Cool Radio* que emitía desde México, para el año 2003 la empresa productora de *software* **Microsoft** lanza al mercado Windows 2003 server, permitiendo con suficiente ancho de banda un manejo inteligente para transmisión de sonido por Internet “*unicast*” y con ello la posibilidad de que miles de oyentes puedan conectarse a una transmisión única, en forma estable y con una calidad de sonido igual a una radio FM tradicional.

A finales del 2004, el uso del *streaming* y *unicasting* de audio ha ido declinando a favor del *podcasting*, método alterno para la transmisión de sonido por Internet que ofrece múltiples beneficios.



Cabe señalar que no sólo las radios tradicionales se sirvieron de esta tecnología para transmitir en línea, sino que millones de personas apasionadas radiales de todo el mundo encontraron en Internet la oportunidad que tanto habían esperado para poder hacer radio.

La radiodifusión digital finalmente ha encontrado su lugar en nuestra sociedad, y promete todo un nuevo mundo de mejoras en el audio.

1.7.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Los receptores digitales ofrecen un sonido más claro, con mucho menos interferencia que los radios analógicos tradicionales. Como ejemplo, piense en la diferencia de sonido interferido de un acetato de los años 80's (que identificábamos como LP “*Long Play*”) y un disco compacto con menor interferencia, de la década de los 90's. Las señales digitales siempre permanecerán sin ser afectadas por interferencias de otras señales de radio, de este modo reduciendo el tiempo que toma buscar una estación con una señal clara. Como los radios funcionan con un chip de computadora, pueden procesar la información más rápido, tienen el potencial de ser más interactivos, y eventualmente brindarán servicios adicionales como publicidad o informes en tiempo real mediante una visualización en la pantalla. (Castillo,2012, “4”).

Si bien los receptores digitales de hoy por lo general tienen un buen nivel de recepción, su unidad puede no captar las transmisiones muy claramente si se localiza muy lejos del transmisor más próximo. Algunas áreas tienen transmisiones limitadas, incluso con la adición de muchas torres en el país. Esto podría deberse a que su área tiene diversos niveles de terreno que podrían interferir con la señal de las torres de transmisión. Esto puede causar que los usuarios deban comprar antenas para mejorar sus señales. Toda esta tecnología pasa actualmente por una fase de resolución de problemas, así que las esperanzas son altas en cuanto a los planes para futuras mejoras en las unidades receptoras (Castillo,2012,“5”).



1.7.3 STREAMING Y PODCASTING

Castro (2013) afirmó, que el *streaming* es un término que hace referencia al hecho de escuchar música o ver vídeos sin necesidad de descargarlos, sino que se hace por fragmentos enviados secuencialmente a través de la red conocida como Internet, por ejemplo, se hace *streaming* cuando se transmite radio en vivo por Internet (p. 1).

A diferencia el *podcasting* es el medio de transmitir información, ya sea un artículo o una noticia vía voz a través de Internet más no en línea, generalmente creado y almacenado previamente en un archivo de computadora.

El *podcasting* consiste en la distribución de archivos multimedia, normalmente audio o vídeo, que puede incluir texto como subtítulos y notas, mediante un sistema de redifusión (RSS) que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que quiera, generalmente en su tiempo libre. No es necesario estar suscrito para descargarlos. El *podcasting* hace posible descargar contenido *postcasting*.

UNIDAD II

“LA HUACANA MICHOACÁN Y SU CULTURA”

Anhuacanan, palabra de origen chichimeca que significa "*lugar de vestidos*", sirvió como origen para dar nombre a un hermoso Municipio perteneciente a la Tierra Caliente: **La Huacana**, una región enclavada en el Suroeste del Estado de Michoacán (ver fig. 1).



Fig. 1 El Municipio de La Huacana en el Estado de Michoacán.

De acuerdo al Prontuario de Información Geográfica Municipal de los Estados Unidos Mexicanos, “La Huacana, Michoacán de Ocampo” clave

geogestadística16035 (2009), el municipio de La Huacana en el Estado de Michoacán se encuentra ubicado geográficamente Entre los paralelos 18°37' y 19°05' de latitud norte; los meridianos 101°36' y 102°14' de longitud oeste; altitud entre 200 y 2000 m., colindando al norte con los municipios de Múgica, Gabriel Zamora, Nuevo Urecho y Ario de Rosales; al este con los municipios de Ario de Rosales, Turicato y Churumuco; al sur con los municipios de Churumuco y Arteaga; al oeste con los municipios de Arteaga, Tumbiscatío, Apatzingán, Parácuaro y Múgica. Ocupando el 3.33% de la superficie del Estado. Tiene como cabecera municipal el poblado con el mismo nombre ubicado al noreste del municipio (ver imagen 1).

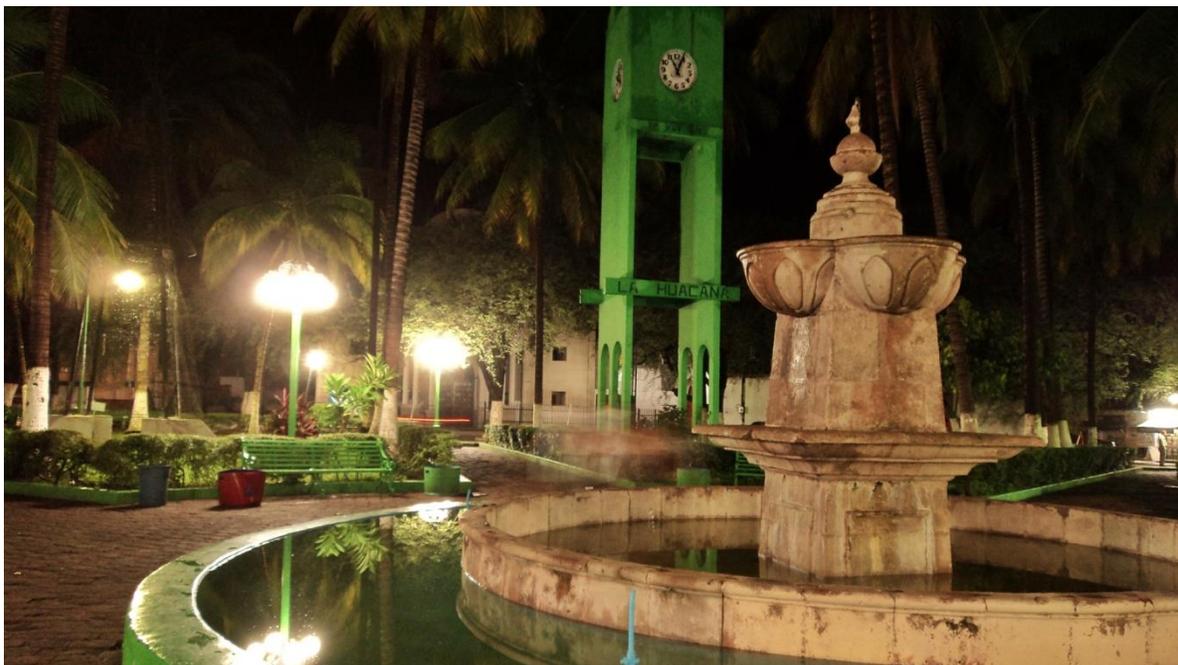


Imagen 1. Plaza principal de La Huacana, Michoacán, Autor Humberto Cortés Flores.

2.1 RESEÑA HISTÓRICA

Indispensable iniciar con una reseña histórica del municipio, expresar acontecimientos políticos, sociales y culturales que llevaron a La Huacana a su situación actual.



Durante la época prehispánica, la población de La Huacana, fue sometida al dominio territorial del Señorío Tarasco, por los sucesores de Tariácuri: Hiquíngare, Tanganxoán e Hirépan, los que; para garantizar el pago de tributos nombraron como cacique a Cupauxanti. La estructura productiva de la época en la tierra caliente durante el periodo prehispánico se caracterizaba por estar reducida a una zona bien delimitada por la presencia de manantiales en Parácuaro, Buenavista y algunas áreas de Apatzingán así como a la vega del río Guarimao, hoy Tepalcatepec. Los cultivos predominantes eran el maíz, el frijol, el tomate, la calabaza y el añil, estos cultivos se desarrollaban bajo diferentes modalidades de riego que se empleaban en la región, la población durante esta época no era muy numerosa. Desde el punto de vista sociopolítico –señala Jorge Andrés Agustín (Andrés Agustín et al ,1994)- esta condición tiene implicaciones económico-productivas, ocurría por el temprano sometimiento de la región a las necesidades de otras, en este caso a la cultura Purépecha, que desde el centro de su imperio la controlaba y de la que demandaba no sólo productos agrícolas, sino también de otro tipo de contribuciones como los metales y la cerámica.

En el siglo XVI, con la llegada de los españoles, después de haberse efectuado la conquista de Apatzingán, La Huacana fue entregada en encomienda al Sr. Juan Pantoja. Durante los primeros años de la colonia la población disminuyó drásticamente y la región entra en un paulatino proceso de reacomodos en el que sólo las estructuras agrarias se ven transformadas de manera constante hasta conformar la estructura hacendaria y de ranchos imperante hasta finales de la colonia y hasta fines del siglo XIX, los principales cambios introducidos en la tierra caliente por los españoles tuvieron que ver con cuestiones tecnológicas; el arado y cultivos como la caña de azúcar, trigo, arroz. Otro cultivo introducido fue el plátano (1580) ya que era fundamental para la dieta local y era una de las producciones que permitían ingresos en efectivo. El ganado fue el cambio más significativo en la agricultura indígena durante el periodo anterior al fin del siglo XVI, esta actividad servía principalmente para la manutención de los encomendados y fue hasta



tiempo posterior que vacas, ovejas y cerdos adquirieron importancia económica en la región.

Sin embargo los cultivos españoles no se instalaron rápidamente en la zona por las condiciones climática y edáficas imperantes, esto aunado a la ausencia de una población que sostuviera los cultivos favoreció que la ganadería tuviera lugar como actividad importante, ya que esta actividad requiere poca mano de obra y por otra parte el ganado que se fue estableciendo resistía las condiciones climáticas y topográficas regionales.

En el siglo XVIII, en el año de 1789, Don José María Morelos y Pavón, Párroco y hombre ilustre del estado, ocupó el Curato de Tamácuaro de la Aguacana. En el año de 1759, en esta región hizo erupción el volcán del Jorullo, afectando seriamente a las poblaciones.

A partir de 1850 la región a la que pertenece la Huacana empieza a estructurar una economía interna basada en las haciendas y los ranchos y a vincularse cada vez más con la economía regional y nacional con la construcción de modestas vías de comunicación e infraestructura hidráulica y a la consolidación de cultivos comerciales.

El 20 de noviembre de 1861, el Congreso del Estado de Michoacán, decretó la creación del municipio de La Huacana, y posteriormente le fue retirada dicha categoría. El 12 de marzo de 1907, se le restableció como Municipio.

Un elemento que impacto de forma importante a la región a la que pertenece el Municipio de la Huacana, fue la construcción de la línea del ferrocarril hasta la ciudad de Uruapan en 1889, lo que convierte a esa población en el eje rector extra regional. Al interior de la región los centros de producción más importantes son



Nueva Italia, Lombardía y Apatzingán que comienzan a figurar como los poblados más importantes de la zona.

La región del Valle de Apatzingán, en conjunto, inicia un crecimiento importante de su población a partir de la instalación de una agricultura de tipo comercial y de exportación a finales del siglo XIX, situación que no ha de cambiar sustancialmente hasta la época del reparto agrario, impulsado por el General Lázaro Cárdenas en la década de los años cuarenta, tiempo en el que se modifica la situación de la tenencia de la tierra y de la organización de los sistemas de producción.

Sin embargo, es importante señalar que la Huacana tendrá una integración tardía y poco significativa en el dinamismo de la agricultura vinculada a la exportación, ya que en su territorio se desarrollará básicamente una producción agrícola y pecuaria de subsistencia, con menor nivel de desarrollo tecnológico y en condiciones de temporal. Las características fisiográficas y las condiciones climáticas que ahí prevalecen, impidió que se desarrollara una red de caminos importantes, por lo que la integración del territorio municipal se limitó a la relación con Ario de Rosales, y posteriormente con Nueva Italia y Apatzingána partir de la construcción del puente de “La Pastoría”, que permite prolongar la carretera Pátzcuaro-Cuatro caminos y la ruta La Huacana – Zicuirán-Palma de Huaro-Churumuco.

Personajes Ilustres como Don Ernesto Rodríguez, que sin ser nativo de este municipio destacó como luchador social logrando el reparto de tierras, naciendo así el ejido La Huacana, el 1o. de mayo de 1936 y en 1937 la presidencia municipal, siendo asesinado el 4 de diciembre de 1937 a consecuencia del mismo movimiento de reparto de tierras.



2.2 DATOS GENERALES

La información que se presenta a continuación fue obtenida en el Departamento de Información de dicho municipio, la cual ha sido recopilada del Prontuario de Información Geográfica Municipal de los Estados Unidos Mexicanos, “La Huacana, Michoacán de Ocampo” clave geo estadística 16035 (2009).

FISIOGRAFÍA

Provincia	Sierra Madre del Sur (87.07%) y Eje Neovolcánico (12.93%)
Subprovincia	Cordillera Costera del Sur (69.48%), Escarpa Limítrofe del Sur (12.93%) y Depresión del Tepalcatepec (Discontinuidad) (9.90%)
Sistema de topoformas	Sierra alta compleja (48.41%), Valle ramificado con lomerío (16.28%), Mesetas basálticas con sierras (10.09%), Llanura aluvial (9.78%), Llanura de piso rocoso o cementado (4.78%), Sierra compleja con mesetas (2.84%) y Llanura de piso rocoso o cementado con valles (0.13%)
Rango de temperatura	20 – 30°C
Rango de precipitación	400 – 1000 mm
Clima	Semiseco muy cálido y cálido (51.40%), seco muy cálido y cálido (36.62%), cálido subhúmedo con lluvias en verano, de menor humedad (11.53%), semicálido subhúmedo con lluvias en verano, de humedad media (0.42%) y semicálido subhúmedo con lluvias en verano, de menor humedad (0.03%)

GEOLOGÍA

Periodo	Cretácico (55.53%), Terciario (23.46%), Cuaternario (9.23%), Plioceno-Cuaternario (7.25%) y Neógeno
---------	---



	(0.41%)
Roca	Ígnea intrusiva: granito-granodiorita (16.43%), granodiorita (5.83%) y granito (1.67%) Ígnea extrusiva: andesita (50.99%), basalto (7.85%), toba ácida (2.99%), toba básica(1.09%), riodacita (0.86%), dacita-toba ácida (0.41%), brecha volcánica básica (0.31%) y andesita-toba intermedia (0.22%) Sedimentaria: conglomerado (1.84%) y arenisca-conglomerado (0.71%) Suelo: aluvial (4.68%)
Sitios de interés	Mina: zinc, cobre Banco de material: acabados

HIDROGRAFÍA

Región hidrológica	Balsas (100%)
Cuenca	Rio Tepalcatepec-Infiernillo (97.79%), Rio Balsas-Infiernillo (2.19%) y Rio Tacámbaro
Subcuenca	R. Tepalcatepec (32.60%), P. El Zapote (26.41%), R. San Pedro (21.85%), A. Las Cruces (8.58%), R. El Marqués (7.48%), P. El Infiernillo (2.19%), R. La Parota(0.87%) y R. Tacámbaro (0.02%)
Corrientes de agua	Perennes: Agua Fría, Cajones, Casilda, Cupuan, El Cayaco, El Curindal, El Jabalí, El Márquez, Espíritu Santo, Grande, Guarimeo, La Huacana, La Palma, La Palma de Huaró, La Pastoría, La Zauda, Las Cruces, Las Higueras, Las Mojarras, Las Norias, Las Quitas, El Calderón, Los Limones, Potrerillos, San Pedro, Jorullo y Zicuirán. Intermitentes: Bermejo, Cueramal, El Ahujote, El Capire, El Gorongorito, El Huizache, El Jazmín, El Naranja, El Otate, Bermejo, El Ahujote, El Capire, El Gorongorito, La Horqueta, El Plátano, El Pueblito, El Tepeguaje, El Zapiro, Espíritu Santo, La Cañada del Pitire, La Colorada, La Convalecencia, La Cruces, La Gloria, La Higueras, La Lajita, La Horqueta, La Palmita, La Quiringucua, La



	Sandía, Las Minas, Los Cachorros, Los Cimientos, Los Limones, Luiji, Mesa de Reyes, Piñicua, San Antonio, LaZauda. El Cayaco, El Chago y San Mateo
Cuerpos de agua	Perennes (3.69%): Presa Lic. Adolfo López Mateos (Infiernillo) y Presa Zicuirán

USO POTENCIAL DE LA TIERRA

Uso del suelo y vegetación	Agricultura (18.29%) y Zona urbana (0.43%) Selva (64.37%), Pastizal (7.64%), Bosque (4.44%) y Palmar inducido (1.05%)
Agrícola y pecuario	Para la agricultura mecanizada continua (6.04%) Para la agricultura de tracción animal continua (13.82%) Para la agricultura de tracción animal estacional (4.68%) Para la agricultura manual estacional (1.89%) No apta para la agricultura (73.57%) Para el desarrollo de praderas cultivadas (6.04%) Para el aprovechamiento de la vegetación natural diferente del pastizal (28.17%) Para el aprovechamiento de la vegetación natural únicamente por el ganado caprino(61.17%) No aptas para uso pecuario (4.62%)

Las zonas urbanas están creciendo sobre suelo aluvial del cuaternario y rocas ígneas extrusivas e ígneas intrusivas del Cretácico, Cuaternario y Plioceno-Cuaternario, en llanura aluvial y meseta basáltica con sierras; sobre áreas donde originalmente habían suelos denominados Leptosol, Regosol, Vertisol, y Phaeozem; tienen climas seco muy cálido y cálido, cálido subhúmedo con lluvias en verano, de menor humedad y semi seco muy cálido y cálido y están creciendo sobre terrenos previamente ocupados por agricultura, pastizales y selva caducifolia.

2.3 USOS Y CONSTUMBRES

Al igual que la información introductoria a este capítulo, los siguientes datos fueron obtenidos del Centro Estatal de Desarrollo Municipal, en la Enciclopedia de Municipios del año 2002.

Fiestas, danzas y tradiciones en la cabecera municipal del municipio:

1o. de mayo. Celebración del reparto de tierras del Ejido La Huacana.

1 a 10 de septiembre. San Nicolás de Tolentino, santo patrono de la población es venerado y celebrado con peregrinaciones de diferentes comunidades y localidades; por parte de la parroquia el día 10 de septiembre se realiza una verbena popular en la cual hay quermés y quema de fuegos pirotécnicos (ver imagen 2).



Imagen 2.Celebración de misa en la parroquia de San Nicolás de Tolentino.

13 al 18 de Septiembre. Celebración de las fiestas patrias. Actividades diarias por parte del H. Ayuntamiento Municipal con la participación de la población, baile de elección y presentación de las candidatas a reina de las fiestas patrias, concursos, verbena popular casi a diario en la plaza principal o plaza cívica, el tradicional desfile del 16 de septiembre, el día festivo más importante de la celebración, la tradicional caballada, jaripeos 16 y 18 de septiembre, fiestas que son coronadas con el tradicional y lustroso baile del día 18 de septiembre al cual asisten personas de todas las comunidades y de la cabecera principal. Generalmente las fiestas se alargan un día más para cerrar con broche de oro en un baile y jaripeo popular sin costo (ver imagen 3 y 4).



Imagen 3. Ing. Alfonso Méndez Chávez, presidente municipal y su esposa Presidenta del DIF municipal Esther Cardona Vázquez, haciendo presencia en el tradicional desfile del 16 de septiembre de 2013.



Imagen 4. Palacio municipal durante las fiestas patrias 2013.

Diciembre – Enero. Fiestas de navidad y año nuevo. En el poblado de La Huacana los festejos de navidad inician con las posadas organizadas por diferentes grupos de habitantes de la localidad en las calles de las colonias de la comunidad y para todo el pueblo, mientras que la Parroquia expone un nacimiento de tamaño natural durante el mes celebrando una misa el 24 de diciembre a la media noche “*Misa de Gallo*”, por el nacimiento del Mesías, mientras que el 30 de igual manera se celebra la Eucaristía pero en acción de gracias por el año que termina y el inicio del año nuevo.

En el municipio de La Huacana, Michoacán la música que se acostumbra y escucha por la región es música de cuerda arpa, violín y guitarra. Se trabaja de

forma artesanal las escobas y reatas de palma de Ixtle así como sombreros y huaraches así como servilleteros y saleros elaborados con la cáscara del coco.

La gastronomía de la región de Tierra Caliente es muy conocida por su sazón: El *aporreadillo* y las *enchiladas* con cecina dorada o pollo con papas, así como la mojarra (en caldillo o dorada) y el ceviche (ver imagen 5).



Imagen 5. Enchiladas típicas de la región.

En cuanto a Religión se refiere en La Huacana predomina la Católica, seguida por la Evangélica y los Testigos de Jehová (ver imagen 6).



Imagen 6. Interior de la parroquia de San Nicolás de Tolentino.

2.4 VISIÓN DEL MUNICIPIO

Las autoridades municipales mantienen como eje de su actividad y como visión transformadora permanente para el municipio el siguiente postulado: Un municipio donde se garantiza la seguridad de sus habitantes y su patrimonio, que cuente con autoridades comprometidas y honestas, promotoras de la participación ciudadana y la equidad de género. Su desarrollo se basa en los principios de la sustentabilidad y en el fortalecimiento del desarrollo rural sustentable mediante el impulso de actividades económicas estratégicas, como la ganadería sustentable, la agricultura orgánica y el turismo rural, su población tiene acceso a servicios de salud y educación de muy buena calidad, cuenta con excelentes vías de



comunicación, internas y externas, lo que en suma, ha generado las suficientes fuentes de empleo permanentes y bien remuneradas, arraigando de esta manera a sus habitantes, fortaleciendo la relación familiar y comunitaria. (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, dentro del Programa E-Local SEGOB, 2006).

2.4.1 MISIÓN DEL GOBIERNO

Ser un gobierno organizado, moderno, eficiente, justo, transparente, innovador, impulsor de la participación ciudadana y promotor del desarrollo sustentable, que genere los empleos necesarios, que garantice la prestación de servicios públicos de calidad y genere las condiciones adecuadas para una sana convivencia de sus habitantes (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, dentro del Programa E-Local SEGOB, 2006).

2.4.2 ESCUDO MUNICIPAL

El escudo del municipio de La Huacana, Michoacán se encuentra adornado por un marco almenado de parota, madera tropical propia de la región que representa la riqueza natural de la región; en la parte superior o cimera va instalada una corona que representa la dominación que el imperio purépecha mantuvo sobre esta región durante el periodo posclásico del esplendor mesoamericano, específicamente durante el triunvirato purépecha, misma intención que se manifiesta en el Escudo con el Águila que cae y que representa nuestra mexicanidad.

Una Banda superior terminada en picos festivos señala el año en que el Honorable Congreso del Estado otorgó el título de Municipio a La Huacana en 1907.



El Escudo se encuentra cortado en cuatro franjas horizontales las cuales a su vez, con excepción de la primera, se parten en cuarteles, para hacer un total de 9 piezas que conforman el gran cuartel.

En la primera pieza o cuartel se distingue la figura del gran ilustre José María Morelos y Pavón quien a partir de 1789 se hizo cargo de la Parroquia Tamácuaro de la Aguacana, al centro de la misma pieza la fecha referida y como fondo el Sol en su esplendor que representa la vida y como símbolo de esperanza sus rayos claros y precisos.

En la segunda franja se presentan dos cuarteles que la parten, en el primero se hace alusión al volcán que hizo erupción en 1795 y que es uno de los atractivos turísticos del Municipio, el segundo cuartel de esta franja se encuentra partido en aspa o sotuer por una línea diagonal en donde el jirón superior se refiere a la minería, actividad que reactivó económicamente en el Municipio en los años 70's y principios de los 80's del siglo pasado y que aún en la actualidad es una expectativa económica por explotar; el jirón inferior de esta segunda franja proyecta a la Presa de Zicuirán y lo ubica en el Municipio de La Huacana que representado en un mapa descansa sobre unas manos que generosamente ofrece los frutos que la madre tierra nos regala, en ese mismo jirón el Bagre y la Tilapia, aparecen como especies acuáticas representativas del Municipio.

Bajo el cuartel central que incluye las manos referidas, la tercera franja se divide en aspa por una diagonal que de izquierda a derecha nos ofrece dos jirones, ambos representados el desarrollo ganadero y apícola de la región.

La cuarta franja se refiere a las características culturales, la música y la gastronomía aparecen en el primer cuartel en sotuer; partiendo esta última franja, el último cuartel contiene la representación del Palacio Municipal de La Huacana a cuyo costado aparece la palmera, planta típica y representativa del Municipio.

Bajo el gran cuartel en cinta ornamentada con cortes festivos se aprecia la divisa del municipio: “Hospitalidad, Esfuerzo y Progreso” que alienta la vida cotidiana de los Huracanases.

En medio de un círculo aparece sobre el piso del contorno del escudo el número 35 (treinta y cinco), posición que guarda el Municipio en el orden alfabético de los que conforman el Estado de Michoacán de Ocampo.

Como toque final y ornamentando clásicamente al Escudo dos ramas de olivo se entrecruzan en sus extremos iniciales para formar un moño anudado y rematar la decoración total.



Fig. 2. Escudo del municipio de La Huacana, Michoacán de Ocampo.



2.5 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

2.5.1 POBLACIÓN

En la década de los cincuenta del siglo pasado, la población de la Huacana representó el 0.79% de la población total de Michoacán, aumentando al 0.90% para 1995, este incremento le ha producido ganar importancia relativa en el estado. En el censo de INEGI Conteo 2005, la población del municipio se estima en 31,774 habitantes, mientras que para el conteo 2010 el municipio cuenta con 32,757 de habitantes.

De acuerdo a la información generada por el XII Censo de Población elaborado por INEGI, en el municipio de La Huacana, la población infantil menor de cuatro años es de 4059 niños, de igual manera se registran 759 personas con alguna discapacidad, de las cuales 327 presentan discapacidad motriz 147 discapacidad auditiva, 178 discapacidad visual, 117 discapacidad mental, 66 discapacidad en el lenguaje.

Los principales problemas que enfrentan los grupos vulnerables y desprotegidos es el abandono de hogar por padres de familia, maltrato en mujeres y niños, altos índices de desnutrición en los niños y el abandono de ancianos, divorcios y desintegración familiar.

Población total, 2010	32,757
Población total hombres, 2010	16,176
Población total mujeres, 2010	16581
Porcentaje de población de 15 a 29 años, 2010	26.4
Porcentaje de población de 15 a 29 años hombres, 2010	26.4
Porcentaje de población de 15 a 29 años mujeres, 2010	26.3
Porcentaje de población de 60 años y mas, 2010	11.7
Porcentaje de población de 60 años y más hombres, 2010	11.5



Porcentaje de población de 60 años y más mujeres, 2010	11.9
Edad mediana, 2010	23
Edad mediana hombres, 2010	22
Edad mediana mujeres, 2010	23
Relación hombres – mujeres 2010	97.6
Promedio de hijos nacidos vivos de las mujeres de 12 años y mas, 2010	3.3
Nacimientos, 2011	1,027
Defunciones generales, 2011	213
Divorcios, 2011	10
Matrimonios, 2011	177

Tabla No. 1 Información poblacional del municipio de La Huacana. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Censo de población y vivienda 2010.

2.5.2 HOGARES

Hogares, 2010	7,827
Poblacion en hogares, 2010	32,751
Poblacion en hogares familiares, 2010	31,895
Poblacion en hogares no familiares, 2010	833
Poblacion en hogares no especificados, 2010	23
Tamaño promedio de los hogares, 2010	4.2
Tamaño promedio de los hogares con jefe hombre, 2010	4.4
Tamaño promedio de los hogares con jefe mujer, 2010	3.5
Hogares con jefatura masculina, 2010	5,898
Hogares con jefatura femenina, 2010	1,929

Tabla No. 2. Información de estructura familiar. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Censo de población y vivienda 2010.



2.5.3 VIVIENDA Y URBANIZACIÓN

Total de viviendas particulares habitadas, 2010	7,829
Viviendas particulares habitadas, 2010	7,827
Viviendas particulares habitadas con 1-4 ocupantes	4,669
Viviendas particulares habitadas con 5-8 ocupantes	2,839
Viviendas particulares habitadas con 9 o más ocupantes	319
Promedio de ocupantes en viviendas particulares habitadas, 2010	4.2
Ocupantes en viviendas particulares, 2010	32,757
Ocupantes en casa independiente, 2010	32,626
Ocupantes en departamento en edificio, 2010	10
Ocupantes en vivienda o cuarto de vecindad, 2010	27
Ocupantes en vivienda o cuarto de azotea, 2010	23
Ocupantes en local no construido para habitación, 2010	5
Ocupantes en vivienda móvil, 2010	0
Ocupantes en refugio, 2010	5
Ocupantes en viviendas particulares de clase no especificada, 2010	61
Viviendas particulares habitadas con piso diferente de tierra, 2010	6,161
Viviendas particulares habitadas que disponen de agua de la red pública en el ámbito de la vivienda, 2010	5,237
Viviendas particulares habitadas que disponen de drenaje, 2010	5,305
Viviendas particulares habitadas que disponen de excusado o sanitario, 2010	6,210
Viviendas particulares habitadas que disponen de energía eléctrica, 2010	7,535
Viviendas particulares habitadas que disponen de refrigerador, 2010	6,610
Viviendas particulares habitadas que disponen de televisión, 2010	6,701
Viviendas particulares habitadas que disponen de lavadora, 2010	4,789
Viviendas particulares habitadas que disponen de computadora, 2010	634



Tabla No. 3 Información de vivienda. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Censo de población y vivienda 2010.

2.6 EDUCACIÓN

Población de 5 y más años, 2010	29,445
Población de 5 y más años que asiste a la escuela, 2010	9,343
hombres de 5 y más años que asisten a la escuela, 2010	4,648
Mujeres de 5 y más años que asisten a la escuela, 2010	4,695
Población de 5 y más años que no asisten a la escuela, 2010	19,790
Hombres de 5 y más años que no asisten a la escuela, 2010	9,712
Mujeres de 5 y más años que no asisten a la escuela, 2010	10,078
Población de 5 y más años que no especificaron si asistieron a la escuela, 2010	312
Hombres de 5 y más años que no especificaron si asistieron a la escuela, 2010	149
Mujeres de 5 y más años que no especificaron si asistieron a la escuela, 2010	163
Población de 6 y más años, 2010	28,801
Población total de 6 y más años que saben leer y escribir	23,292
Hombres de 6 y más años que saben leer y escribir, 2010	11,625
Tasa de alfabetización de las personas de 15 a 24 años	96.7
Tasa de alfabetización de los hombres de 15 a 24 años	95.9
Tasa de alfabetización de las mujeres de 15 a 24 años	97.6
Población de 5 y más años sin escolaridad, 2010	4,635
Hombres de 5 y más años sin escolaridad, 2010	2,174
Mujeres de 5 y más años sin escolaridad, 2010	2,461
Población de 5 y más años con preescolar, 2010	1,621



Hombres de 5 y más años con preescolar, 2010	805
Mujeres de 5 y más años con preescolar, 2010	816
Población de 5 y más años con primaria, 2010	13,049
Hombres de 5 y más años con primaria, 2010	6,645
Mujeres de 5 y más años con primaria, 2010	6,404
Población de 5 y más años con instrucción posprimaria, 2010	9,953
Hombres de 5 y más años con instrucción posprimaria, 2010	4,806
Mujeres de 5 y más años con instrucción posprimaria, 2010	5,147
Población de 5 y más años con instrucción no especificada, 2010	187
Hombres de 5 y más años con instrucción no especificada, 2010	79
Mujeres de 5 y más años con instrucción no especificada, 2010	108
Población de 18 y más años con nivel profesional, 2010	1,025
Población de 18 años y más con posgrado, 2010	100
Grado promedio de escolaridad de la población de 15 y más años, 2010	5.8
Mujeres de 6 años y más que saben leer y escribir, 2010	11,667
Población total de 6 años y más que no saben leer y escribir, 2010	5,313
Hombres de 6 y más años que no saben leer y escribir, 2010	2,492
Mujeres de 6 y más años que no saben leer y escribir, 2010	2,821
Población de 6 y más años que no especifico si sabe leer y escribir	196
Hombres de 6 y más años que no especifican si saben leer y escribir, 2010	87
Mujeres de 6 y más años que no especifican si saben leer y escribir, 2010	109

Tabla No. 4 Información del estado de la educación. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Censo de población y vivienda 2010.



2.7 ECONOMIA

Superficie sembrada total (hectáreas), 2010	15,398
Superficie cosechada total (hectáreas), 2010	15,398
Volumen de la producción forestal maderable (metros cúbicos rollo), 2010.	0
Volumen de las ventas de energía eléctrica (megawatts-hora), 2010	26,108
Valor de las ventas de energía (miles de pesos), 2010	30,445
Aeropuertos	0
Oficinas postales	35
Ingresos brutos de los municipios (miles de pesos),2011	120,807
Egresos brutos de los municipios (miles de pesos), 2011	120,807
Conflictos de trabajo, 2011	1
Huelgas estalladas, 2011	0
Porcentaje de trabajadores permanentes y eventuales urbanos afiliados al IMSS, 2010	0.1
Trabajadores asegurados registrados en el ISSSTE, 2010	607

Tabla No. 5 Aspectos económicos. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Censo de población y vivienda 2010.

2.8 SALUD Y CULTURA

Referente al tema de la salud, en la cabecera municipal existe una clínica del IMSS y una clínica de la Secretaría de Salud, existen un total de 10 centros de salud (IMSS), se cuenta con 30 camas atendidas por 16 médicos generales, 1 especialista y 16 enfermeras, cuenta con 14 consultorios y en el año se proporcionaron 35,284 consultas generales.



Delitos registrados en averiguaciones previas del fuero común, 2010	65
Tasa con personas con sentencia condenatoria, 2010	55.6
Población derechohabiente a servicios de salud, 2010	17,643
Unidades médicas, 2010	19
Personal médico, 2010	44
hombres derechohabientes a servicios de salud, 2010	8,430
Mujeres derechohabientes a servicios de salud , 2010	9,213
Población derechohabientes a servicios de salud del IMSS, 2010	6,477
Población derechohabientes a servicios de salud del ISSSTE, 2010	1,582
Población derechohabiente a servicios de salud en PEMEX, SEDENA, y/o SEMAR, 2010	44
Población derechohabiente a servicios de salud en otra institución, 2010	10,433
Población sin acceso a servicios de salud, 2010	14,330
Población que no especificó su condición de derechohabiente, 2010	784
Población de 5 y más años que hablan lengua indígena, 2010	48
Población de 5 y más años que no hablan lengua indígena, 2010	29,228
Población de 5 y más años que no especificó si habla lengua indígena, 2010	169

Tabla No. 6 Servicios de salud y aspectos culturales. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Censo de población y vivienda 2010.

2.9 ASENTAMIENTOS HUMANOS

2.9.1 ESTRUCTURA POLITICA DEL MUNICIPIO

En este apartado se hablará de la organización política del municipio de La Huacana, incluyendo su cabecera municipal y los más importantes asentamientos

humanos identificados actualmente por poseer un sistema y estructura organizacional.

Se describen a continuación las doce localidades y sus características en el orden de la importancia que tienen por su masa poblacional, de mayor a menor:

- 1) **La Huacana.** Nivel Básico de Ciudad. Es la cabecera municipal las principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería y pesca. Se localiza a 161 Km. de la capital del estado, con una población de 9,110 habitantes (ver imagen 7).



Imagen 7. Entrada a la cabeza municipal carretera cuatro caminos.

- 2) **Zicuirán.** Nivel Concentración Rural. Cabecera de la Tenencia municipal con el mismo nombre. Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería y pesca. Se encuentra a 20 Km. de la cabecera municipal, con comunicación directa por carretera pavimentada. Tiene 2,620 habitantes, es la segunda localidad en cantidad de habitantes del municipio (ver imagen 8).



Imagen 8. Cortina de la presa de Zicuirán, autor Humberto Cortez Flores.

- 3) **El Chauz.** Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería y pesca. Se encuentra a 27 Km. de la cabecera municipal. Tiene una población de 2,215 habitantes, es la tercera localidad a nivel municipal, población perteneciente a la tenencia de Zicuirán con comunicación directa tanto con ésta como con la cabecera municipal por carretera pavimentada.

- 4) **Cupuán del Río.** Cabecera de la Tenencia Municipal con el mismo nombre. Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería y pesca. Se encuentra a 60 Km. de la cabecera municipal. Su población es de 1,590 habitantes, debido a su ubicación geográfica en el municipio y a la falta de una comunicación carretera directa guarda una relación indirecta con la cabecera municipal y mucho más directa con Nueva Italia (ver imagen 9).



Imagen 9. Capilla en la localidad de Cupuán del Río.

- 5) **Los Olivos.** Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería y pesca. Se encuentra a 40 Km. de la cabecera municipal. Su número de habitantes es de 642. Pertenece a la Tenencia de Cupuán del Río y al igual guarda una relación indirecta con la cabecera municipal y mucho más directa con Nueva Italia.
- 6) **Los Copales.** Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería y pesca. Se encuentra a 15 Km. de la cabecera municipal. Cuenta con 359 habitantes, mantiene una relación directa vía carretera pavimentada con La Huacana.

- 7) **Bellas Fuentes.** Sus principales actividades económicas son la pesca seguida por la ganadería. Se encuentra a 60 kms. de la cabecera municipal. Su número de habitantes es de 550, debido a su ubicación geográfica en el municipio y a la falta de una comunicación carretera directa guarda una relación indirecta con la cabecera municipal y mucho más directa con Nueva Italia, por encontrarse a un costado de la Autopista Morelia - Lázaro Cárdenas (ver imagen 10).



Imagen 10. Comunidad de Bellas Fuentes.

- 8) **Oropeo.** Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería y pesca. Se encuentra a 20 kms. de la cabecera municipal. Su número de habitantes es de 650, tiene una relación directa con la Huacana.
- 9) **La Manga De Cuimbo.** Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería. Se encuentra a 15Km. de la cabecera municipal. Su número de habitantes es de 750, tiene una relación directa con la Huacana.



- 10) El Ojo de Agua San Ignacio.** Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería. Se encuentra a 8 Km. de la cabecera municipal. Su número de habitantes es de 750, tiene una relación directa con la Huacana.
- 11) La Mata de Plátano.** Sus principales actividades económicas son la agricultura seguida por la ganadería. Se encuentra a 15Kms. de la cabecera municipal. Su número de habitantes es de 534, tiene una relación directa con La Huacana.
- 12) San Francisco de los Ranchos.** Sus principales actividades económicas son la pesca seguida por la ganadería. Se encuentra a 62 Km. De la cabecera municipal. Su número de habitantes es de 290, tiene una relación directa con la Huacana.



UNIDAD III

“LA NECESIDAD DE UNA RADIO COMUNITARIA”

3.1 DISEÑO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA TESIS

“PROYECTO: LA INSTALACIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA EN LA HUACANA, MICHOACÁN”

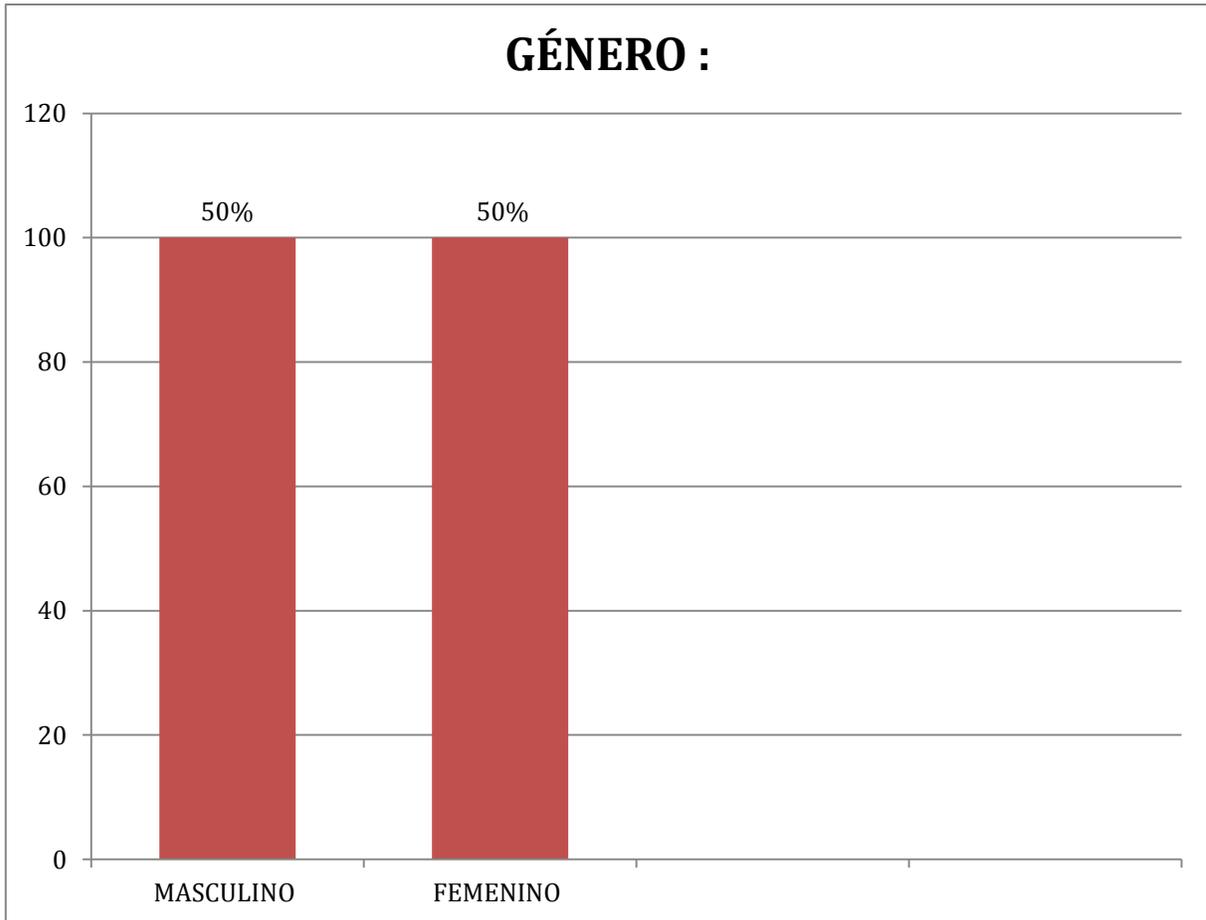
GÉNERO: MASCULINO ____ FEMENINO ____ EDAD: _____

Responde las siguientes preguntas rellenando el círculo que creas tiene la respuesta correcta.

1. ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN CREES QUE LA HUACANA NECESITA PARA ESTAR BIEN INFORMADO?
 RADIO TELEVISIÓN PRENSA
2. ¿CONOCES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN LOCAL?
 SI NO
3. ¿SABES CUÁL ES SU PROGRAMACIÓN?
 SI NO
4. ¿QUÉ TAN SEGUIDO LA VEZ?
 DIARIO CASI SIEMPRE NO TAN SEGUIDO NUNCA
5. ¿HÁS ECHUCHADO ALGUNA VEZ LA RADIO?
 SI NO
6. SI HUBIERA UNA RADIODIFUSORA EN LA HUACANA, ¿LA ESCUCHARÍAS?
 SI NO
7. ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMA TE GUSTARÍA ESCUCHAR?
 ENTERTENIMIENTO MÚSICA NOTICIAS DE TERROR CULTURAL RELIGIOSO
8. ¿CON QUÉ FRECUENCIA?
 DIARIO CADA TERCER DÍA UNA VEZ POR SEMANA NUNCA
9. ¿CÓMO DEBEN SER SUS PROGRAMAS?
 FÁCILES DE ENTENDER DIVERTIDOS ENTRETENIDOS LLENOS DE INFORMACIÓN CREATIVOS
10. UNA VEZ INSTALADA ¿SERÁ LA RADIO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO Y COMUNICACIÓN PARA LA HUACANA?
 SI NO
11. COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO ¿QUÁ FAVORECERÁ?
 EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN LA EXPRESIÓN DE IDEAS LA DIFUCIÓN DE INFORMACIÓN
12. ¿NECESITA LA HUACANA UN MEDIO DE COMUNICACIÓN COMO ESTE?
 SI NO
13. ¿POR QUÉ? _____
14. ¿CUÁL ES LA RAZÓN MÁS IMPORTANTE POR LA CUAL LA HUACANA ESTÁ NECESITADA DE UNA RADIO COMUNITARIA?
 NO TENEMOS UN MEDIO LOCAL ESTABLE
 NO ESTAMOS BIEN INFORMADOS DE LO QUE PASA A DIARIO EN LA POBLACIÓN
 NECESITAMOS CONOCER NUESTRA CULTURA
 NINGÚN OTRO MEDIO NOS MUESTRA LA DIVERSIDAD Y LA RIQUEZA DE NUESTROS DIFERENTES SECTORES SOCIALES.

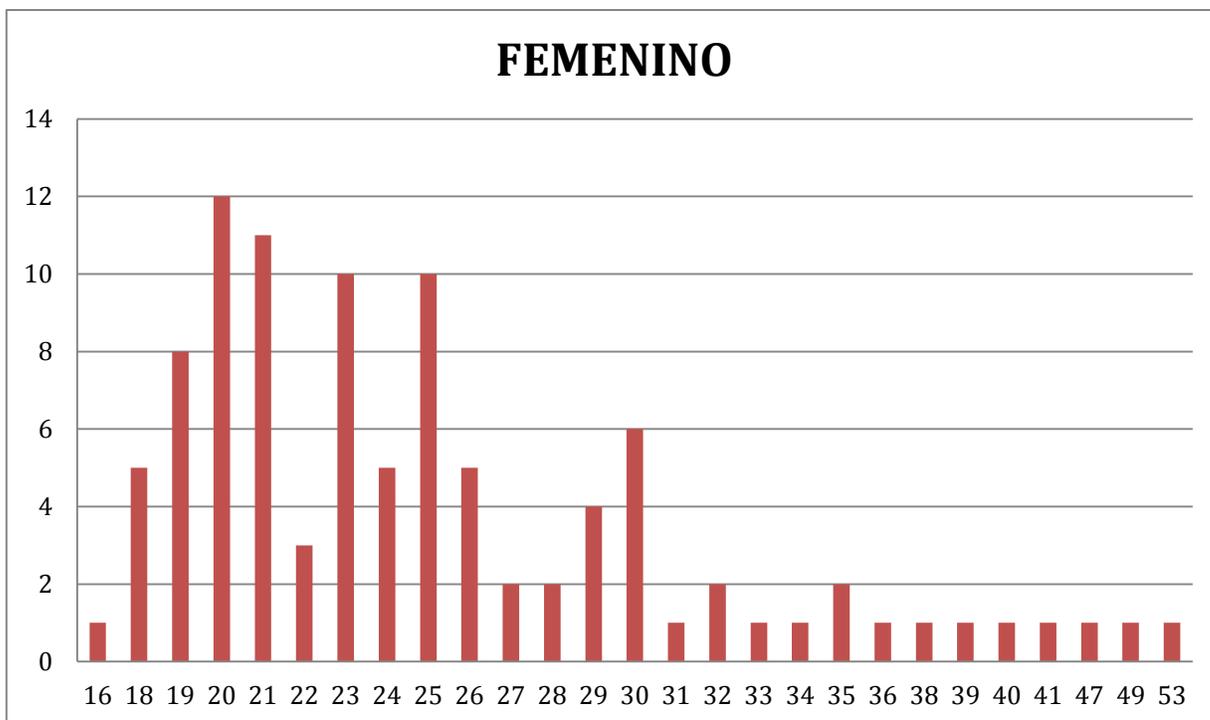
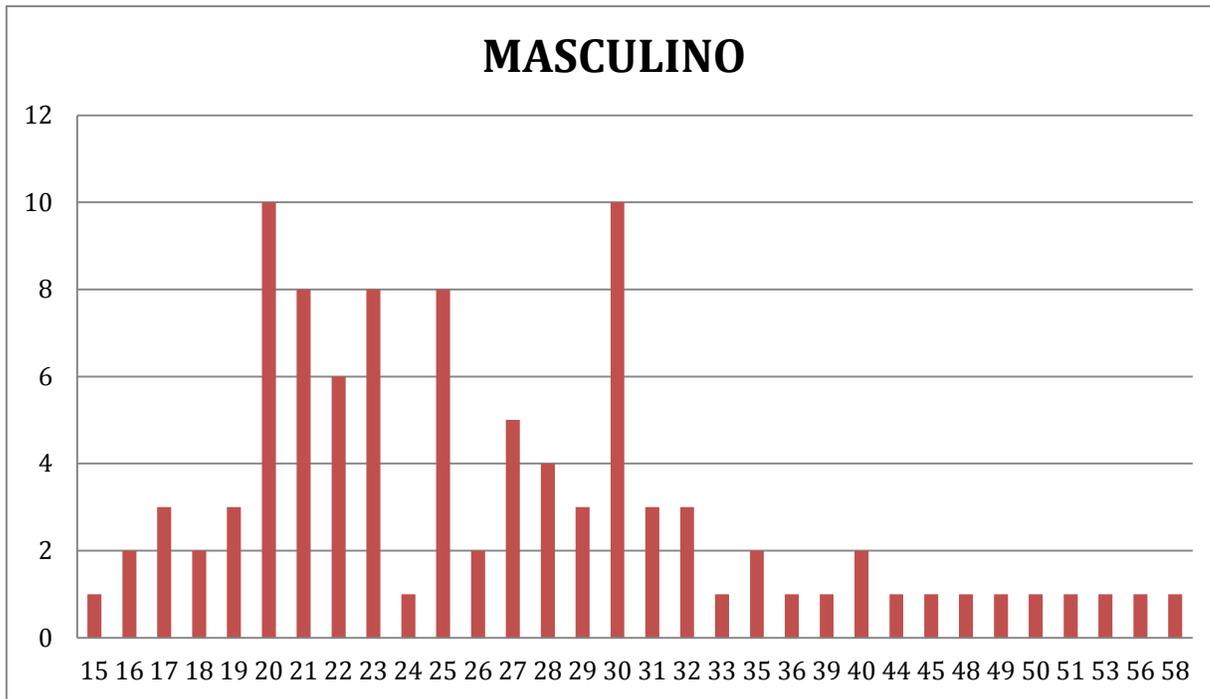


3.2 RESULTADOS DE ENCUESTAS



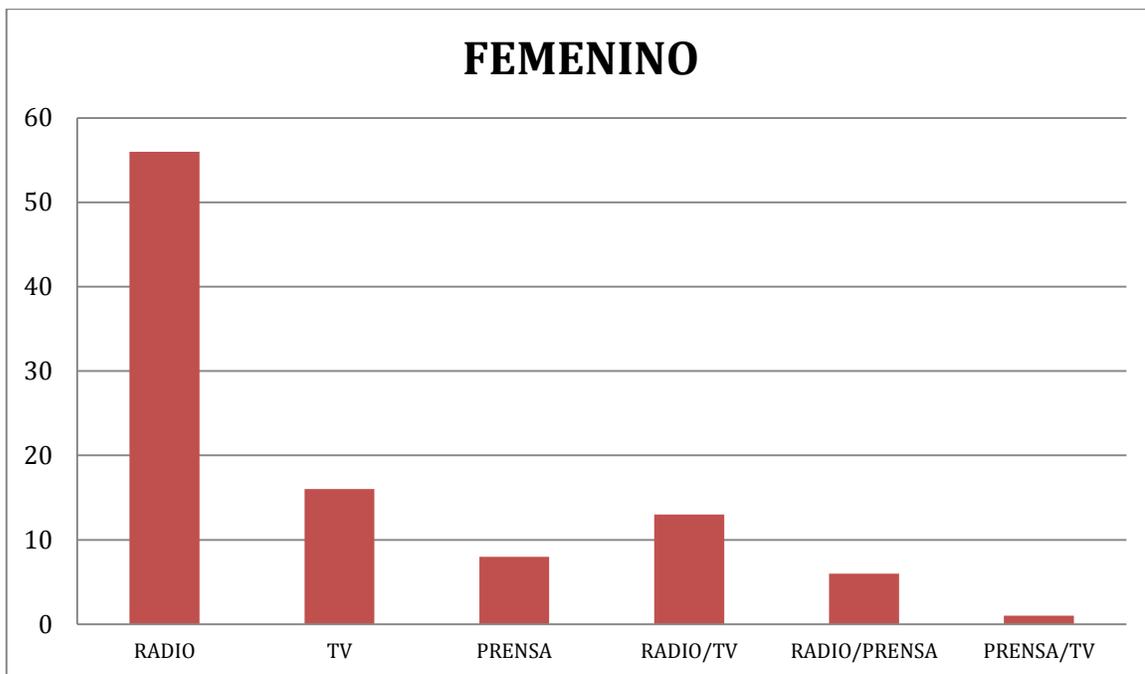
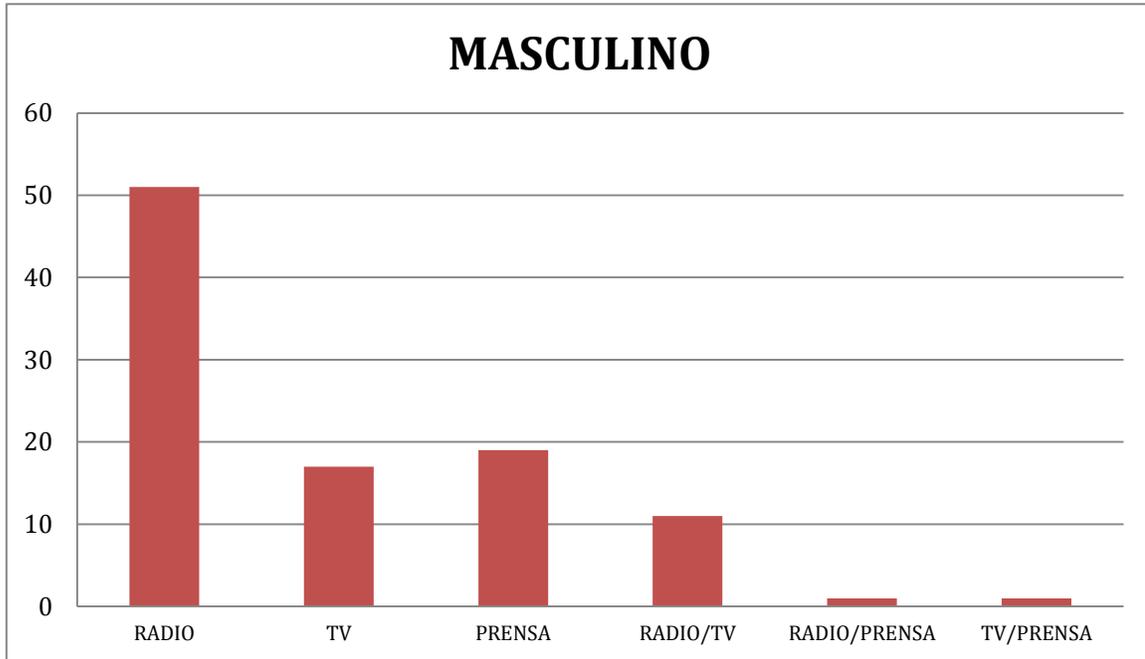


EDAD



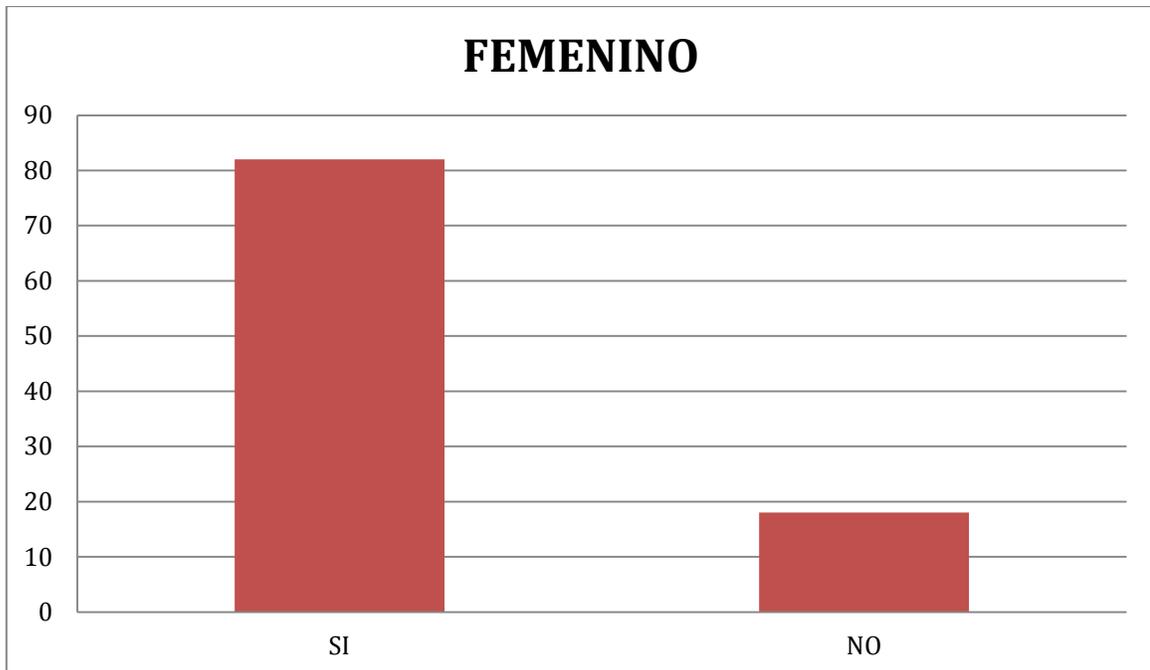
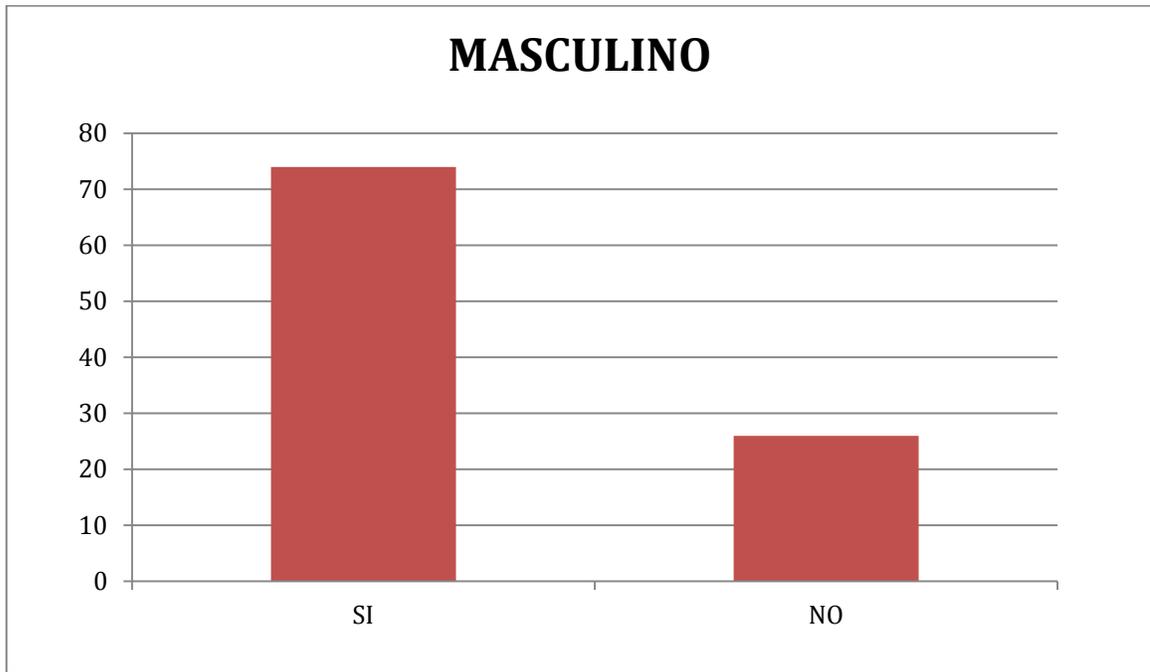


¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN CREES QUE LA HUACANA NECESITA PARA ESTAR BIEN INFORMADO?



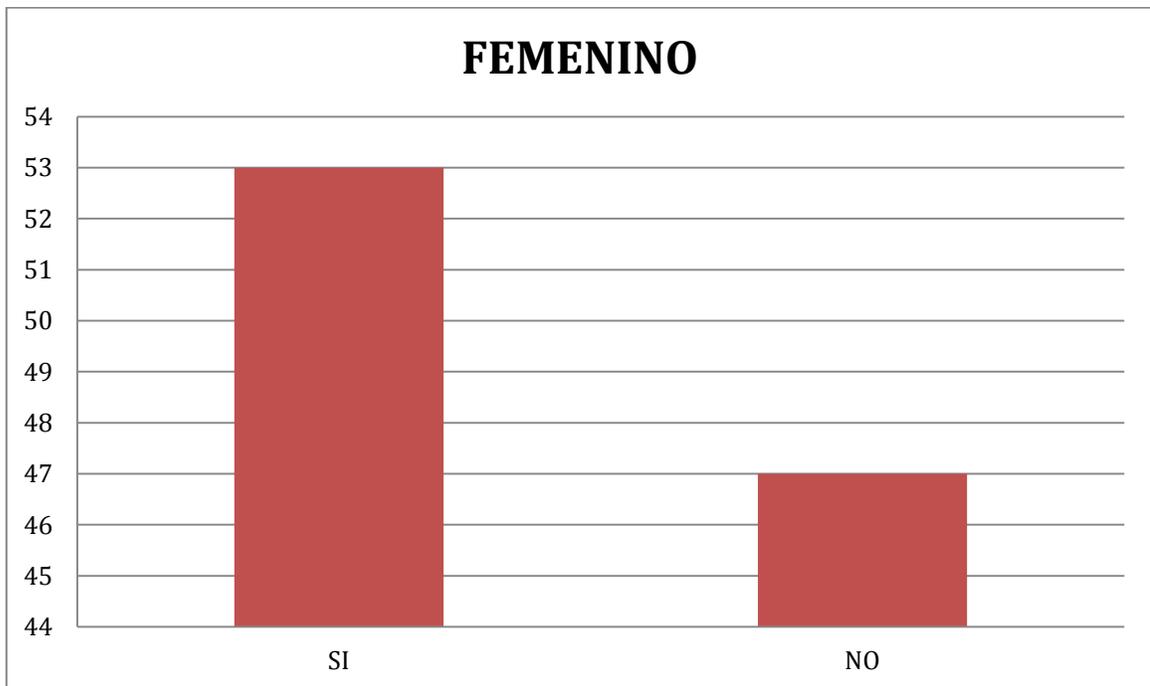
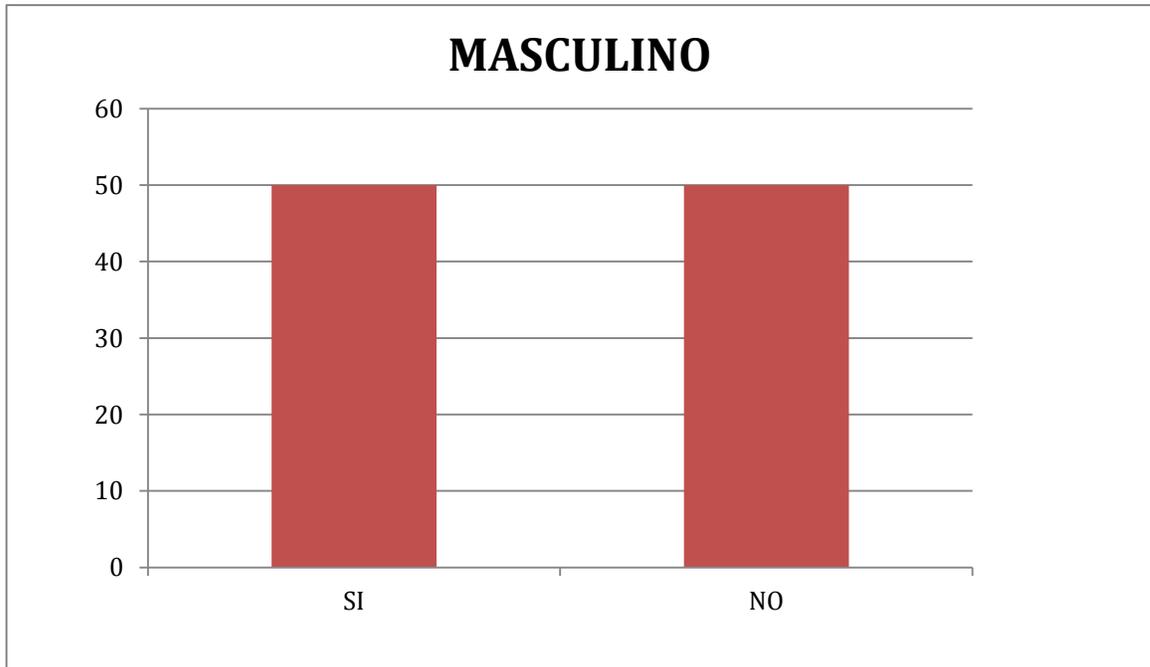


¿CONOCES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN LOCAL?



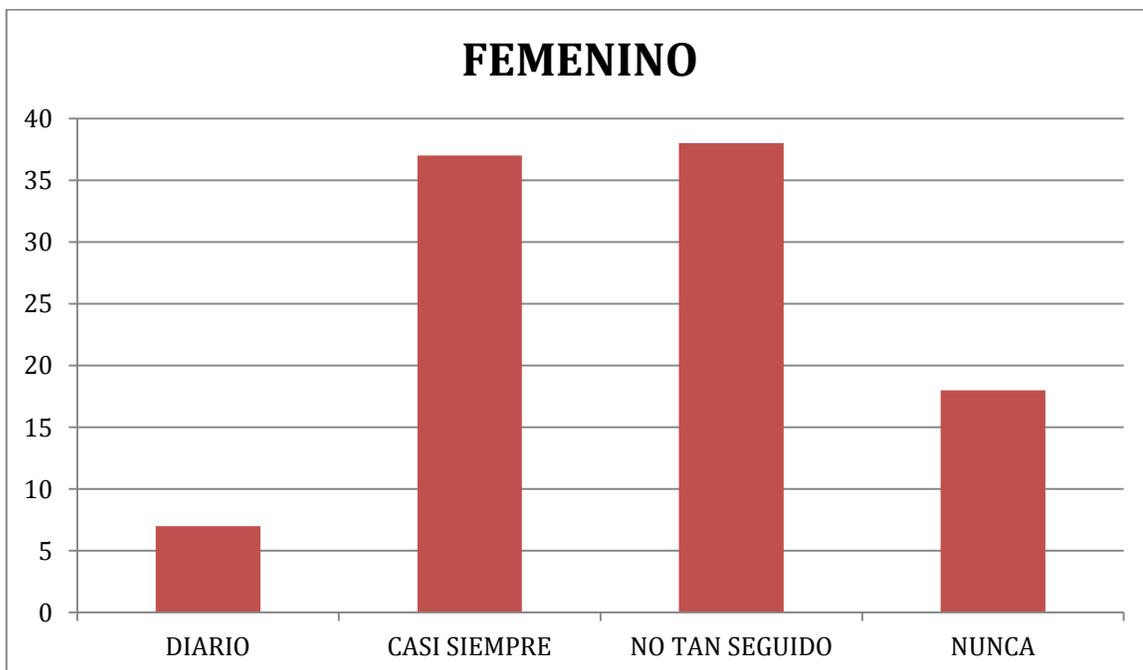
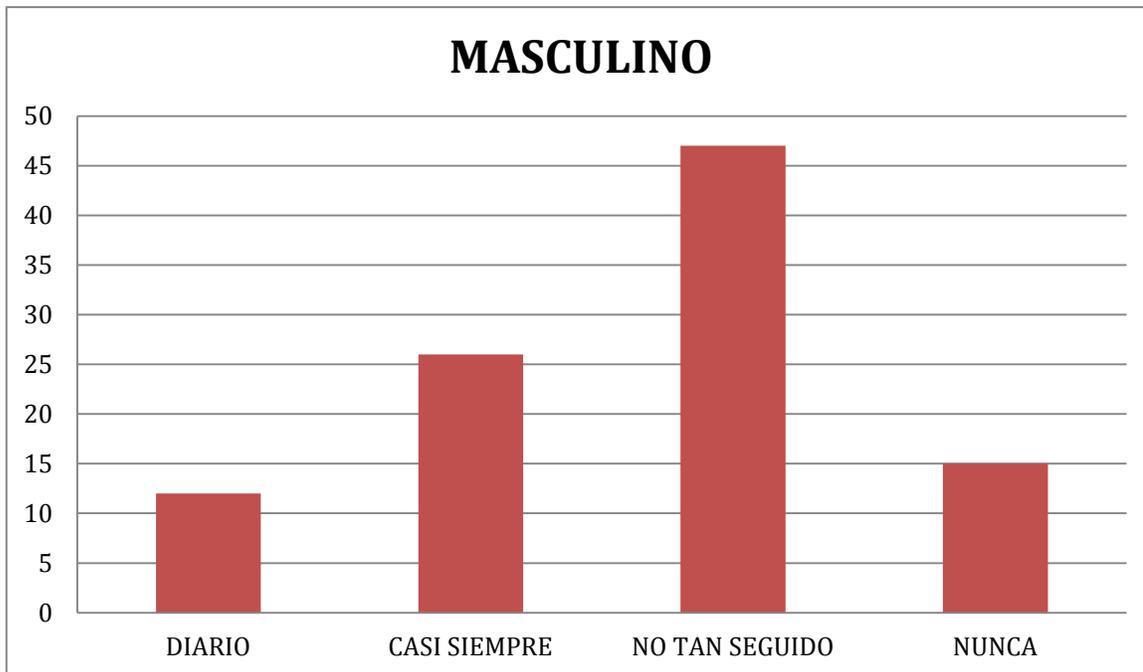


¿SABES CUÁL ES SU PROGRAMACIÓN?



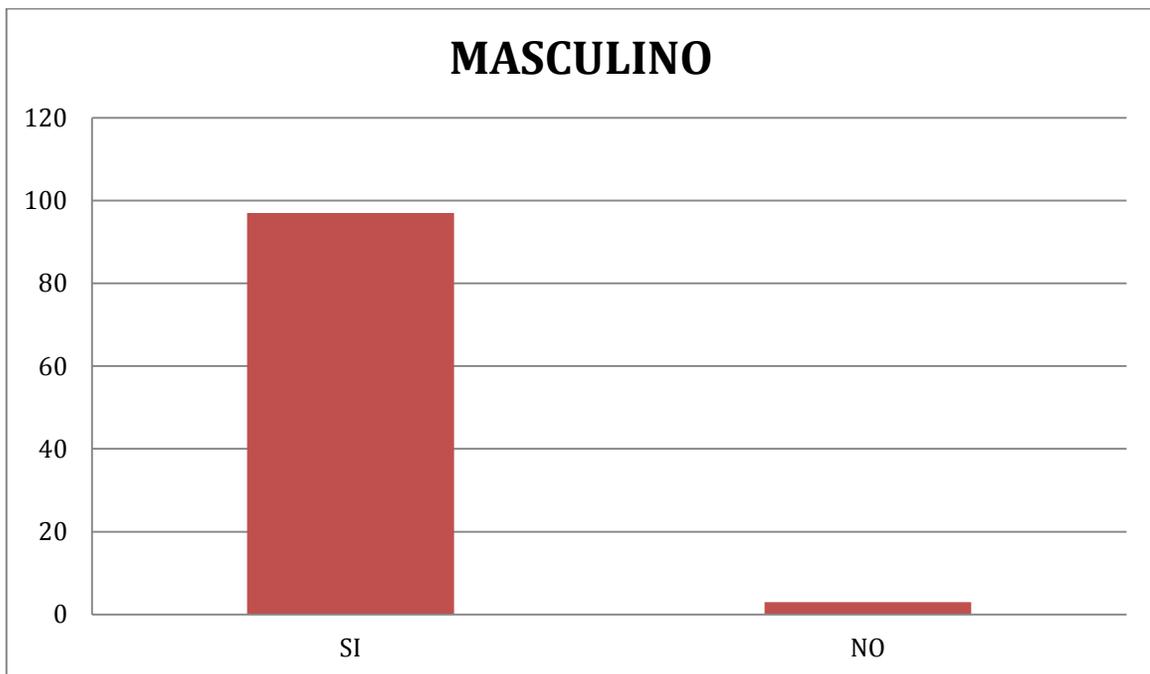
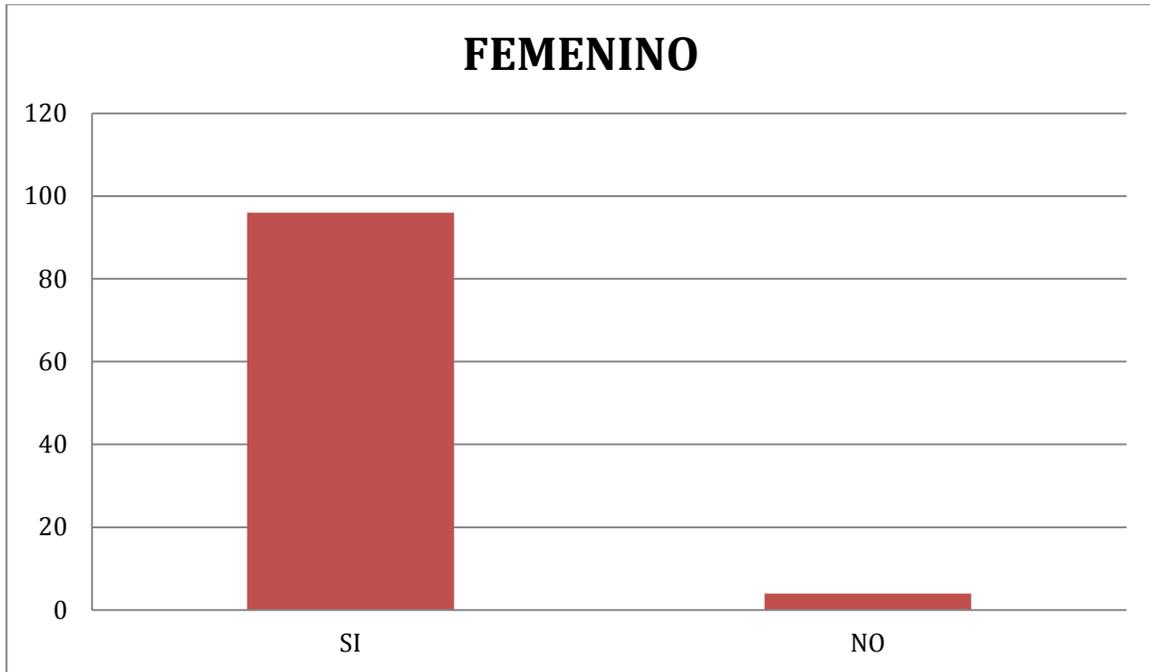


¿QUÉ TAN SEGUIDO LA VEZ?



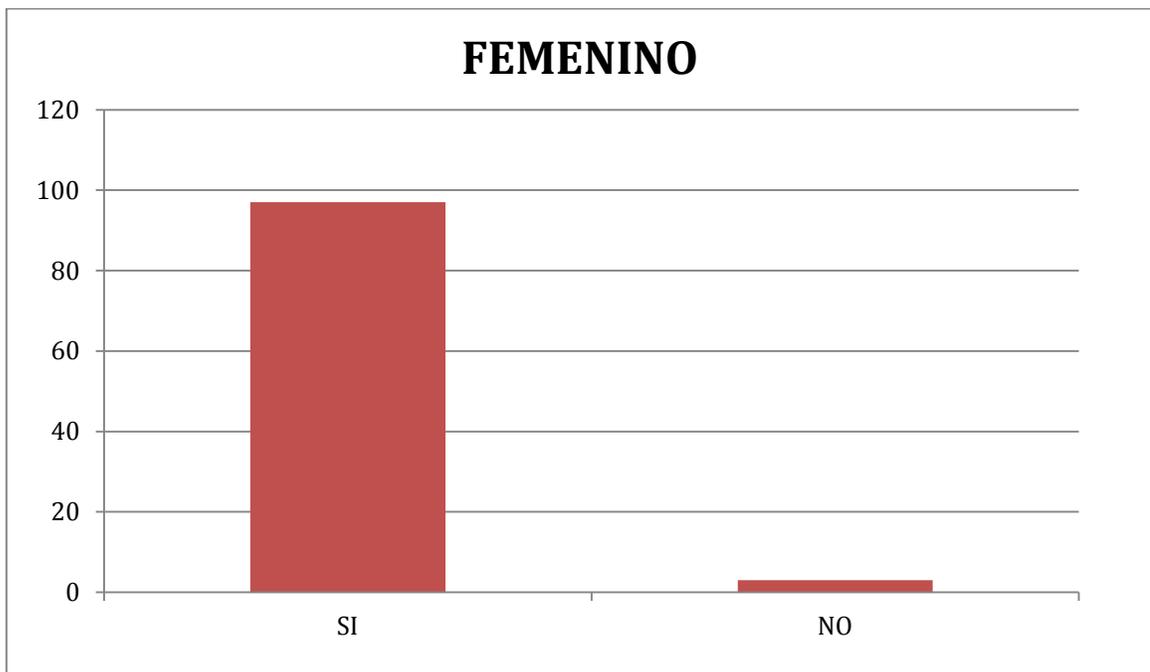
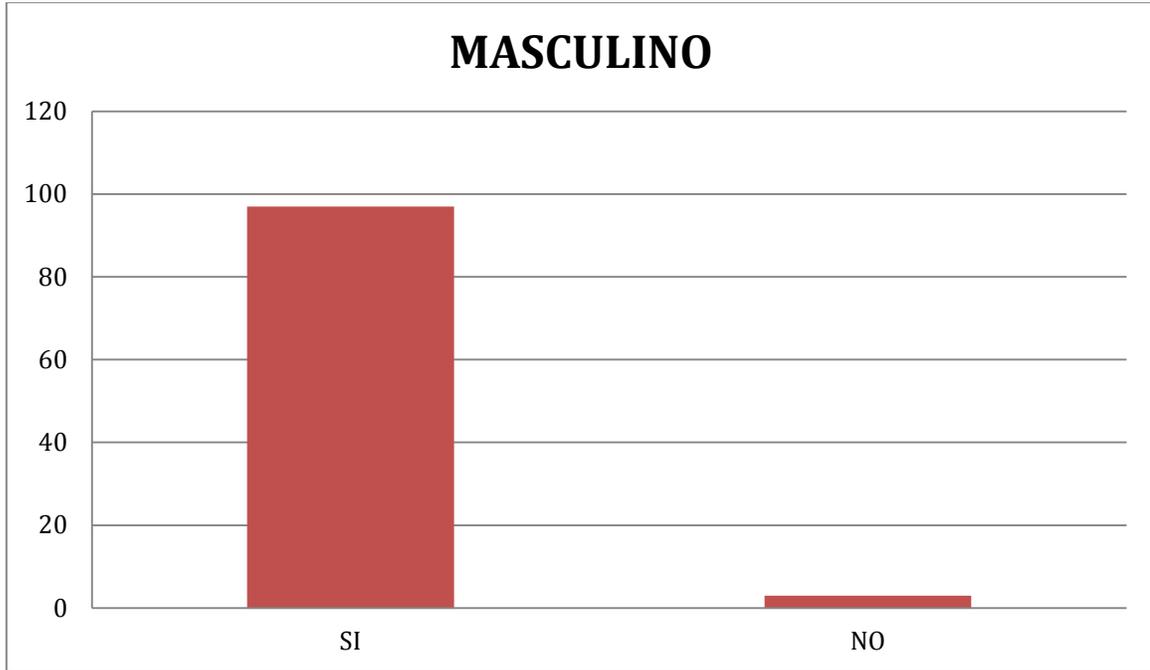


¿HAZ ESCUCHADO ALGUNA VEZ LA RADIO?



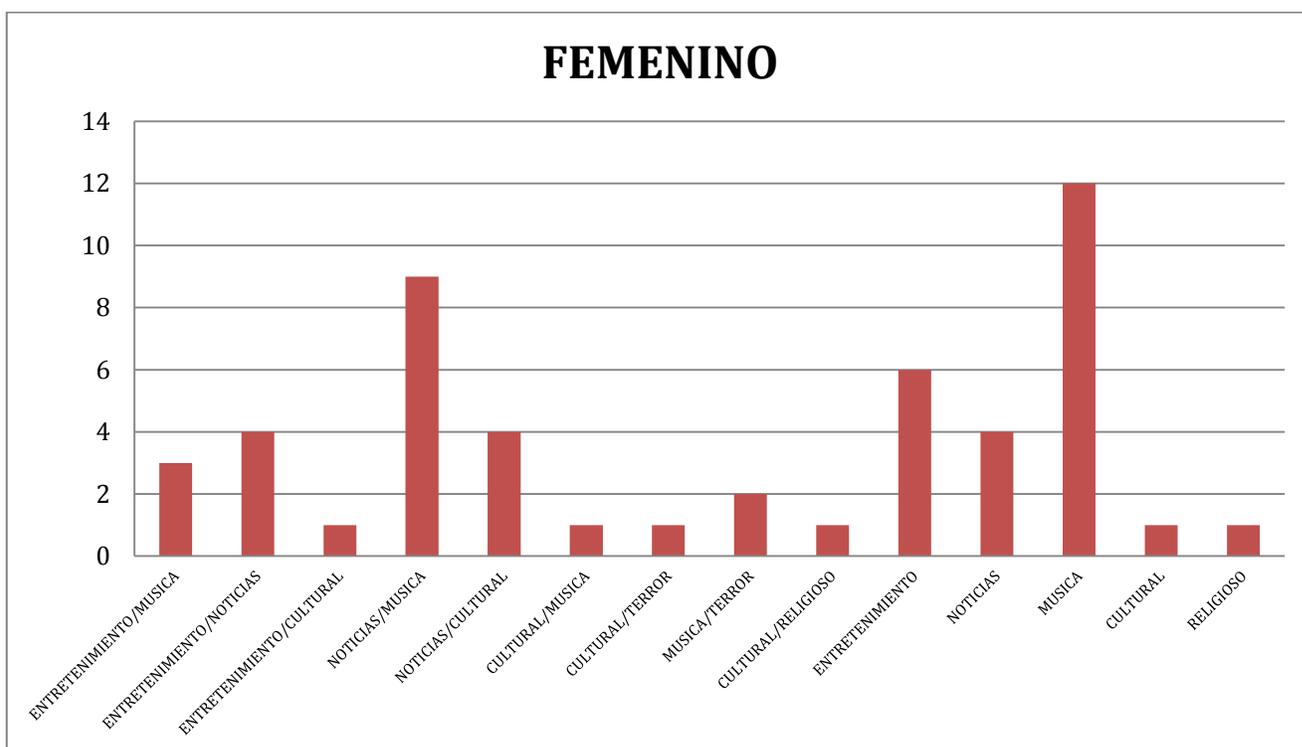
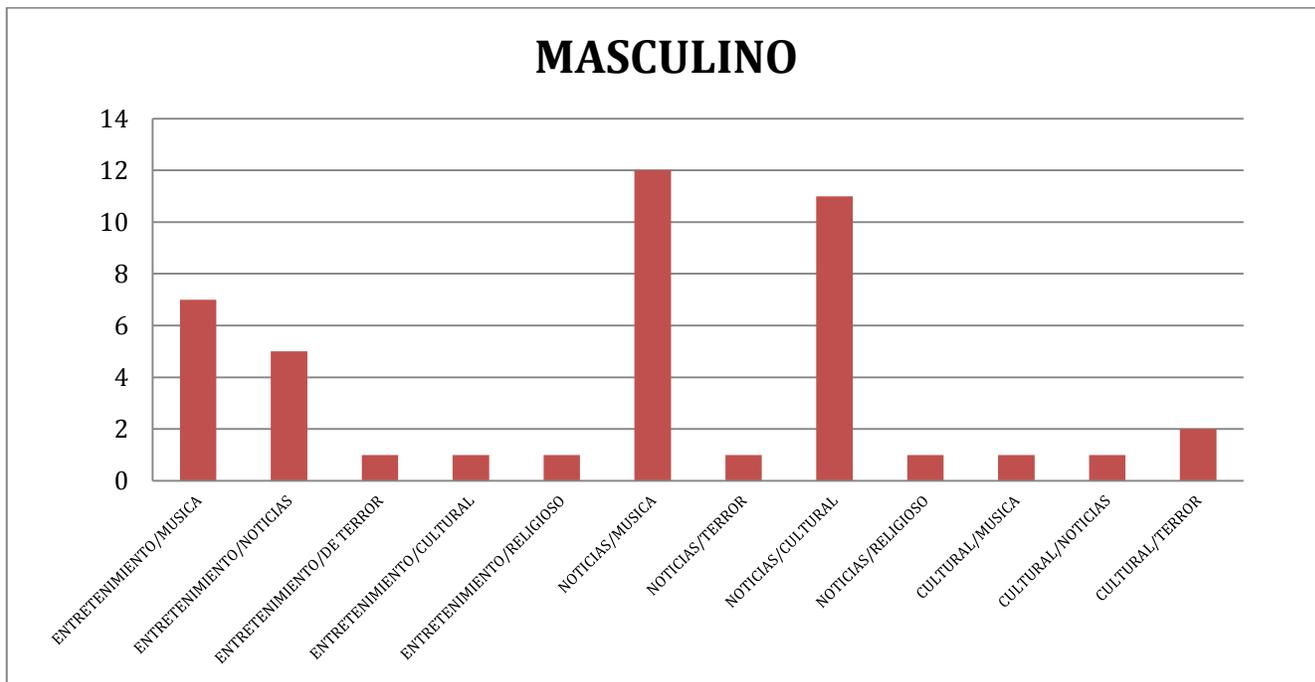


SI HUBIERA UNA RADIODIFUSORA EN LA HUACANA ¿LA ESCUCHARÍAS?



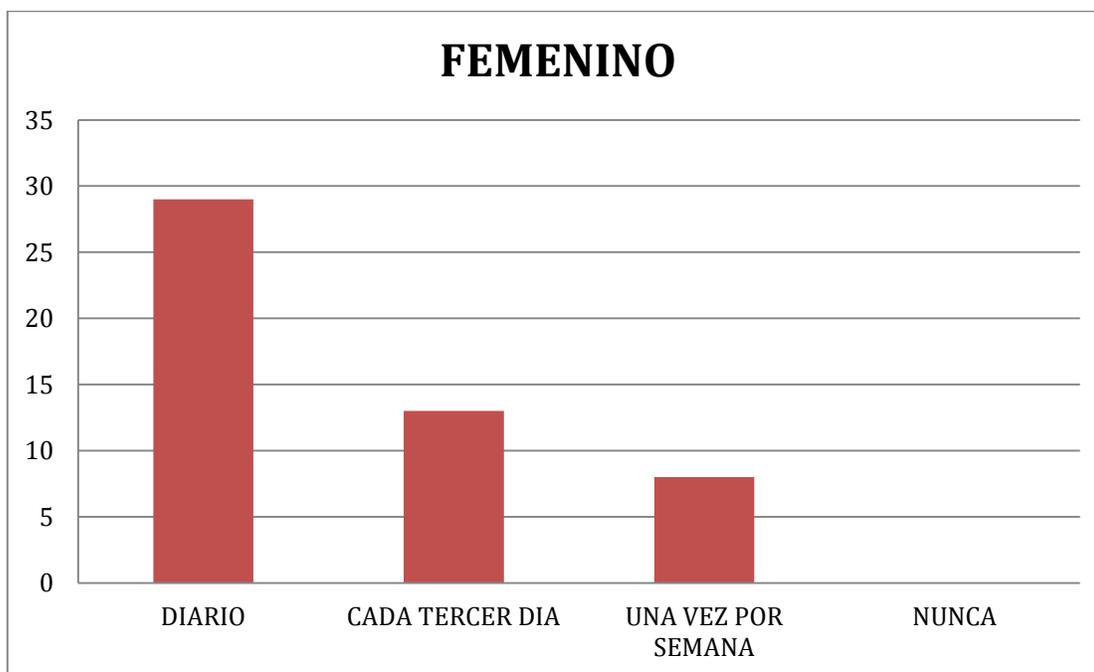
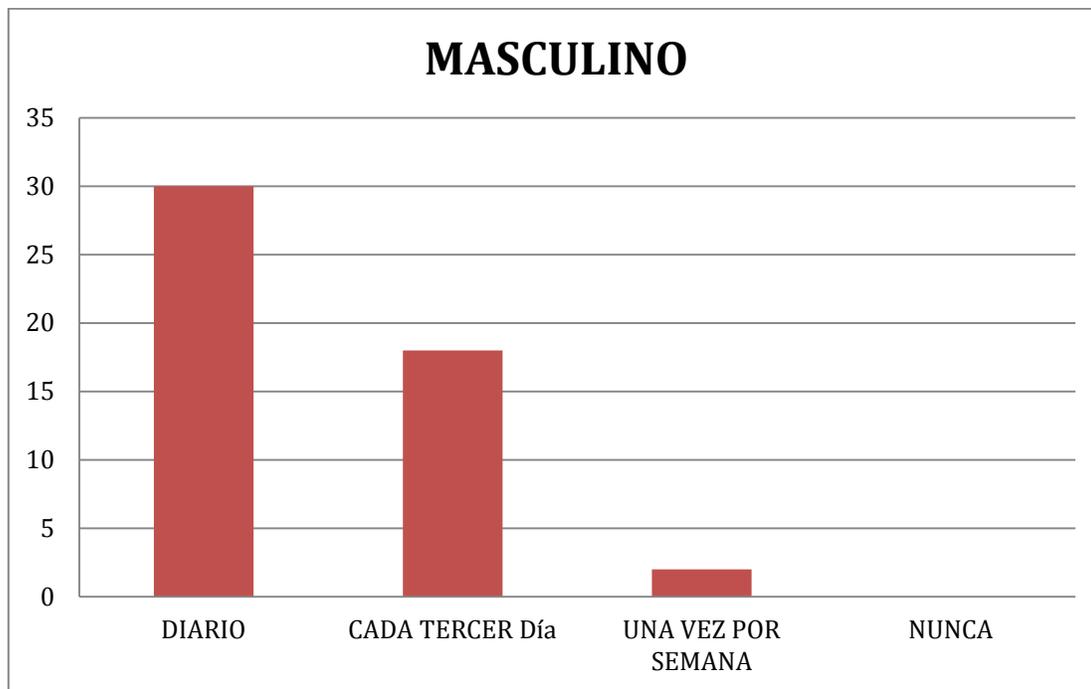


¿QUÉ TIPO DE PROGRAMA TE GUSTARÍA ESCUCHAR?



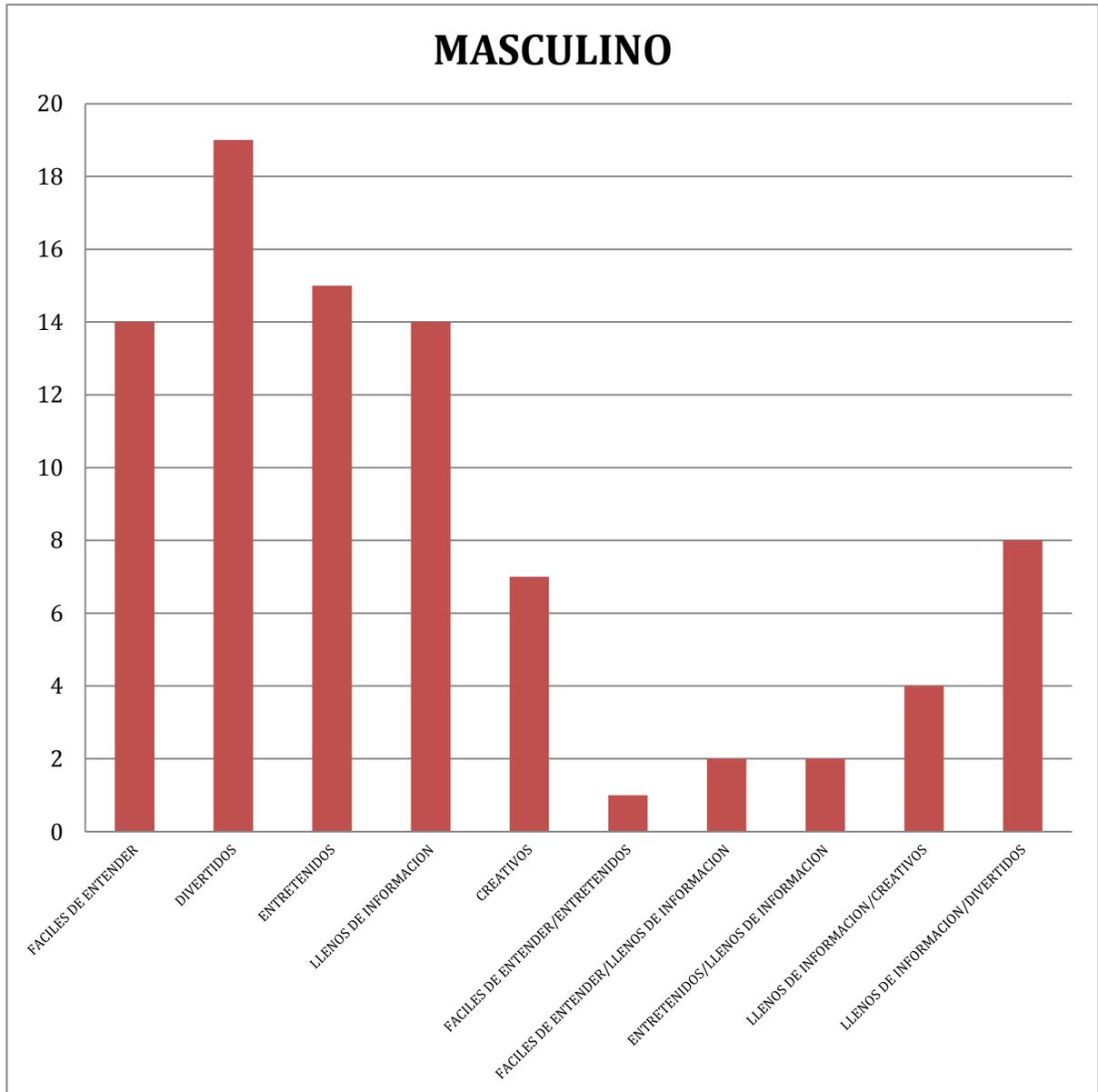


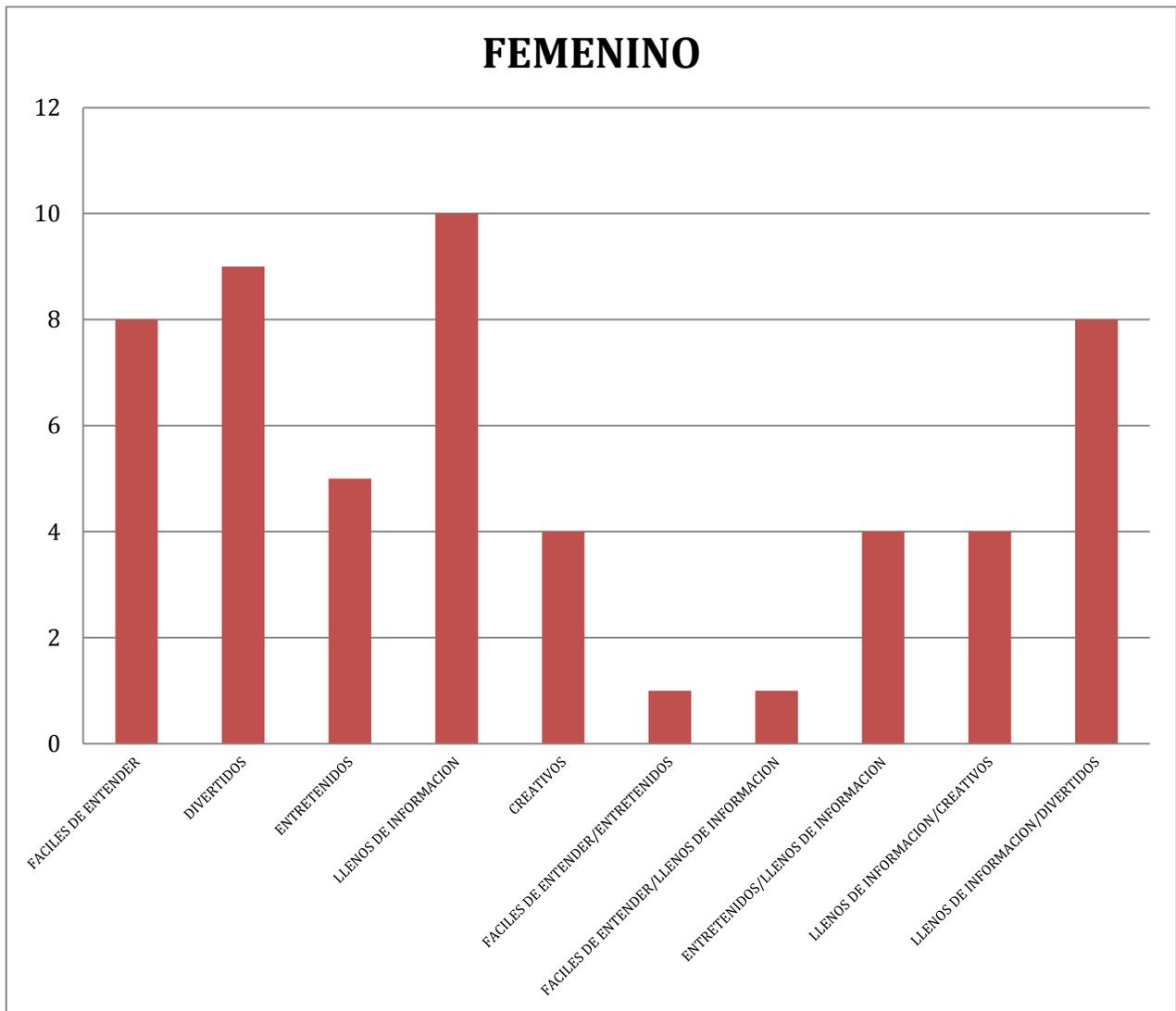
¿CON QUÉ FRECUENCIA?





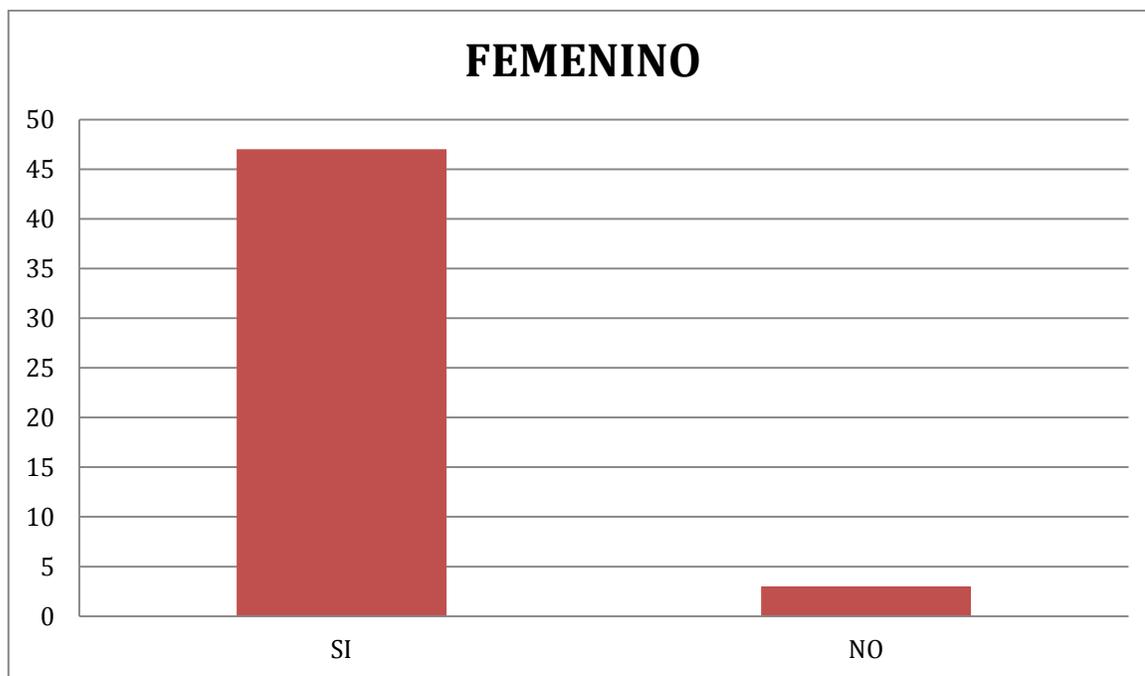
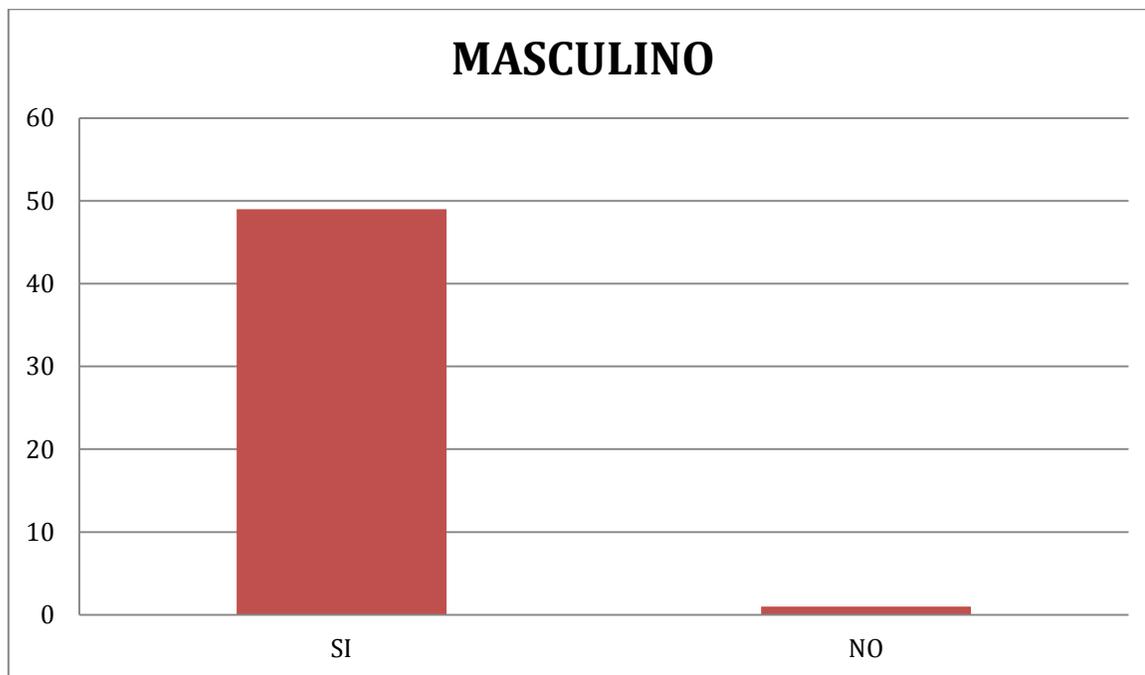
¿COMÓ TE PARECE QUE DEBAN SER SUS PROGRAMAS?





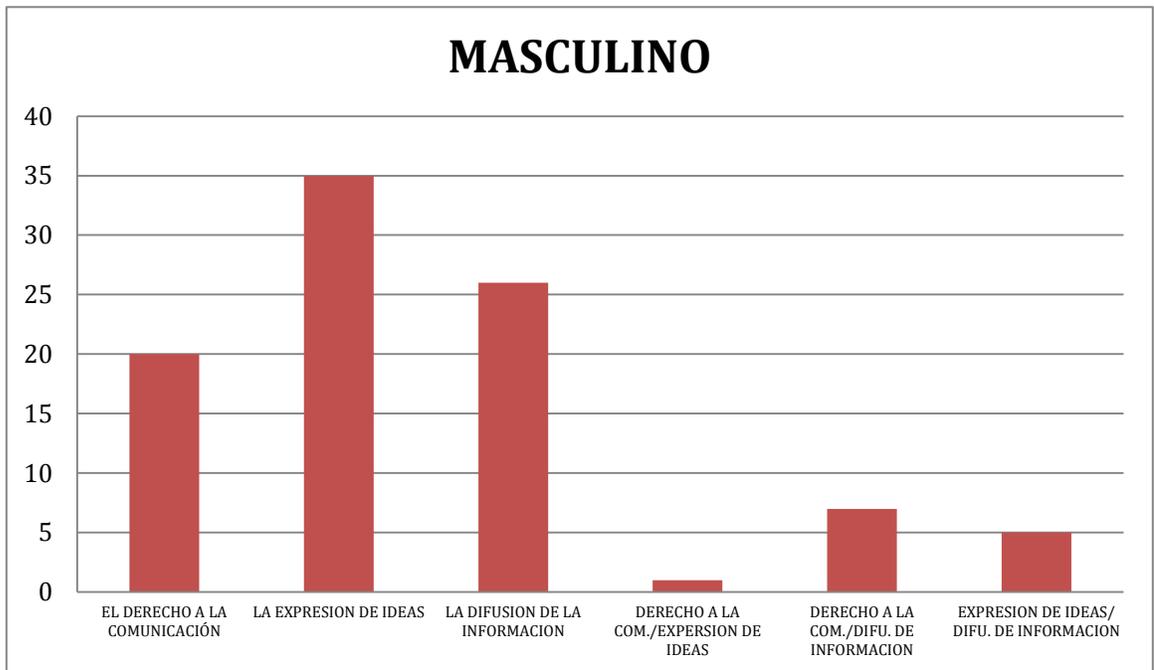
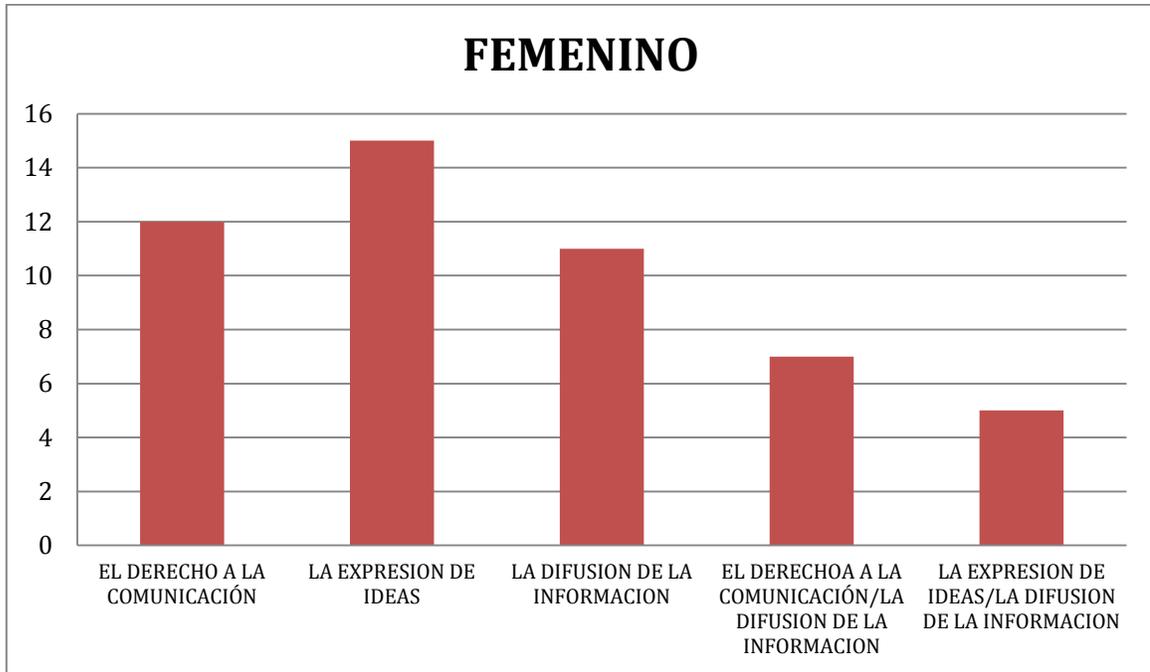


UNA VEZ INSTALADA ¿SERÁ LA RADIO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO Y COMUNICACIÓN PARA LA HUACANA?



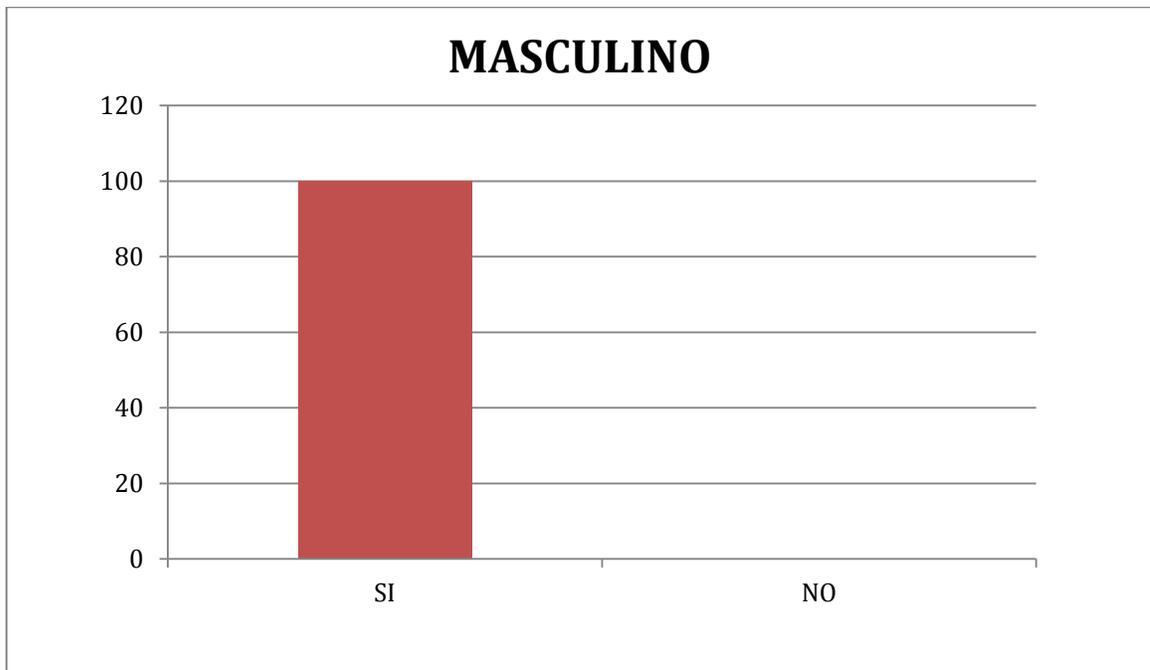
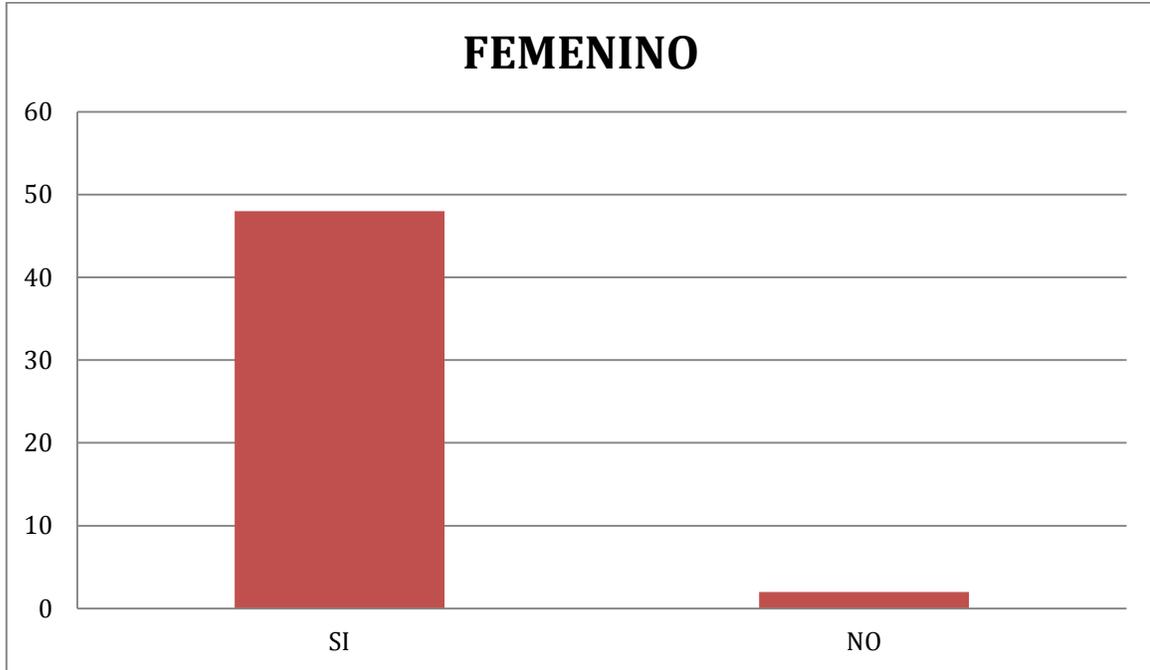


COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO, ¿QUÉ FAVORECERA?



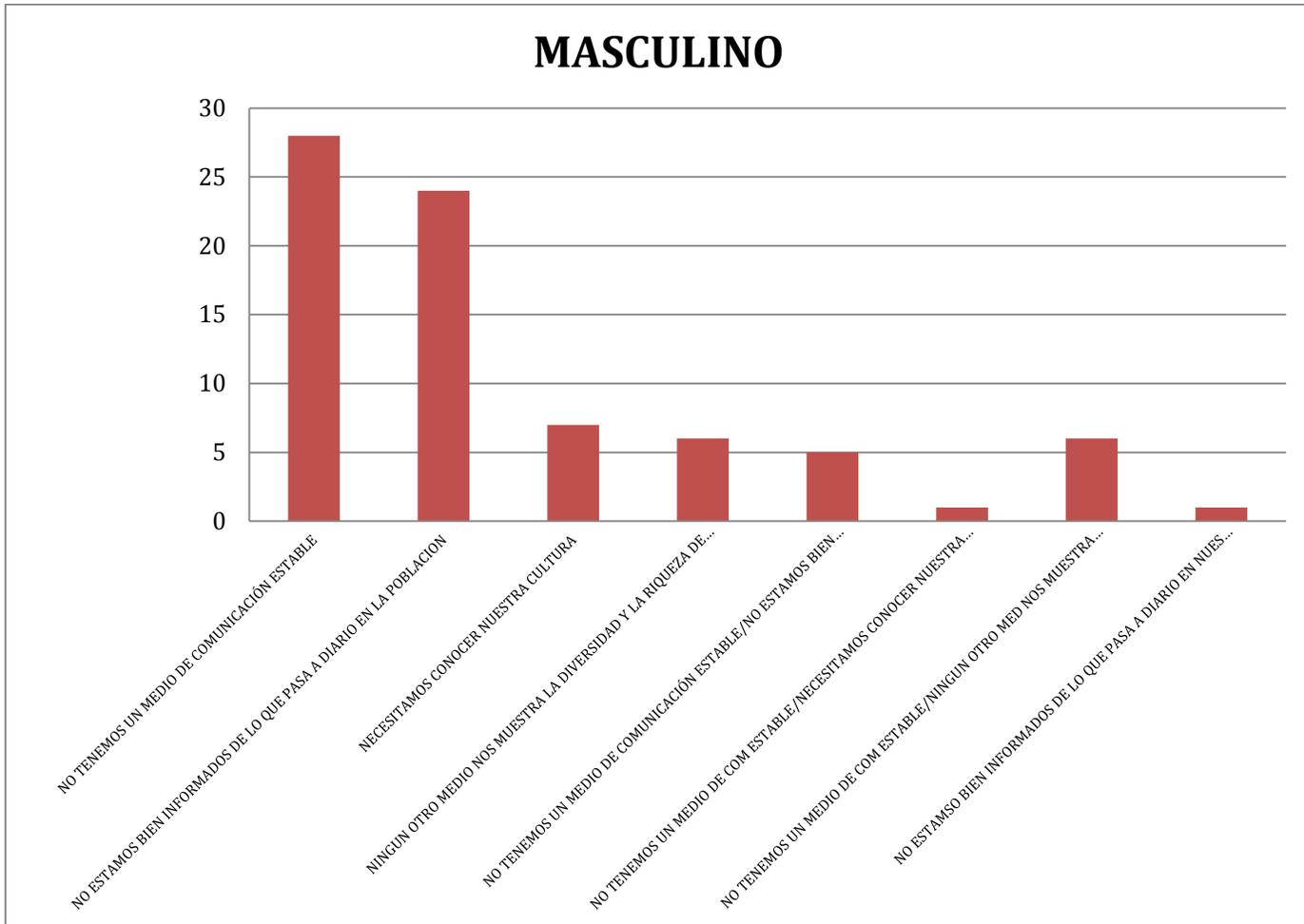


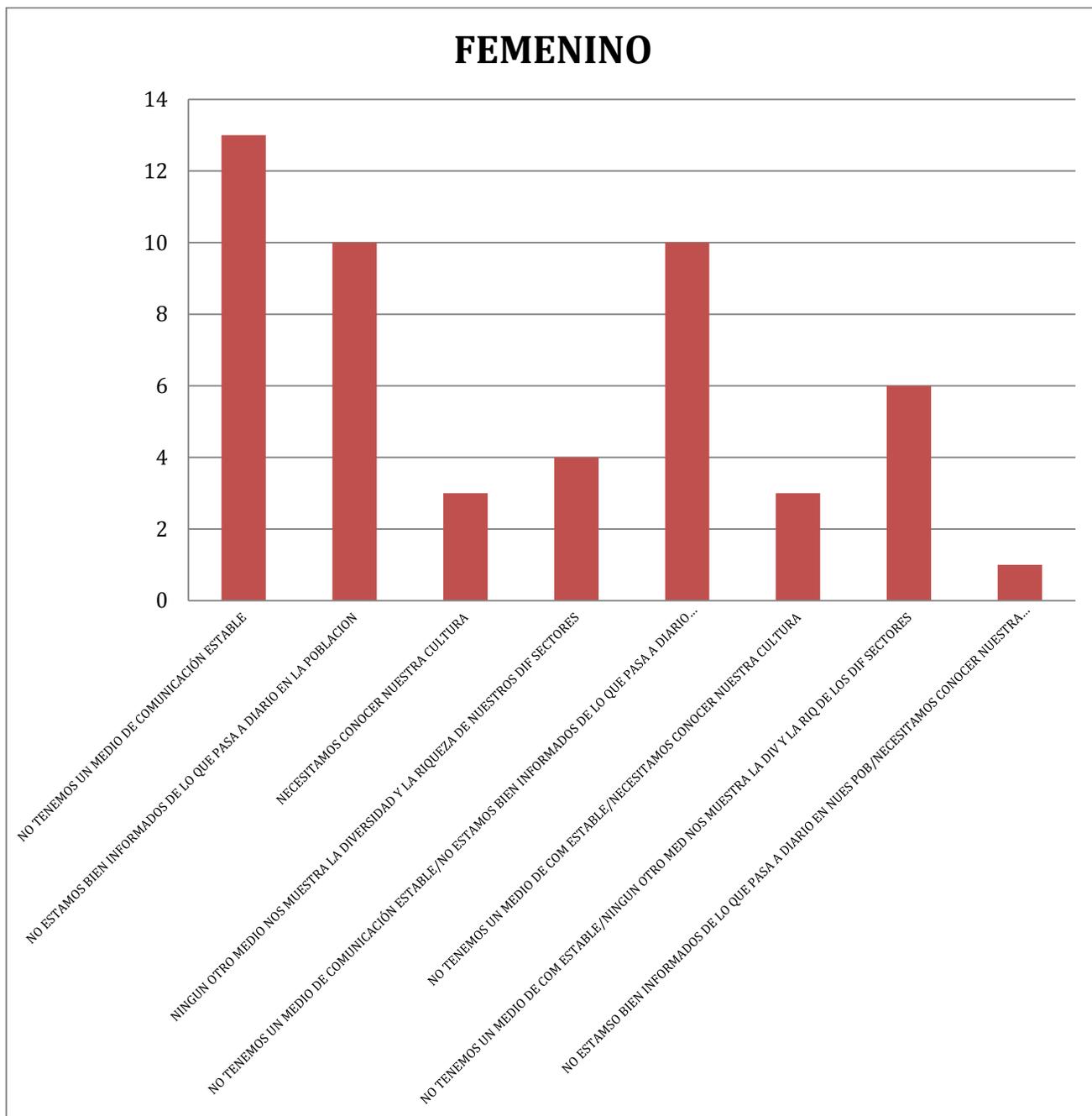
¿CRES QUÉ NECESITA LA HUACANA, MICHOACÁN UN MEDIO COMO ESTE?





¿CUÁL CREES QUE ES LA RAZÓN MÁS IMPORTANTE POR LO CUAL, LA HUACANA ESTA NECESITADA DE UNA RADIO COMUNITARIA?







3 .3 INTERPRETACIÓN

Una vez siendo aplicadas 200 encuestas, 100 al sexo femenino y 100 al sexo masculino de entre los 15 y los 60 años de edad, en un periodo de tres semanas comprendido del 06 al 20 de Mayo de 2013, podremos entonces interpretar los resultados de la siguiente manera:

Tanto en hombres como en mujeres se ha descubierto que la mayoría creen que es una necesidad la instalación de una radio en nuestra población a pesar de conocer el medio local y su programación pues según los resultados de las encuestas, la televisora local solo cubre su necesidad de entretenimiento y no la de información.

Más del 90% de los encuestados, tanto en hombres como en mujeres, han escuchado alguna vez la radio y han confirmado en igualdad de porcentajes que si existiera una radiodifusora en nuestra cabecera municipal escucharían su programación a diario, mientras que el porcentaje restante de encuestados no lo haría por no tener acceso.

La programación de nuestra estación dependerá por completo de los resultados, así que a continuación incluiré una lista con los posibles tipos de programas que necesitan en La Huacana, Michoacán para sentirse informados y entretenidos.

- Programas informativos: Este tipo de programas se definirán como un objetivo primordial, pues se busca dar una mirada sobre los hechos de la realidad, políticos, económicos, sociales y culturales del país, estado y municipio.



- Programas de entretenimiento:
 - a) Juveniles: Se abordarán temas orientados al público juvenil, practicas, adicciones, temas sobre sexualidad.
 - b) Deportivos: Se estructurarán en torno a la conversación y comentarios de la sociedad deportiva local.
 - c) Infantiles: Serán programas destinados a los niños, donde el entretenimiento se mezcle con objetivos educativos que acerquen al público infantil con el mundo de la radio.
 - d) De desarrollo personal: Programas relativos al crecimiento personal con temas espirituales.
 - e) De terror: Relatos e historias del pueblo, no reales ya conocidas o por conocer, historias que nuestro público envíe para contar.

- Programas Culturales: Se definirán como programas que tienen por objetivo dar a conocer como es la vida diaria en La Huacana, que música se origina ahí, la comida típica de la región, nuestros usos y nuestras costumbres, las principales fiestas y los eventos próximos (encuentros deportivos, educativos, campañas de salud, etc.)
 - a) Programas de género: Con este tipo de programas se buscará revitalizar a nivel comunitario temas que por lo general están escondidos como la violencia intrafamiliar, la discriminación, nuestros derechos, de salud y discapacidades, etc.
 - b) Religiosos: se dará a conocer los diferentes tipos de religión que se profesan en todo el municipio.
 - c) De orientación familiar: Buscando contenidos que mejoren las relaciones sociales y familiares.
 - d) De salud: Estos serán programas que se caractericen por presentar temas relacionados con la dimensión de la salud de las personas y



mejorar la calidad de vida de la comunidad en estos temas, su promoción y prevención de enfermedades.

Se hará una programación entretenida, con programas fáciles de entender, lenguaje rico y ágil, llenos de creatividad y veracidad.

Según los resultados en la encuestas tanto la comunidad femenina como la masculina, arriba del 50% creen que una vez instalada la radio será una alternativa de desarrollo y comunicación para La Huacana.

Pues favorecerá según los encuestados el derecho que tenemos a la comunicación, a la expresión de ideas y a la total difusión de la información.

La necesidad de un medio como este para nuestro municipio es cada vez más grande pues no cuenta con ningún medio local estable que mantenga a la población al tanto de lo que se vive a diario y acontece ahí mismo y a los alrededores.

Según los resultados, se muestra claramente que necesitan un medio de comunicación que les muestre lo rico de su cultura, sus tradiciones y las diferentes actividades que realiza la diversidad de sectores con la que cuentan.

3.4 ¿POR QUÉ LA HUACANA MICHOACÁN NECESITA UNA RADIO COMUNITARIA?

En su Informe Anual 2002, la Oficina del Relator Especial para la Libertad de Expresión, que preside el doctor Eduardo Bertoni, de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), señala que *"las radios llamadas comunitarias, educativas, participativas, rurales, insurgentes, interactivas, alternativas y ciudadanas son, en muchos casos; y cuando actúan en el marco de la legalidad, las que ocupan los espacios que dejan los medios masivos, se erigen como medios que canalizan la expresión donde los integrantes del sector pobre suele*



tener mayores oportunidades de acceso y participación en relación con las posibilidades que pudieran tener en los medios tradicionales".

Las radios comunitarias, dice el informe, "responden en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores muchas veces relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil. La necesidad creciente de información de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho de comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información hace imperante la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo".

El tema de las radios comunitarias está directamente relacionado con el ejercicio de los derechos humanos y la libertad de expresión, sin buscar protagonismos ni enriquecimiento de diferentes grupos o intereses sino que es y ha sido la búsqueda para que la libertad de expresión quede arraigada en las bases ciudadanas, en la democracia.

En esta investigación se evidencian las razones por las cuales un municipio como La Huacana, donde la cultura, las raíces, las tradiciones y sobre todo su democracia, se encuentran libremente expresadas entre la población pero, sin ningún tipo de difusión que logre enriquecer y fortalecer al municipio para propiciar su desarrollo. Las razones, en forma de viñetas se describen a continuación.

- La libertad de expresión y el derecho a la información reconocen y conceden el derecho a todo ser humano a expresar sus opiniones, sus pensamientos, sus deseos, sus intenciones, sin que nadie lo impida, lo persiga, o se castigue por ello. Cuando se limita la libertad de expresión de una persona, no sólo es el derecho de ese individuo el que está siendo violado, sino también el derecho de los demás a recibir información e ideas diversas y plurales. Con la ausencia de un medio de comunicación que



mantenga informada a la población del municipio, no se cumple con el derecho a ser informado.

- La Huacana, Michoacán no cuenta con un medio que logre ser un espacio donde se pueda debatir abiertamente lo que le preocupa como comunidad o sociedad.
- El ejercicio ciudadano se ha contraído, no toma posturas frente a realidades concretas donde ser ciudadano conlleva el ejercicio de los derechos civiles, políticos y sociales.
- La Huacana, Michoacán no cuenta con un medio específico que logre fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas, poner al escrutinio de la población aquello que tiene un impacto sobre lo público y que afecta la vida de sus habitantes.
- Necesita un Radio Comunitaria porque no está reivindicada socialmente por sectores.
- Más allá de las anécdotas locales, lo que se quiere poner de relieve es la capacidad de un medio de abrir espacios para la construcción de consensos, para la convivencia social y el fortalecimiento del ejercicio democrático del diálogo.
- La necesidad de desarrollar habilidades comunicativas y del proceso de valoración como sujeto cultural está presente en todas las sociedades o grupos sociales.
- La población necesita un medio como este para impulsar el desarrollo de proyectos para la incidencia en políticas sociales locales, mismas que



deben ser asumidas por autoridades municipales e instituciones estatales y federales.

- Hablar de las necesidades que tiene La Huacana, Michoacán de un medio de comunicación como lo es la radio comunitaria implica muchas veces referirse a una postura política, a un proyecto social que quiere transformar su realidad y participar en el diseño social de la propia comunidad sin embargo, en general se sabe poco del quehacer de este medio y se tiende a pensar más en un esquema que llena carencias de comunicación, eso también lo hace, pero no se queda ahí, mejor, establece propuestas de cambio.
- Sus objetivos son distintos y atienden sectores de la población y regiones donde las estaciones comerciales no llegan.



UNIDAD IV
**“PROYECTO: LA INTALCIÓN DE UNA RADIO COMUNITARIA EN
LA HUACANA, MICHOACÁN.”**

4.1 UNA RADIO COMUNITARIA EN LA HUACANA

Los mexicanos estamos conscientes de que los medios de comunicación en nuestro país han excluido al México real de sus pantallas, de sus bocinas y de sus páginas. Lo que vemos en la televisión, lo que escuchamos en la radio y lo que leemos en periódicos y revistas, en la mayoría de las veces, dejan a un lado nuestra realidad.

Actualmente, la mayoría de los medios de comunicación tiene tendencia hacia el mundo de la espectacularidad, del alto impacto; todo tiene que ser llamativo, glamoroso o sangriento, siendo el número de espectadores atrapados lo que cuenta y no la calidad o la utilidad de los mensajes, no el servicio al público.

Se tiene como meta solamente en la ganancia que los consumidores puedan reportar a los propietarios para adquirir poder económico y político; ni por equivocación se piensa en el beneficio de los pueblos. Naturalmente hay excepciones, pero son sólo eso, excepciones.

Dentro de este contexto y por todas partes de nuestro país, como si se tratara de la planta sagrada del maíz, se han ido sembrando radiodifusoras comunitarias; algunas cuantas han resultado transgénicas y no se sabe aún cuánto daño puedan causar; otras han resultado híbridas y, si al principio sus frutos fueron abundantes, se agotaron rápidamente y cayeron en inercias autocomplacientes;



pero muchas otras radiodifusoras comunitarias, resultado de la iniciativa y sabiduría locales, han crecido como el maíz criollo y le son de utilidad a los pueblos que se encuentran bajo su sombra y cobertura. Son radiodifusoras sabrosas, nutritivas, que de verdad alimentan, como el maíz, que acompaña a las personas a lo largo de sus vidas (<http://www.periodicopcion.net/article128897.html>), consultado en Diciembre de 2012.

Se agregan a continuación algunos de los razonamientos que soportan la intención de la creación de una radio comunitaria y en especial una radio comunitaria en el municipio de La Huacana, Michoacán.

Hay quienes piensan que para instalar una radio comunitaria se requiere únicamente un glosario de buenas intenciones o la sola buena voluntad de sus impulsores, indudablemente eso será un buen principio, sin embargo, no basta.

Es condición indispensable contar con un tejido social consciente de la necesidad de contrapesos frente a los poderes, de construir espacios de diálogo entre iguales, algo que no es fácil en países con gran tradición de autoritarismo, corrupción y violencia institucional sistemática, donde se pretende, y a veces se logra, hacer creer que el mundo es así, afortunadamente cada vez más, existen grupos en proceso de empoderamiento y de conciencia social y política que se plantean que más bien, el mundo lo hemos hecho así, y aspiran a cambiarlo.

Una radio comunitaria no se alía con un poder local autoritario, lo cuestiona y hace pública su forma de gobierno, es decir, ubica en la esfera de lo público lo que circula como secreto a voces y la gente sabe por experiencia propia, para intentar transformar su realidad, nombra públicamente y de otras maneras las cosas conocidas, hace evidentes hechos ocultos y les da nuevos significados. Incluye el propósito de modificar el orden de los poderes y con ello la vida cotidiana, las relaciones, los roles y los estatutos de mujeres y hombres de la comunidad que asumen nuevas formas de relación para cambiar su situación.



Evidentemente que con ello, se genera tensión y malestar entre las personas e instituciones conservadoras y rígidas, que no pretenden modificar la serie de privilegios que les favorecen o bien, los que desde su alejamiento a la comunidad, pretenden vivir cómodamente instalados en la rutina sin que ésta se modifique a pesar de que con su *status quo* resulten afectadas las mayorías (calleja, 2005, “240”).

4.2 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.

Nombre de la estación: “**RADIO HUACANA**”

Espectro radio electrónico: banda FM

Ubicación: Avenida Revolución sur # 95 Colonia Centro CP 61850

Área en la ubicación: 10 m. (frente) X 22 m. (fondo)

480 metros a nivel del mar

Naturaleza de la estación: Permisiónaria

A. Valores.

1. Responsabilidad: proporcionar de manera continua todas nuestras habilidades y conocimientos a la estación, enfocándonos a cumplir con las necesidades de la comunidad al administrar y realizar cada una de las actividades propias de la Estación.
2. Respeto: tener consideración de la actitud hacia toda persona.
3. Honestidad: compromiso íntegro de nuestros actos. Es el valor de decir la verdad, ser justo y ser honrado.
4. Veracidad: realizar cada acto basado en la verdad. Trabajar para dar contenidos en conformidad con la realidad.
5. Compromiso social: proporcionar con sentido humano contenidos que coadyuven en el desarrollo y mejora de la comunidad.



6. Colaboración: actitud permanente de ayuda espontanea hacia la ciudadanía para la expresión cultural.

B. Misión de la estación:

Ser la primera estación permisionaria instalada que informa, comunica y entretiene, a la comunidad de La Huacana, Michoacán.

C. Visión de la estación.

Consolidar la implementación y liderazgo radial en La Huacana, Michoacán, buscando el bienestar común a través del Servicio de Información, Entretenimiento y Educación.

D. Objetivos:

- Ser una radio comunitaria participativa como modelo en construcción que facilite la expresión de toda la comunidad, anunciando y denunciando, analizando y aportando. Que valore y difunda la cultura local.
- Responder a las necesidades propias y problemas locales de la comunidad. Transmitiendo contenidos con sentido que permitan realizar acciones para mejorar la calidad de vida en el municipio, mi municipio.
- Ubicar la radio comunitaria como un medio, no como un fin.
- Como proyecto social que mueve información precisa y correcta.
- Coadyuvar con una comunicación que busque intervenir en la propia comunidad .Generando cambios necesarios y oportunos para mejorar la interacción de los vecinos.



- No perseguir fines de lucro, pero evitar los saldos rojos en la operación. Impulsando la autogestión y gestión de recursos externos.
- Expresar, construir y dialogar. Será una radio que construye con la comunidad su desarrollo local, generando opinión y participación
- Veracidad en la comunicación como meta. Contar con fuentes fidedignas para decir lo que es en el lugar y en la hora precisa.

E. Estrategias:

1. Selección cuidadosa del perfil de cada colaborador.
2. Elaborar Manuales de Operación en cada Área.
3. Evaluar al personal a cargo.
4. Mantener en orden el equipo de trabajo, reportando cualquier anomalía.
5. Control óptimo de la producción de la programación de la radiodifusora.
6. Coordinar la producción de programas, a través del establecimiento y gestión de la línea editorial de la radio.
7. Capacitar y asesorar a las personas a cargo de la producción de programas, transformando la información a lenguaje radial.
8. Cumplir con las normas y procedimientos
9. Elaborar informes mensuales de las actividades realizadas dentro de la estación. De esta manera replantear los déficits que se vayan detectando, en tiempo y en forma.

F. Políticas.

1. Toda información proporcionada, deberá estar sustentada en fuentes fidedignas y profesionales en el tema en concreto.



2. Revisar la orden de trabajo o de contenidos de cada programa por el productor un día antes de su difusión para evitar contenidos de baja calidad o que puedan faltar el respeto a algún sector de la población.
3. Evitar palabras altisonantes.
4. Evitar toda falta de respeto en la estación y en los contenidos que se transmiten.
5. Referir datos de letra y música de cada canción o melodía utilizada en la programación.
6. Grabar cada emisión y almacenarla en forma digital. Conformado así el acervo de la estación.

G. La estructura organizacional: Basada, principalmente en su tamaño y función:

DIRECTOR GENERAL: propietario y persona responsable de la estación, encargada de dirigir la producción radiofónica ya sea grabada o en vivo.

PRODUCTOR: es el encargado de administrar los recursos tanto humanos como económicos de una producción.

REALIZADOR: será el encargado de organizar las actividades de cada producción.

OPERADOR: será el responsable de manipular el equipo de audio durante la grabación o transmisión del programa.

GUIONISTA: será la persona dedicada a escribir en forma organizada lo que va a suceder en los programas.

MUSICALIZADOR: será el encargado de poner música a los programas.

LOCUTORES: serán las personas que se expresen frente al micrófono con buena dicción y conocimientos de los temas.



Cabina radiofónica

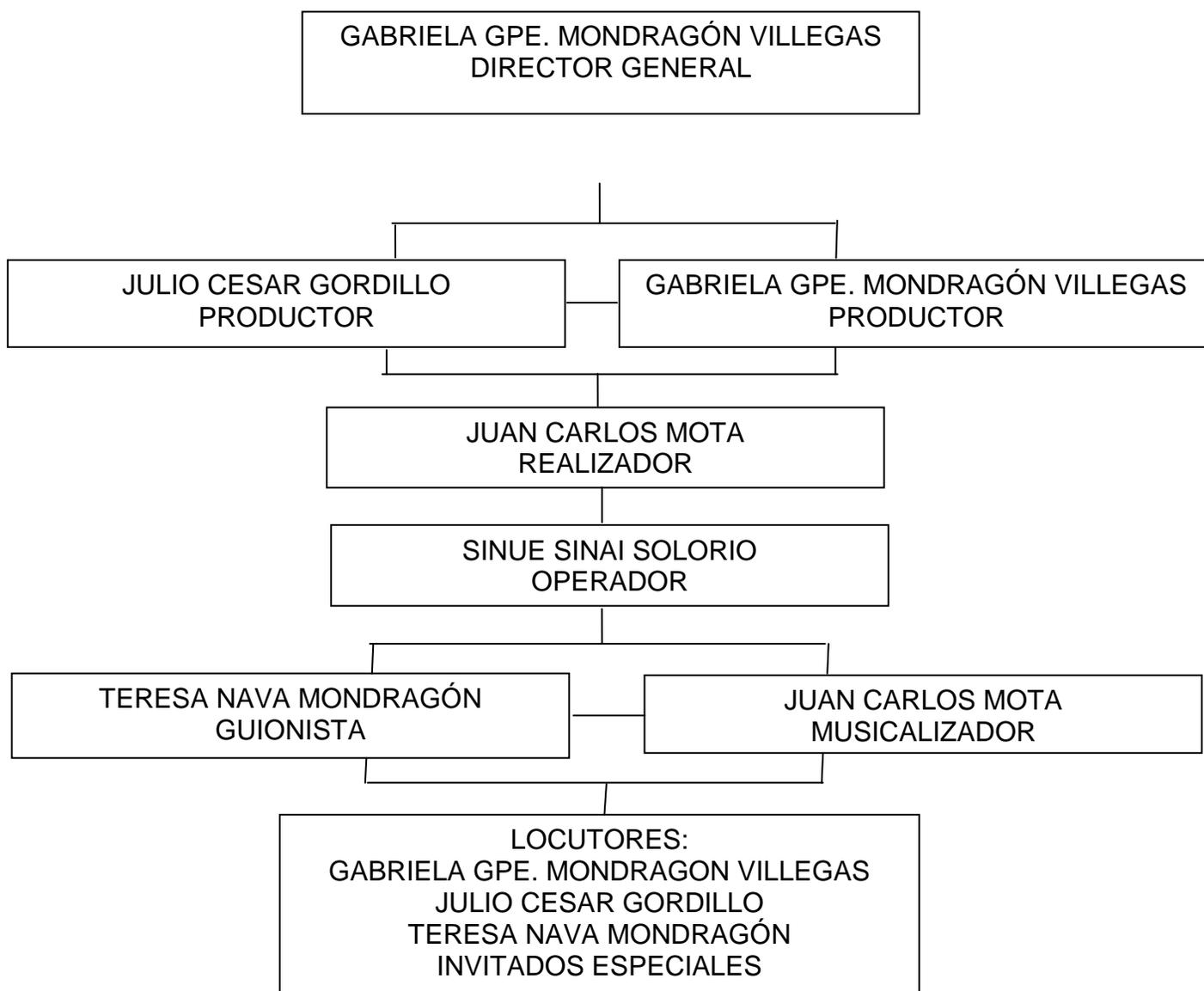
Se contará con una cabina tipo combo, es decir en la misma habitación estarán el locutorio y los controles, sólo estará dividido por un vidrio que permita comunicación entre ambos.

-Locutorio: Será el lugar donde se encuentran los micrófonos, donde los locutores se dirigen a la audiencia.

-Controles: Área acondicionada con equipo que permita el procesamiento de las señales que serán transmitidas



H. Organigrama



I. Presupuesto:

1. Equipo inicial

- Consola. Audio digital para radio D816 SOLIDYNE (línea 2012) tecnología high-end.



- Micrófonos blueketi profesional para estudio de grabación omni/bidireccional y estéreo.
- Computadora Apple Mac MDO095E Imac 27” i5 2.96 QC/86B/1TB6FORCE 512 MB.
- Ecuiladores/Mezcladora. Software para computadora, incluye audífonos MIC BEHRINGER interface
- Antena. FM 4 dipolos abiertos 1/2 onda, ganancia de 6 db, 600 watts de potencia.
- Torre. Modelo 108 (aproximadamente 30 m.)
- Streaming (opcional para la transmisión por internet.

2. Costos

EQUIPO	COSTO
CONSOLA	\$ 21,700.00
MICRÓFONOS	\$ 2,270.00
COMPUTADORA	\$ 27,999.00
ECUALIZADORES/MEZCLADORA (SOFTWARE)	\$ 2,199.00
ANTENA	\$ 2,765.00
TORRE 30 m. (10 tramos de 3m.)	\$ 2,225.00
TOTAL	\$ 59,158.00

Tabla 1. Presupuesto-costos del equipo técnico inicial.

MANTENIMIENTO DE LA ESTACIÓN	COSTO MENSUAL
Luz	\$ 1,000.00



Agua	\$ 500.00
Teléfono/Internet	\$ 999.00
Sueldo	\$ 6,000.00
Aseo de instalaciones	\$ 1,000.00
TOTAL	\$ 8,499.00

Tabla 2. Presupuesto de los gastos mensuales de la estación.

	COSTO ANUAL
DERECHOS DE PARA LA ESTACIÓN PERMISIONARIA (pago a COFETEL, solicitud, expedición de permiso e inspección.)	\$ 10,000.00

Tabla 3. Presupuesto de gasto anual por derechos de operación.

J. Sustentabilidad.

Enlistaré las actividades que sustentarán económicamente la estación:

1. Recursos federal y estatal (acuerdo con el H. Ayuntamiento).
2. Donaciones por parte de empresas decididas a rescatar y difundir la cultura y las tradiciones.
3. Eventos culturales y musicales presentados por parte de la estación.
4. Venta de artículos promocionales de la estación (playeras, lapiceros, tazas, entre otros).



4.3 CARACTERÍSTICAS EXPRESIVAS DIFERENCIALES RESPECTO A OTROS MEDIOS YA INSTALADOS

A diferencia de los medios de comunicación existentes en La Huacana, como lo son la prensa, la televisión y el internet, la radio comunitaria llegará a reconocer y dar espacio a los ciudadanos comunes, quienes tendrán la oportunidad de capacitarse y desarrollar sus habilidades para ejercer la palabra a través de un micrófono como parte de la formación y profesionalización de la radio, reconociendo que al dar este tipo de oportunidades a las personas sus capacidades crecen de una manera apenas creíble.

Crear habilidades de comunicación siempre es y será un aprendizaje que significa un reto, pues su propia condición de subordinación social nos corta todas las posibilidades de expresar libremente las expectativas, intereses hasta emociones y sueños limitando seriamente la participación en la esfera tanto personal como social, además de las propias dinámicas técnicas y rigurosidades del lenguaje radiofónico, de los géneros y formatos predeterminados.

Después de observar y estudiar las necesidades sociales que presenta el municipio, se enumeran las características con que deberá contar la radiodifusora propuesta, haciendo énfasis en diferenciar los aportes que otorga ésta frente a los medios como la prensa, la televisión o el internet con que ya cuenta, tales como:

1. Apoyar y promover cambios sociales necesarios para lograr una sociedad justa.
2. Representar proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos.
3. Ser el acceso a la palabra a todos los grupos y sectores de la población: Políticos, Sociales, Culturales, Religiosos.



4. Tomar en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirven.
5. Defender la diversidad cultural y difundir la cultura. Otorgar espacio a los nuevos talentos en todas las formas de manifestación de las artes. Promover los talentos conocidos, las raíces, las tradiciones.
6. Privilegiar la dimensión participativa en sus prácticas comunicacionales e institucionales.
7. Guiar las operaciones buscando otorgar facilidad de acceso, reconocer la pluralidad, reconocer la diversidad, promover la solidaridad, equilibrio de contenidos, equidad de género, imparcialidad, igualdad. Buscar en todo momento lograr la sustentabilidad de la emisora a un bajo costo. No posicionar el lucro como motor de sus acciones.

La diferencia más importante con respecto al resto de medios es la penetración en la comunidad, y aunque carente de imágenes; resulta una gran herramienta informativa que en su lugar promueve la imaginación y la creatividad.

No teniendo como objetivo generar un agregado económico, y por el mercado en el que operan, la mayoría de las veces las radios de este tipo, comunitarias; tienen dificultades para sostenerse, operan en condiciones inequitativas, pues se les exige el cumplimiento de cientos de obligaciones y a cambio se les garantizan algunos o casi ningún derecho. Para subsistir las radios comunitarias se ven obligadas a obtener recursos de las siguientes actividades:

- Venta de servicios por producciones, capacitación, traducciones (para el caso de las emisoras indígenas), entre otros.
- Eventos para la recaudación de fondos como conciertos, subastas, fiestas, etc.



-Desarrollo de proyectos con agencias de cooperación, fundaciones y organismos nacionales e internacionales.

- Acceso a recursos públicos para el desarrollo de proyectos con instituciones federales, estatales y municipales que apoyan el desarrollo social local.

Aún así esto es insuficiente, los gastos de mantenimiento técnico son altos, y se debe asegurar el pago del equipo base de la radio, ¡nada barato! El gasto promedio mensual para una emisora pequeña y económica es de 20 mil pesos que incluye pago de la luz, teléfono, agua, renta, mantenimiento técnico, compra de insumos electrónicos y de producción, papelería, Internet, capacitación, etc. (calleja, 2005, “245”).

Finalmente, otra característica expresiva diferencial que nos permitirá distinguarnos como un medio comunitario, será la diversidad en virtud de trabajar siempre para grupos concretos con movilidad social, por lo que nos será común encontrar visiones e interpretaciones plurales así como estrategias diferenciadas de acuerdo a cada agenda específica teniendo en común una dimensión ética, inserta en la aspiración de lograr una sociedad más justa e informada.

4.4 EDUCACIÓN Y VERTEBRACIÓN SOCIAL EN NUESTRA COMUNIDAD A PARTIR DE LA RADIO COMUNITARIA.

Los medios de comunicación han protagonizado el gran encuentro informativo del siglo XX. La prensa, la radio y la televisión conviven y participan en el proceso de la globalización de las sociedades y nadie pone en duda que actualmente dichos medios informativos desempeñan un papel relevante en la vida cotidiana de los ciudadanos, ejerciendo un poder de transformación en la sociedad en su conjunto. Ante esta realidad, debemos realizar un análisis aprovechando las múltiples ventajas educativas y culturales que nos ofrecen y buscar en ellos un instrumento pedagógico fundamental en el sistema educativo.



La Huacana, tendrá entonces en la radio comunitaria una herramienta que ofrezca a los jóvenes los conocimientos necesarios para obtener una buena y más completa formación académica y así guiarlos a una formación social como ciudadanos integrantes de una sociedad democrática.

La tendencia en el manejo de la información en la sociedad se constituye en contenidos especializados y dirigidos a cada sector, tendencia presente de manera directa e indirecta en todos los medios de comunicación (en donde las radios comunitarias cumplen a cabalidad), siendo la realidad amplia y compleja con multitudes de perfiles, poniéndonos como espectadores ante un campo de doble especialización: por el medio y por el contenido, esto supone que ahora nosotros, el público, debemos buscar armonización entre ambos.

La radio comunitaria propuesta aspira a ser una radio comunitaria al servicio de la construcción de una sociedad justa y solidaria sin ningún tipo de opresión social, política, económica y cultural, una sociedad que no reprima la libertad de opinión, que se involucre y logre con el día a día ser parte de la vida, las luchas y los sueños de la comunidad, al servicio de las mayorías que son quienes sostienen la sociedad en base a su trabajo y sus esfuerzos.

“La vertebración social es el proceso mediante el cual se constituye la subjetividad social, entendida ésta como la capacidad de determinación de la sociedad sobre un bien” (Orozco,2013, “1”).

Se buscará en todo momento contribuir a la realización del desarrollo integral de todas las personas en la comunidad mediante la libre difusión estableciendo fundamentos claros para la organización social llevando a los grupos minoritarios, intermedios y mayoritarios a propiciar una buena relación, justa y equilibrada.



La vertebración social creara una serie de soportes con trabajo solidario que lleve a nuestro municipio a niveles de vida digna para hacer crecer la cultura de todo habitante del municipio.

Con la creación del proyecto, mediante la radiodifusión lograremos intercambiar métodos, técnicas y recursos en cada cualquier tipo de problema, enfrentándolo y buscando solución.

La sociabilización, comenzando con la familia y siguiendo por grupos económicos, sociales, políticos y culturales, se origina en la naturaleza humana, teniendo su propia autonomía y sin salirse del ámbito del bien común.

4.5 UNA POSIBILIDAD: NUESTRA RADIO COMUNITARIA VÍA INTERNET.

En la última década los medios de comunicación comunitarios han aumentado en gran parte gracias a la convergencia digital y a los intereses de algunos grupos ciudadanos por poseer una emisora con las características y bondades ofrecidas por este modelo. La radio comunitaria se constituye como el espacio libre para el debate de ideas de poblaciones migrantes.

Ante la falta de marcos legales, las radios comunitarias encuentran en Internet un medio más plural e incluyente.

Aunque el internet tiene la desventaja de un limitado alcance en la misma comunidad, sus efectos son mas al exterior pues permite intercambiar experiencias con comunidades de todo el mundo, además de afianzar las raíces culturales de los migrantes que pueden encontrar en la señal del internet el redescubrimiento de su propia identidad.

Creemos ciertamente que los avances tecnológicos proliferan y van ganando espacios que tradicionalmente han pertenecido a la radiodifusión así que resulta potencialmente fuerte la posibilidad de que este proyecto se lleve a cabo de manera digital y no tradicionalmente.



La radio digital impulsará una revolución en la forma tradicional de escuchar radio, tendremos entonces que enfatizar la importancia de ver hacia el futuro y concebir este sistema no solo como una tecnología que repetirá contenidos tradicionales radiofónicos con una mejora auditiva, sino como un nuevo concepto capaz de modificar íntegramente nuestra relación con la radio.

La radio comunitaria digital propuesta ofrecerá los siguientes contenidos para en su programación:

- Formas de participación del radio-escucha.
- Programación tradicional: musical, noticiosa.
- Nuevas voces
- Servicios novedosos e interactivos complementarios
- Proyectos de apoyo social y comunitario.



UNIDAD V

“ASPECTOS TÉCNICOS Y LEGALES”

5.1 RECURSOS LEGALES Y TÉCNICOS

¿Cómo integrar un expediente para la solicitud del permiso de radio comunitaria en FM?

De acuerdo a la COFETEL a través de la SCT, donde fue presentado este proyecto y dieron como respuesta la guía para la elaboración e integración de solicitudes de permiso para la instalación y operación de estaciones de radio y de televisión.



**Comisión
Federal de
Telecomunicaciones**



Unidad de sistemas de radio y Televisión

Guía para la elaboración e integración de solicitudes de permiso para la instalación y operación de estaciones de radio y de televisión

Conforme a lo establecido en los artículos 9-A de la Ley Federal de Telecomunicaciones 1, 2, 3, 4, 8, 9, 13, 17-E, 20, 21-A y 25 de la Ley Federal de Radio y Televisión y 36, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, las solicitudes de permisos deberán estar elaboradas e



integradas conforme a lo siguiente:

I. DATOS GENERALES DEL SOLICITANTE Y ACREDITAMIENTO DE SU NACIONALIDAD MEXICANA (Artículo 17-E, Fracción I, de la Ley Federal de Radio y Televisión)

En el artículo 25 de la Ley Federal de Radio y Televisión se establece que los permisos de Radio y de Televisión sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos.

Conforme a lo anterior, se deberá acreditar la nacionalidad mexicana del solicitante de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley de Nacionalidad, debiendo exhibir lo siguiente:

I.1. PERSONAS FÍSICAS

- _ Acta de nacimiento.
- _ Certificado de nacionalidad.
- _ Carta de naturalización.
- _ Pasaporte vigente.
- _ Cédula de identidad.

I.2. PERSONAS MORALES

- _ Escrituras públicas que contengan sus bases constitutivas y reformas, las cuales deberán:
- _ Contar con el permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- _ Incluir en su objeto social el instalar y operar estaciones de radio y televisión, previo permiso que otorgue la Comisión Federal de Telecomunicaciones.
- _ Estar inscritas en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio.
- _ Contar con cláusula de exclusión de extranjeros (Artículos 6 fracción III de la Ley de Inversión Extranjera y 25 de la Ley Federal de Radio y Televisión.
- _ Incluir actas de nacimiento o documento que compruebe, la nacionalidad mexicana de cada uno de los asociados.

La documentación antes señalada deberá enviarse en original o copia certificada, de conformidad con lo establecido en el artículo 15-A de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

En todos los casos debe señalarse domicilio para oír y recibir notificaciones y, en su caso, las personas que están autorizadas para este propósito. Tratándose de personas morales, éstas deberán contar con un representante Legal, con facultades suficientes para representarlas, el cual se deberá acreditar ante la Comisión Federal de Telecomunicaciones, facultades suficientes para representarlas, el cual se deberá acreditar ante la Comisión Federal de Telecomunicaciones.



De igual forma debe enviar el Currículum Vitae, que incluya las actividades que desempeña y ha desempeñado el solicitante y, en su caso, los integrantes de las personas morales acompañando copia de los documentos aprobatorios correspondientes.

Conforme a lo establecido en el artículo 21-A de la Ley Federal de Radio y Televisión, en adición a lo señalado en el artículo 20 de la Ley, para otorgar permisos a estaciones oficiales se requerirá lo siguiente:

- a) Que dentro de los fines de la estación se encuentre:
 - _ Coadyuvar al fortalecimiento de la participación democrática de la sociedad, garantizando mecanismos de acceso público en la programación.
 - _ Difundir información de interés público.
 - _ Fortalecer la identidad regional en el marco de la unidad nacional.
 - _ Transparentar la gestión pública e informar a la ciudadanía sobre sus programas y acciones.
 - _ Privilegiar en sus contenidos la producción de origen nacional.
 - _ Fomentar los valores y creatividad artísticos locales y nacionales a través de la difusión de la producción independiente, y
 - _ Los demás que señalen los ordenamientos específicos de la materia.
- b) Que dentro de sus facultades u objeto se encuentra previsto instalar y operar estaciones de radio y televisión.
- c) Tratándose de dependencias de la administración pública federal, acuerdo favorable del titular de la dependencia.
- d) En el caso de los gobiernos estatales y municipales, acuerdo del titular del Poder Ejecutivo del estado o del presidente municipal, según corresponda.
- e) En todos los casos, documentación que acredite que el solicitante cuenta con la autorización de las partidas presupuestales necesarias para llevar a cabo la instalación y operación de la estación, de conformidad con la legislación que le resulte aplicable.
- f) En los demás casos, acuerdo favorable del órgano de gobierno de que se trate.

II. PROYECTO DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN **(Artículo 17-E, Fracción III, de la Ley Federal de Radio y Televisión)**

II.1. NATURALEZA Y PROPÓSITO DE LA ESTACIÓN

De conformidad con lo establecido en los artículos 13, 25 y 37, fracción III de la Ley Federal de Radio y Televisión, el funcionamiento de las estaciones permissionadas



será sin fines de lucro y no podrán transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió el permiso, por lo que deberá presentar una manifestación por escrito, bajo protesta de decir verdad, que conoce y acepta las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión.

De acuerdo con lo establecido en los artículos 4, 5 y 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión, deberá señalar en forma específica su propuesta y la justificación de la misma, así como la forma en que la llevará a cabo.

Al respecto, se deberán describir los objetivos que se persiguen con la instalación y operación de la estación de radiodifusión, en el lugar propuesto y la forma en que se plantea lograrlos, los cuales deben ser consistentes con la solicitud.

Tratándose de solicitudes de estaciones oficiales de dependencias de la administración pública federal centralizada, entidades paraestatales, gobiernos estatales y municipales e instituciones educativas públicas señaladas en el artículo 21-A de la Ley Federal de Radio y Televisión, se deberá acreditar que dentro de los fines de la estación se encuentran:

- _ Coadyuvar al fortalecimiento de la participación democrática de la sociedad, garantizando mecanismos de acceso público en la programación.
- _ Difundir información de interés público.
- _ Fortalecer la identidad regional en el marco de la unidad nacional.
- _ Transparentar la gestión pública e informar a la ciudadanía sobre sus programaciones.
- _ Privilegiar en sus contenidos la producción de origen nacional, y
- _ Fomentar los valores y creatividad artísticos locales y nacionales a través de la difusión de la producción independiente.

Asimismo, se deberá establecer:

- _ Que dentro de sus facultades u objeto se encuentra previsto instalar y operar estaciones de radio y televisión.
- _ Tratándose de dependencias de la Administración Pública Federal, acuerdo favorable del titular de la dependencia.
- _ En el caso de los gobiernos estatales y municipales, acuerdo del titular del Poder Ejecutivo del estado o del presidente municipal, según corresponda.
- _ En los demás casos, acuerdo favorable del órgano de gobierno de que se trate, y en todos los casos, documentación que acredite que el solicitante cuenta con la autorización de las partidas presupuestales necesarias para llevar a cabo la instalación y operación de la estación, de conformidad con la legislación que le resulte aplicable.

II.2. PRODUCCIÓN



Se deberá presentar una descripción general de los recursos técnicos, humanos y financieros que se requerirán en los procesos de planeación, diseño, generación de los contenidos programáticos a difundirse a través del canal de televisión o frecuencia de radio. Tratándose de programación pregrabada, citar las fuentes a través de las cuales se podría recabar la misma.

II.3. PROGRAMACIÓN

Se deberá presentar una descripción de la pauta programática, incluyendo los horarios de transmisión y el origen de la programación que pretende transmitir, su relación con la naturaleza y propósitos de la estación, así como su consistencia con la Ley Federal de Radio y Televisión. Asimismo, se presentará la clasificación por tipo de programación (cultural, informativo, orientación, entretenimiento, etc.) especificando el porcentaje del tiempo de transmisión de cada una de ellas.

En caso de que su propuesta consista en la repetición de programación originada por un tercero deberá señalar la forma en que se llevará a cabo y exhibir la documentación con la que acredite contar con los derechos de uso de dicha programación. Por ello, deberá presentar una manifestación por escrito, bajo protesta de decir verdad, que conoce y acepta las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Ley Federal de Derechos de Autor y el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión.

III. GARANTIA PARA ASEGURAR LA CONTINUACION DE LOS TRAMITES HASTA QUE EL PERMISO SEA OTORGADO O NEGADO *(Artículo 17-E, fracción IV, de la Ley Federal de Radio y Televisión)*

El solicitante deberá asegurar la continuación de los trámites de la solicitud presentada hasta el momento en que el permiso le sea otorgado o negado. Para ello deberá constituir garantía de seriedad o de trámite, la cual quedará sin efectos al momento de la conclusión del trámite.

Dicha garantía deberá constituirse mediante billete de depósito a favor de la Tesorería de la Federación y a disposición de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, por el equivalente a 84 días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal para el caso de solicitudes de radio y Televisión.

IV. OPINIÓN FAVORABLE DE LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA *(Artículo 17-E, Fracción V, de la Ley Federal de Radio y Televisión)*

Se requerirá exhibir la solicitud de opinión favorable presentada ante la Comisión Federal de Competencia (COFECO) con el acuse de recibo correspondiente. La solicitud de referencia deberá presentarse en las oficinas de la Comisión Federal



de Competencia(COFECO), sita en Av. Santa Fe No. 505 Piso 24, Col. Cruz Manca, Del. Cuajimalpa C.P.05349 México, D.F.

Una vez obtenida la opinión favorable de la COFECO, ésta deberá presentarse a Labrevedad a la Comisión Federal de Telecomunicaciones, para dar cumplimiento a loestablecido en el artículo 17-E fracción V de la Ley Federal de Radio y Televisión.

V. PROGRAMA DE DESARROLLO Y SERVICIO DE LA ESTACIÓN *(Artículo 20, Fracción I, de la Ley Federal de Radio y Televisión)*

V.1. PROGRAMA DE COBERTURA

El solicitante deberá manifestar los compromisos que adquiere para llevar a cabo lainstalación y operación de la estación, señalando los tiempos en que cubrirá los mismos en consistencia con la naturaleza y propósitos.

Esto implica establecer el tiempo en el que se instalará la estación y se dará inicio a lasoperaciones, una vez que se cumpla con los requisitos para dichas actividades.

V.2. PROGRAMA DE INVERSIÓN

El solicitante deberá identificar y justificar las inversiones para el establecimiento de lainfraestructura de transmisión y estudios (equipo de transmisión, antena, torre desustentación de la antena, etc.), así como los costos y gastos, presupuestados a dos años,que deriven tanto de la instalación y operación, como del mantenimiento de la estación

(Incluyendo: luz, renta, sueldos y salarios de personal, uso de frecuencias de enlaces, losinstrumentos y equipos de medición, así como los demás requeridos por la norma oficialmexicana aplicable, etc.).

V.3. CAPACIDAD FINANCIERA

El solicitante deberá identificar y documentar las fuentes de ingresos para el financiamiento de la estación para llevar a cabo el programa de inversión propuesto y comprobar el origen de los recursos con que se garantizará la viabilidad financiera de laestación. Es decir, debe ser consistente con el programa de inversión (V.2), con lanaturaleza y propósitos (II.1) propuestos.

Conforme a lo anterior, el solicitante podrá exhibir cualquiera de los siguientesdocumentos para acreditar su capacidad financiera:

_ Estados financieros del solicitante o de la(s) persona(s) que se comprometa(n) aapoyar a la solicitante para cubrir el monto de inversión, así como los costos y gastosde operación.



_ Estados de cuentas bancarias del solicitante o de la(s) persona(s) que se comprometa(n) a apoyar a la solicitante para cubrir el monto de inversión, así como los costos y gastos de operación.

_ Carta o documento en el que se acredite que el solicitante cuenta con línea de crédito bancaria o comercial.

En el caso de dependencias de la administración pública federal centralizada, entidades paraestatales, gobiernos estatales y municipales, e instituciones educativas públicas, la capacidad financiera se acreditará conforme a lo dispuesto en el artículo 21-A, Fracción VI de la Ley Federal de Radio y Televisión.

V.4. CAPACIDAD TÉCNICA

Se deberán presentar los documentos con los que se acredite que el solicitante cuenta con la capacidad técnica para operar la estación, de conformidad con los parámetros y requisitos establecidos en la Norma Oficial Mexicana aplicable, durante el tiempo que se otorgue el permiso y con el personal que se hará responsable de la operación de la estación, debiendo exhibir el(los) Currículum(s) Vitae correspondiente(s).

V.5. DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

El solicitante, preferentemente, deberá hacer mención de la descripción y especificaciones técnicas del proyecto, de conformidad con la Norma Oficial Mexicana aplicable. Al respecto, es conveniente identificar la frecuencia o el canal propuesto, así como los aspectos técnicos del proyecto, tales como: potencia radiada aparente, potencia de operación del transmisor, coordenadas geográficas de la planta transmisora, sistema radiador (elementos que lo conforman, línea de transmisión, ganancia), altura del centro eléctrico, altura total del soporte de la antena (torre), entre otros.

En caso de que el solicitante no contara con la información anterior, deberá proporcionar información relativa a la cobertura que pretende tener con la estación o el área en la que pretende ofrecer el servicio, en consistencia con la naturaleza y propósitos de la estación.

La cobertura debe ser consistente con los parámetros técnicos solicitados, ya que ello determinará la capacidad del transmisor y de las obras que sea necesario llevar a cabo, lo cual será de importancia para determinar el proyecto de inversión.

De igual forma, es necesario que conozca e identifique los medidores e instrumentos de comprobación indispensables para el funcionamiento de la estación en los términos de la Norma Oficial Mexicana aplicable. Es conveniente señalar que en caso de que los equipos transmisores incluyan a uno o más de estos medidores, deberá presentarse la aclaración correspondiente. Este aspecto debe reflejarse en el Proyecto de Inversión (V.2).



Las normas a considerar son:

NOM-01-SCT1-1993 para estaciones de AM
NOM-02-SCT1-1993 para estaciones de FM
NOM-03-SCT1-1993 para estaciones de Televisión

En su caso, debe señalar si requiere del uso de un servicio auxiliar a la radiodifusión, tal como un enlace estudio-planta, identificando las frecuencias correspondientes, o bien identificar la forma en la que se llevará a cabo la distribución de la programación. En su caso, este aspecto debe reflejarse en el Proyecto de Inversión (V.2).

Siempre, y en todo momento, se deberá de tomar en cuenta la disponibilidad del espectro radioeléctrico y, en su caso, considerar que las estaciones que se ubiquen en frontera se encuentran sujetas a los Tratados y Acuerdos Internacionales y demás disposiciones aplicables. Para ello, puede consultarse la infraestructura de estaciones de radio y televisión en las siguientes direcciones:

AM: http://www.cft.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_estaciones_de_am_in
FM: http://www.cft.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_estaciones_fm_in
TV: http://www.cft.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_estaciones_de_television_in

En el caso de que la propuesta se determine como viable, la Comisión Federal de Telecomunicaciones, conforme a sus atribuciones, determinará la frecuencia o canal que, de acuerdo con la planificación del espectro radioeléctrico resulte más conveniente para atender la solicitud, en el evento de que exista la disponibilidad de frecuencias para ello.

VI. COMPROBANTE DE PAGO DE DERECHOS **(Artículos 124, 125 y 130 de la Ley Federal de Derechos)**

De conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Derechos, el solicitante deberá presentar comprobante de pago de derechos por concepto de estudio de la solicitud y documentación inherente a la misma, por cada una de las frecuencias o canales solicitados, de acuerdo a los artículos:

- _ 124, fracción I, incisos a) y d), para el caso de solicitudes de radio, y
- _ 125, fracción I, incisos a) y d), para el caso de solicitudes de televisión.

Lo anterior en relación con el artículo 130 de la Ley Federal de Derechos.

El pago mencionado podrá cubrirse en la Subdirección de Comunicaciones del Centro SCT de cualquier entidad federativa, o bien, en las oficinas de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, sita en Av. Eugenia No. 197, 1er. Piso, Col. Narvarte, Del. Benito Juárez, C.P. 03020, México, D.F.



La solicitud que no venga acompañada del comprobante del pago de derechos señalados será objeto de estudio, de conformidad con lo establecido en los artículos 1, 2, y 3, de la Ley Federal de Derechos.

VII. CONSIDERACIONES FINALES

La presentación de la solicitud con los requisitos mencionados, no implica el otorgamiento del permiso para instalar y operar una estación de radiodifusión, toda vez que los mismos serán evaluados para determinar su viabilidad, de conformidad con las disposiciones técnicas, legales y administrativas aplicables, incluyendo el hecho de que la solicitud está sujeta a la opinión que emita la Secretaría de Gobernación, en términos del artículo 36, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Conforme al resultado del análisis que al efecto realice la Comisión Federal de Telecomunicaciones, ésta podrá, en el caso de ser necesario, solicitar mayor información con el propósito de evaluar la viabilidad de la solicitud.

En el caso de que del resultado del análisis de la solicitud se determine su viabilidad, se deberán pagar los derechos, con base en lo establecido en la Ley Federal de Derechos, por expedición del título de permiso, de conformidad con los artículos:

- _ 124, fracción I, inciso c), para el caso de radio, y
- _ 125, fracción I, inciso c), para el caso de televisión.

Lo anterior, en relación con el artículo 130 de la Ley Federal de Derechos.

Asimismo, en caso de que se otorgue el permiso, en el título correspondiente se establecerán los derechos y obligaciones que le correspondan, entre otros, las obligaciones que debe cumplir para iniciar operaciones, que para el caso de estaciones de FM y TV, comprenden los siguientes:

- _ Estudio de predicción de áreas de servicio.
- _ Plano de ubicación.
- _ Características técnicas de la estación.
- _ Croquis de operación múltiple, de ser el caso.
- _ Acreditación del legal uso del predio en que se instalará la estación.
- _ Acreditación del legal uso del equipo transmisor, y
- _ Para el caso de las estaciones de AM, en sustitución del estudio de predicción de áreas de servicio y del croquis de operación múltiple, deberá remitir el Plano del Terreno y el Diagrama del Acoplador Múltiple.

La documentación técnica correspondiente se presentará de conformidad con lo establecido en la Norma Oficial Mexicana aplicable.



5.2 PERMISOS

A continuación presento el oficio SA/0718 emitido por el H. Ayuntamiento constitucional de La Huacana Michoacán, donde el secretario Prof. Joel Bautista Rivera notifica que se encuentran enterados del proyecto.

Contando con su aprobación y apoyo para continuar y lograr la instalación de una Radio Comunitaria en nuestra cabecera.



CONCLUSIÓN

El propósito de esta tesis, a través del trabajo de investigación es dar a conocer que una de las necesidades básicas de toda comunidad es contar con un medio elemental de comunicación, atendiendo a la escasez de recursos.

La forma más natural de comunicación de los seres humanos es el habla y al escuchar un mensaje oral con palabras precisas, claras y bien escogidas, con buenas voces con un tono de conversación, se crea una empatía y una identificación que no se da con la palabra escrita.

A pesar de todo lo explicado anteriormente, está claro que la radio posee un elemento importantísimo que le proporciona características muy diferenciadas del resto de los medios de comunicación, la voz. Pues se puede escuchar y hacer al mismo tiempo otra cosa, no es lo mismo que con la televisión, donde sí se puede que la gente que la ve, coma, teje, conversa, pero sí se interrumpe el circuito de la mirada, puede perderse del mensaje por completo.

Como comunicóloga es muy claro darme cuenta que la comunicación está en todas partes, lo único que debemos buscar y encontrar en algún medio son las herramientas, hablar, escuchar y escribir para intercambiar ideas, abriendo las puertas al proyecto de desarrollo.

La expectativa en la población es positiva porque aunque saben que la radio comunitaria será un medio de comunicación nuevo, claro les dejaremos que abrirá todas las posibilidades de ser una plataforma abierta para la comunidad atendiendo las prioridades y necesidades de comunicación que se demandan en nuestra logrando información rápida, accesible, confiable y sobre todo gratuita. Este tipo de radios recuperan el importante papel que la radio ha desempeñado y



desempeña en la sociedad, orientada sobre todo al importante ámbito local, donde otros medios de comunicación lo han desatendido, consiguiendo uno de sus grandes objetivos, la **cohesión social**.

A modo concluyente, nuestro proyecto de desarrollo nos brinda todas las herramientas necesarias para lograr la instalación de esta radio comunitaria cumpliendo con todos los requisitos y utilidades que se pretenden distribuir desde programas noticiosos, culturales y de entretenimiento hasta programas infantiles y de superación personal, superando aún el efecto de llegada que posee el mismo medio.

Se presenta como una herramienta imprescindible de transmisión, recepción y vehiculización de saberes y demandas de una determinada problemática que en rigor otro medio no puede realizar al mismo tiempo que se constituye en un espacio de apropiación de la palabra que produce efectos de acto-poder ciudadano y que a mi forma de analizar y entender los conceptos y contenidos trabajados de cada uno de los capítulos hasta aquí estudiados nos permite realizar una transformación radical respecto de pasar de los simples y ya conocidos MEDIOS, a convertirlos en MEDIACIONES.

Como un proyecto social la programación llegará a los diversos grupos sociales con mensajes de acuerdo con sus necesidades e intereses, contribuyendo siempre a la libre expresión de los distintos movimientos sociales, políticos y culturales, así como a la promoción de toda iniciativa que busque la paz, la amistad entre pueblos, la democracia y el desarrollo, reflejando la construcción de una ciudadanía fundamentada en la capacidad que se tendrá como una organización que trabaja por la democratización de las comunicación, la sociedad y la cultura de nuestro municipio

E



Después de haber colaborado durante casi cuatro años en el canal local de TV en La Huacana (2004-2008) con un programa llamado “NG musical” donde presentábamos música al gusto de nuestra audiencia, los eventos más importantes de la región y entrevistas con personalidades cuando se requería, conociendo así durante este tiempo las necesidades de la población por estar informados, dándome cuenta semana a semana que fácilmente nuestro equipo de colaboradores podíamos hacer una lista con todos los problemas de comunicación y sus soluciones, nos encontramos entonces con la necesidad de un medio de comunicación nuevo y de más fácil acceso, de ahí se desprendió el tema para la tesis.

Después de analizar e ir descartando temas la posibilidad de una radiodifusora de tipo permisionaria sería la mejor opción, al ser una población pequeña y con difícil acceso a la mayoría de sus comunidades, este medio de comunicación podrá alentar las tradiciones, la cultura, la música, el deporte, la diversión y muchas cosas, sin dudarle ese era mi tema.

Se fue creando un proyecto de desarrollo pues al contar con el apoyo de mis compañeros de trabajo y mi familia, tenemos las posibilidad de convertirlo en realidad y la idea quedo planteada: “Proyecto, la instalación de una radio comunitaria en La Huacana, Michoacán”.

La importancia de una radio comunitaria radica en facilitar el acceso de información y entretenimiento a los ciudadanos y ciudadanas que no pueden acceder a los medios tradicionales.

La emisora comunitaria se remite estrictamente a una comunidad, es decir a una unidad política con una historia determinada, sin embargo la realidad es que la radiodifusión es tan sólo un soporte tecnológico para ejercer algunos derechos



humanos universales como lo son la libertad de expresión y el derecho a la información.

Con un aproximado de 40,000 pobladores, La Huacana, Michoacán, es una comunidad que al contar con un sólo medio de comunicación, se encuentra totalmente desinformado de lo que acontece a diario en la comunidad.

Mi proyecto en sí, significa un medio de comunicación que hará surgir una vía eficiente y rápida que permita a las familias mantenerse en contacto, informadas y entretenidas. Ya que de acuerdo al estudio realizado, donde aplicamos 100 encuestas a mujeres y 100 encuestas a hombres, aproximadamente el 75 % de la población en La Huacana se encuentra totalmente desinformado de lo que acontece a diario en el municipio, pues solo se cuenta con un medio local estable ubicado en la cabecera municipal y con difícil acceso a todas las comunidades.

La clave para ser un buen comunicólogo: consiste en conocer los problemas de la sociedad y crear proyectos importantes para poder cambiarlos con una buena estrategia; no obstante el comunicólogo debe conocerse hasta saber dónde quiere llegar, pues sin esto no logrará ni evolucionarse así mismo.

Es por eso que ahora presento mi investigación, porque busqué un problema y ahora tengo la solución, querer montar una estación radiofónica de tipo comunitaria desde cero en una población donde este tipo de medio de comunicación no es cosa nada fácil ni mucho menos rápida.

Con mi proyecto he alcanzado grandes cambios tanto para mí, como autora del proyecto como para la población, quienes serán los más beneficiados, teniendo bien en claro mis objetivos y metas, planteando cada uno de los problemas a los que nos hemos enfrentado, y buscando más de una opción como solución para cada uno.



Tendré múltiples retos por cumplir y sólo lograré llegar a ellos con esmero y profesionalismo. El reto lo cree yo, pero es de todos y cada uno de nosotros, los involucrados y de nuestro trabajo día con día.

Sería muy ambicioso pretender “solucionar” todos los problemas que se presenten en la comunidad, pero quiero comprometerme con esta realidad y no ser ajena a ella, la radio comunitaria será una alternativa de desarrollo y comunicación, difundirá e impulsará los usos, las tradiciones y la cultura, apoyará las diferentes actividades que se presenten para cada uno de los sectores de población en La Huacana.

Una de las grandes ventajas de la radio es que mientras se escucha el oyente puede realizar otras actividades simultáneamente.

El interés por impulsar este medio da muestra de nuestra convicción acerca de la importancia del desarrollo social integral equitativo y justo para la promoción de una cultura de respeto y tolerancia donde la sociedad participa, opina y genera propuestas corresponsables.

En conclusión la idea central en esta investigación, radica en que la radio comunitaria debe cumplir con su función social, independientemente de la tecnología, pero, si estos desarrollos tecnológicos nos brindan la oportunidad de enriquecer nuestro cometido como medio de comunicación de entretenimiento, de difusión de cultura, de información, entre otros, podemos utilizar tales herramientas para favorecer el desarrollo de nuestra comunidad.

Por mi parte casi podría afirmar que por naturaleza, el ser humano, desde sus orígenes, ha tenido la necesidad de entablar comunicación con los semejantes que le rodean, para con ello conocer ideas diversas, puntos de vista, generar comunicación, y a la vez transmitir información, sin duda alguna, se puede decir con certeza que todos y cada uno de nosotros somos generadores, transmisores,



codificadores y receptores de un sinnúmero de ideas que se convierten en información.

Mi radio de dará a la población la opción de Inmediatez, instantaneidad y rapidez, para estar informados.

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío. Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada (por ejemplo, un electrón) se excita a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético.

Empezar un proyecto de desarrollo de esta índole, requiere disponer de suficiente información, recaudada, identificada y analizada para reducir cualquier riesgo de fracaso. Es importante atender a cuestiones que resultan clave para determinar suviabilidad y llevar a cabo dicho proyecto.

Totalmente viable la posibilidad de su instalación, a continuación presentare algunos factores clave que tome en cuenta y aprobé para poner en marcha la estación:

- Debido a que el sector no es marcado todavía por la competitividad es evidente que al contar con la audiencia tendremos un factor importante a favor.
- La instalación de la radio comunitaria resuelve una necesidad concreta ya identificada.



- Tengo claro quiénes serán mis audiencias.
- He determinado quienes estarán conmigo en el proyecto, tengo listo el organigrama y mis colaboradores, somos un equipo de gente en el proyecto, nuestras habilidades son diferentes y nos complementamos profesionalmente.
- He identificado las actividades necesarias para solventar económicamente la estación.
- Tengo elaborado el proyecto de desarrollo y lista su presentación.
- Está ubicado el lugar donde estará instalada la estación

Está todo listo, las encuestas levantadas han devuelto como resultado un alto porcentaje, 80% aproximadamente, revelando la gran necesidad de estar informados y para ellos como público la solución es la instalación de un medio de comunicación con fácil acceso y es entonces donde entra nuestro proyecto, haciéndolo viable.

Todo programa radial debe contar con unas características, que proporcionen consistencia, estabilidad, y una calidad de programación, debe de contar con cualidades necesarias para mantenerse en el tiempo, y que de una audiencia constante asegurando una amplia permanencia de su programación, garantizando una sintonía e incrementación con el tiempo.

La radio efectiva es aquella que no se desprende de la iniciativa constante y de la aptitud de quien la hace. La suerte en la radio como en la vida la da el trabajo. Si la radio anda mal y no se elabora con calidad, la orientación social se distorsiona.



Radio Huacana es por excelencia la participación ciudadana como una de las mejores opciones de comunicación para el desarrollo y cambio social.

Al tratarse nuestra estación de un medio de comunicación comunitario, los programas están dirigidos a cubrir al 100 % expectativas culturales, tradicionales, noticiosas, pero no eso dejando atrás el entretenimiento, presentando además de noticieros y programas informativos, programas de deportes, de salud, de bienestar social y musicales.

Este será el momento más creativo, es donde hay que inventar, diseñar y distribuir los diferentes espacios a lo largo de la programación armando la “parrilla” o “barra” de programas sobre las horas de programación al día sobre los siete días de la semana, donde los programas de fin de semana podremos captar mucha más audiencia, por ejemplo los sábados y domingos que son jornadas de descanso produciremos programación más relajada y más festiva, haciendo que nuestra producción en programas nos defina por realizar un trabajo de calidad y prestigio.

Para cada programa he especificado cada uno de los siguientes datos:

- ✓ Nombre del programa
- ✓ Público al que se dirige
- ✓ Duración
- ✓ Periodicidad
- ✓ conductores
- ✓ Modos de participación del público
- ✓ Diseño general del programa

La mayoría de las radios comunitarias hacen que su programación se turne un



poco tradicional y por lo tanto se pierden audiencias, debemos de tener cuidado y evitar que nos suceda optando por realizar programas que logren incentivar a que el público participe abiertamente dando ideas para mejorar su vida y como siguiente mejorar la calidad de vida.

Lo que aporta nuestra programación es crear un público consiente y adentrarlo a un medio de comunicación donde no recibe tan frecuentemente los mensajes como el de los otros medios y además siendo ser menos culto y más sugestionable en la mayoría de los casos, solucionando esto con el pasar del tiempo.

La sustentabilidad de la estación es algo complicado pero no por eso nos detendremos, para que sobreviva llegamos a un acuerdo con el H. Ayuntamiento de La Huacana, les daremos horas de trasmisión, para que informen las obras y proyectos y actividades, a cambio de ayuda económica que proviene del recurso federal y estatal al departamento de comunicación social, pondremos a la venta artículos promocionales de la estación (playeras, tazas, lapiceros, gorras, etc.), realizaremos actividades que nos remuneren económicamente a la estación (presentación de grupos musicales, valet de danza, concursos, etc.) en la plaza o auditorio municipal, recibiremos donaciones de empresas o personas que no busquen publicidad sino alentar nuestra cultura, tradiciones y actividades.

El proyecto “Radio Huacana” nos permita incluir poco a poco a un municipio en un proceso de comunicación, de manera inconsciente imaginando hechos al utilizar nuestra creatividad sin crudas imágenes que nos presentan día a día en los medios televisivos, al ser un medio de comunicación comunitario la estación jugara el papel de difusor masivo que llegara a la población de forma personal, teniendo mayor alcance, ya que llegara a todas las clases sociales, estableciendo un contacto y ofreciendo cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo, sera un medio selectivo y flexible.



El arte de hacer radio es tan serio y al propio tiempo divertido que lo hacen un acto interesante. Son múltiples los momentos de disfrute personal capaces de revertirse en momentos de recuerdos que permiten la sintonía al día siguiente del oyente con la emisora y del productor con su trabajo porque sabe de antemano del disfrute de minutos preciosos fruto de la imaginación que el oyente agradece porque cree en la veracidad de lo que se dice, como se dice y quién se lo dice.

Hoy en día existen radios que transmiten en vivo por Internet y existen otras que solo lo hacen por ese medio, es decir, se ha llegado a la globalización y digitalización del medio. Con esto quiero rescatar que a pesar de haber pasado un lapso de tiempo en que la radio se quedó estancada, nuevamente se ha logrado ejercer un avance tecnológico, que está ayudando a fortalecerla un poco más y lo más importante, llegar a un “mercado” más amplio. Lo que definitivamente podría ser una opción a futuro para nuestra estación.



Bibliografía y fuentes de información.

- ECO HUMBERTO. “Como se hace una Tesis (Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura.)”. Col. Libertad y Cambio; serie Práctica; ediciones Gedlsa, S.A. Barcelona, 1997, 20ª. Ed.
- BAHENA PAZ, GUILLERMINA. “Tesis en 30 días”. EDAMEX, México, 1997.
- CEBRIÁN, Herreros Mariano. *Información Radiofónica*, periodismo, publicación 28 de Agosto de 1998, idioma Español, editorial Síntesis editorial.
- R. DOMINICK, Joseph. *La dinámica de la comunicación masiva, los medios en la era digital*. Editorial MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE MEXICO, idioma Español, año de publicación 2006.
- OCHOA GONZALEZ, OSCAR. “Comunicación Política y opinión pública.” Primera edición por Mc Graw Hill/ interamericana Editores, S.A. de C.V. año 2000.
- BIAGI, Shirley. *Impacto de los medios, una introducción a los medios masivos de comunicación*. Thomson editores, California StateUniversity, Sacramento California, 4ª edición. Publicación 30 de Noviembre de 2006.
- CORNEJO, Portugal Inés. *La radio indigenista en México*. Apuntes para una historia de la radio indigenista en México (ebook)... editorial Fundación Miguel Buen Día. Año de publicación 2003.
- M. LEWIS, Peter / BOOTH, Jerry. *El medio invisible, radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Editorial PaidósIberica Ediciones SA, año de publicación 1992, No. Páginas 320.



- CARBONELL ABELLO, JOSEP MARIA. *El futuro de la comunicación, redes, medios y poder*. Editorial UOC. Primera edición Noviembre de 2012
- Gobierno del Estado de Michoacán. *Enciclopedia de los Municipios de Michoacán* © 2000.
- G. GONZALEZ, FUENTES. *Psicología Comunitaria*, editorial Visor, España 1988.
- ALVARES BARAJAS ENRIQUE, “Ciencias de la comunicación”. Et al Unam México, 1976.
- LOZANO RENDON JOSE CARLOS. “Teoría e investigación de la comunicación de masas”. Alhambra ediciones, México 1996.
- BRUCE GIRAD. *Radio apasionados, experiencias de radio comunitaria en el mundo*; edición digital 2002, editorial Comunica.
- COMISIÓN INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. *Informe anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión 2002*, CIDH-ODEA. Capítulo IV. Libertad de expresión y pobreza, apartado E. El ejercicio de la libertad de expresión por los medios de comunicación comunitarios.
- GÓMEZ GERMANO GUSTAVO, comunicador e investigador, director del programa de Legislaciones y Derecho a la comunicación de AMARC-ALC. *Televisión y radio digital*, temas emergentes, octubre de 2007.
- CEBRIAN HERREROS MARIANO, “*La radio en internet*” .Editorial La Crujía, año 2008.
- M. HAYE RICARDO, “*LA RADIO DEL SIGLO XXI: NUEVAS ESTETICAS*”. 167 páginas, tapa blanda, Editorial Ciccus, escrito en español, año 1999.
- MALDONADO REYNOSO NORMA PATRICIA, “*La radio digital, ¿En México? Presente y futuro*”, texto publicado por Tatoradio en su página Web, año 2013.
- GIOVANNI SARTORY, “Homo Videns, la sociedad teledirigida”. Sexta reimpresión febrero de 2007, grupo Santillana de ediciones S.A.



- ERNANDEZ SAMPIERI ROBERTO, “Metodología de la Investigación”. Ediciones Mc Graw Hill, 2da. Edición, México 1998.
- F. MARQUEZ CARLOS, “Las leyes, principal obstáculo de las radios comunitarias”, junio de 2007.
- MÚNCH GALINDO, LOURDES, “Fundamentos para la administración”, 8va edición, Mexico 2009, editorial Trillas, 272 paginas, ISBN 978-607-17-0285-2
- <http://www.periodicopcion.net/article128897.html>
- www.radialistas.net
- Revista Etcétera, edición Agosto 2007
- www.cofetel.gob.mx/en/Cofetel_cofetel_solicitudesdepermisos

Guia para la elaboración e integración de solicitudes de permisos de radio y televisión. Agosto 2010.

- ELVA.LYDIA. OSEGUERA, “Taller de lectura y redacción 1” décima reimpresión, México 2007, publicaciones Cultural.
- Revista Mexicana de Comunicación, año 9, No. 49, 1997.



AGRADECIMIENTOS

De todo corazón a mis padres, porque ustedes son la base de todo.
Con la mayor gratitud por los esfuerzos realizados para que yo lograra terminar mi
carrera profesional, siendo para mí la mejor herencia.

A mi Asesora de Tesis, la LCC Jhocelyn Bazán, gracias por la paciencia como
maestra, por su apoyo, y sobre todo por sus conocimientos como Comunicóloga.
Gracias por toda la orientación que recibí durante este camino que hoy
satisfactoriamente llega a su fin.

A mi tío Cristóbal Villegas Santoyo, por ser una persona muy profesional y
ordenada, gracias por tus consejos, tu orientación y tus conocimientos.