



**BUAP**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Radio comunitaria para el cambio social**

Tesis para obtener el título  
de

**Licenciado en  
Comunicación**

**PRESENTA**

Selma Maleny Vega Iturbe

**DIRECTOR (es) DE TESIS**

Doc. Cecilia Deloya Robledo

H. Puebla de Z. Junio 2021

## **Dedicatorias**

Dedico a mis padres, que con amor, sacrificio y paciencia me han apoyado durante este camino para convertirme en profesionalista de la comunicación.

A la Dra. Sara Cecilia Deloya Robledo que fue quien me incursionó y mostró el mundo de la radio comunitaria, el cariño incondicional a los grupos vulnerables y el espíritu altruista.

Espero que esta investigación logre apoyar a los medios comunitarios, resaltando su importancia para la sociedad en la que vivimos actualmente.

## Índice

Introducción.....	6
Capítulo 1 Planteamiento de la investigación	
1.1 Antecedentes.....	10
1.2 Situación problemática.....	11
1.3 Diseño de la investigación.....	13
1.3.1 Objetivo.....	14
1.3.2 Pregunta.....	15
1.3.3 Supuesto.....	15
1.4 Variables.....	16
1.5 Perspectiva teórica.....	16
1.6 Perspectiva metodológica.....	17
1.7 Enfoque.....	17
1.8 Tipo de estudio.....	18
1.9 Alcance de la investigación.....	18
1.10 Sujetos de estudio.....	19
1.11 Técnicas e instrumentos.....	19
1.12 Justificación.....	22
Capítulo 2 Marco histórico de la radio comunitaria	
2.1 La radio comunitaria en el mundo.....	28
2.2 Radio comunitaria en Latinoamérica.....	32
2.3 Radio comunitaria en México.....	33
2.4 La radio comunitaria por internet.....	36

Capítulo 3 Marco teórico contextual	
3.1 Tehuitzingo, Puebla.....	45
3.2 Postura epistemológica: empírico analítico.....	49
3.3 Genealogía teórica: sociología funcionalista.....	51
3.4 Comunicación masiva.....	52
3.5 Comunicación para el desarrollo.....	53
3.5.1 Radio comunitaria.....	56
3.5.2 Fases de creación de una radio comunitaria.....	58
3.5.3 Necesidades de comunicación para impulsar el desarrollo comunitario...	64
Capítulo 4 Marco metodológico	
4.1 Enfoque de la investigación: cualitativo.....	73
4.2 Población.....	75
4.3 Técnicas de recolección de datos.....	75
4.4 Instrumentos.....	76
Capítulo 5 Análisis de datos	
5.1 Análisis de entrevista a profundidad.....	79
5.2 Resultados.....	82
Conclusión general.....	86
Sugerencias y recomendaciones.....	94
Propuesta Radio comunitaria de Tehuitzingo.....	96

## Índice de figuras

Figura 1 Árbol de problemas.....	12
Figura 2 Árbol de objetivos.....	14
Figura 3 Objetivos específicos.....	15
Figura 4 Diferencias entre radio indígena, comunitaria y comercial.....	39
Figura 5 Ubicación geográfica de Tehuiztingo.....	45
Figura 6 Escudo del municipio de Tehuiztingo.....	46
Figura 7 Objetivos de la comunicación para el desarrollo.....	53
Figura 8 Herramientas de la comunicación para el desarrollo.....	55
Figura 9 El ciclo de la comunicación para el desarrollo.....	58
Figura 10 Necesidades de la comunicación para impulsar el desarrollo.....	64
Figura 11 Fases de la investigación cualitativa.....	74
Figura 12 Tabla de operacionalización de las variables.....	76
Figura 13 Análisis de entrevistas a profundidad.....	79
Figura 14 Objetivos de creación de la radio comunitaria de Tehuiztingo.....	96
Figura 15 Mapeo de públicos de la comunidad de Tehuiztingo.....	101
Figura 16 Cronograma de actividades.....	108
Figura 17 Marco lógico.....	108
Figura 18 Tabla de objetivos.....	114

## Anexos

Entrevistas a profundidad.....	117
Referencias bibliográficas.....	140

## Introducción

“El desafío de las radios comunitarias es simple: democratizar la palabra para hacer más democrática esta sociedad injusta” (López, 1995, pág. 51).

Según Pincheira (1995), en su artículo *Radio comunitaria: un espacio educativo no formal en la comunidad* afirma que:

“La práctica de la radio comunitaria está centralizada en la comunidad, en sus necesidades y en sus problemas, pero también en sus fuerzas y realizaciones; una comunidad que no es considerada por la radio como mercado segmentado o a segmentar, sino como la base real y lugar de inspiración de su esfuerzo por la democratización de la comunicación radiofónica”.

Es un medio de comunicación donde se educa de manera formal e informal, difunde y gestiona los derechos de la población; con su propia existencia hace que se garantice el ejercicio de todos los individuos a la libertad de expresión.

“Las emisoras comunitarias se definen a partir de tres aspectos que la caracterizan: Es una actividad sin fines de lucro, en ella, la comunidad tiene el control sobre la propiedad y toman en cuenta la participación de los pobladores. De este modo, posibilita la activa intervención de los habitantes en los procesos de creación y producción de noticias, información, entretenimiento y material culturalmente relevante, con énfasis en temas y preocupaciones locales, como una vía de responder con diversidad informativa a las problemáticas existentes en el territorio. El carácter esencial de este tipo de emisoras lo constituye su independencia y

responsabilidad en el servicio a la colectividad, pues ella decide cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la provisión de información” (Reyes, 2017).

Tienen una gran popularidad debido a su acercamiento y a los espacios de interacción con la población, dirigidos a diferentes grupos sociales. Buscan ser el reflejo de las ideas del público legitimando cada una de las palabras que transmiten para generar confianza en las personas. Generalmente, están abiertas a promover temas que sirven para movilizar y empoderar a la comunidad local e impulsar debates, divulgar programas y lanzar campañas de sensibilización. En zonas rurales y regiones remotas, la radio es la opción más adecuada, y en muchos casos, el único medio de referencia.

Lo que identifica a la radio comunitaria, es precisamente, los objetivos de interés social y comunitario que persiguen, el trabajo que hacen, el propósito de crecimiento, el carácter social que le imprimen a sus prácticas de comunicación; de este modo buscan volver más tolerante a la sociedad.

En el capítulo 1 se aborda el diseño de la investigación, que son los puntos que dan forma a la idea en cuestión, en resumidas cuentas, es una pequeña descripción de cada uno de los elementos relevantes que hay que tomar en cuenta para su realización, desde la definición e importancia de la radio comunitaria en la historia, hasta la descripción del contexto social de Tehuiztzingo, Puebla, que es donde se implementará el proyecto.

Primeramente, reconocer la existencia de las problemáticas de diversas índoles dentro de la población para poder abordarlas y suavizarlas con la iniciativa de

comunicación. También identificar los objetivos de la forma más clara posible para describir la estructura, el esqueleto de la propuesta. Revela la pregunta de investigación, los supuestos, la variable a investigar, la perspectiva teórica y metodológica, el esquema o enfoque con el que se va a desarrollar; expresa también el tipo de estudio, el alcance de la investigación; se identifican los sujetos de estudio, para así, elegir las técnicas e instrumentos adecuados para capturar datos o para su difusión, junto con la justificación, que responde el porqué hacer distinción de esta información para ser digna de archivar.

En el capítulo 2, se aborda la definición e historia de la radio comunitaria en el mundo, en América Latina y en México, destacando sus primeras apariciones, sus características de atención popular, acentuando su relación directa con los movimientos sociales en contra de la discriminación y a favor del empoderamiento social así como los distintos nombres que se les ha otorgado a lo largo de la historia, resaltando como muchas veces las radios comunitarias impulsaron a los grupos y sectores ante la desigualdad y represión del Estado, preponderando la importancia de tener una propia voz en los medios, impactando en diferentes esferas comunes, como la religión, la educación de los pueblos y los derechos de los trabajadores. Y también se explica la importancia de la radio online o mejor conocida como radio por internet.

En el capítulo 3, se expone el marco teórico, que es la perspectiva o el paradigma con el cual se va a desarrollar el proyecto, junto con una pizca del marco contextual, que es donde se abordan los detalles del contexto social, en este caso, las características de la comunidad de Tehuizingo, Puebla. Plantea desde sus

orígenes, ubicación geográfica, clima, principales ecosistemas, símbolos representativos, actividades económicas, cultura y tradiciones.

Las posturas más representativas a definir y distinguir son las posturas empírico analítica, la sociología funcionalista, el significado a profundidad de lo que es la comunicación masiva y porque se elige esa vertiente.

Se exponen los conceptos con los que crece la investigación; que es la comunicación para el desarrollo, junto con sus características, qué es lo que se logra a partir de su implementación, cuáles son sus objetivos y herramientas que la diferencian de otros modelos de comunicación.

Se explica en qué consiste la radio comunitaria, cuáles son sus antecedentes, sus procesos de creación y da a conocer las necesidades de comunicación para impulsar el desarrollo de la misma.

En el capítulo número 4, se define el marco metodológico y el enfoque con el que se aborda la investigación, en este caso las funciones y fases del enfoque cualitativo. Aquí es donde se recolecta información mediante entrevistas a profundidad creadas desde las dimensiones de comunicación y su importancia; se formula la entrevista y las supuestas respuestas que se esperan obtener.

En el capítulo 5, se da a conocer la información recolectada a partir de la realización de entrevistas a profundidad; se da interpretación respondiendo a los objetivos generales y supuestos de las entrevistas.

En este apartado se demostraron las problemáticas existentes, desigualdades así como también propuestas para su realización y resolución.

## **CAPÍTULO 1** Planteamiento de la investigación

En el capítulo 1 se aborda el diseño de la investigación, que son los puntos que dan forma a la idea en cuestión, en resumidas cuentas, es una pequeña descripción de cada uno de los elementos relevantes que hay que tomar en cuenta para su realización, desde la definición e importancia de la radio comunitaria en la historia, hasta la descripción del contexto social de Tehuiztzingo, Puebla, que es donde se implementará el proyecto.

Primeramente, reconocer la existencia de las problemáticas de diversas índoles dentro de la población para poder abordarlas y suavizarlas con la iniciativa de comunicación. También identificar los objetivos de la forma más clara posible para describir la estructura, el esqueleto de la propuesta. Revela la pregunta de investigación, los supuestos, la variable a investigar, la perspectiva teórica y metodológica, el esquema o enfoque con el que se va a desarrollar, expresa también el tipo de estudio, el alcance de la investigación; se identifican los sujetos de estudio, para así, elegir las técnicas e instrumentos adecuados para capturar datos o para su difusión, junto con la justificación, que responde el porqué hacer distinción de esta información para ser digna de archivar.

### **1.1 Antecedentes**

La historia de las radios comunitarias lleva directamente a asegurar que su uso incide en la armonía de los procesos de comunicación y participación ciudadana, según Pincheira (1995) citando a Ibarra (1991) señala que: “Su práctica apunta a la desmitificación de la comunicación, donde el ciudadano es percibido como

sujeto deseoso y capaz de transmitir información a sus semejantes y no simplemente como un objeto o consumidor” (p. 184) esto demuestra que cuando se toma en cuenta al individuo, su particularidad y el lugar que ocupa dentro de la comunidad, hace que se vuelva un punto importante para el desarrollo ya que comienza a ejercer la libertad de expresión con mayor confianza y seguridad.

El proyecto a desarrollar se llevará a cabo en la comunidad de Tehuitzingo, Puebla. Siendo una población que se encuentra en la sierra mixteca poblana, que según el INEGI (2010), en el último censo, contaba con 11,328 habitantes, de los cuales 5,360 son hombres y 5,968 mujeres. Tehuitzingo pertenece a la región socioeconómica número VI de Izúcar de Matamoros, y al distrito federal electoral 13º así como también pertenece al distrito judicial número 1 con cabecera en Acatlán.

Al norte limita con Ahuatan y Cuayuca, al sur limita con Ahuehuetitla, Chinantla y Axutla, al oeste limita con Santa Inés Ahuatempan y Acatlán y al poniente limita con Chiautla de Tapia e Izúcar de Matamoros. Cuenta con 33 juntas auxiliares, entre las más destacadas se encuentran Atopolotitlán, La Noria Hidalgo, Santa Cruz Tejalpan, Tlachinola y Tuzantlán siendo Tehuitzingo la cabecera municipal (Municipios de Puebla, 2000).

## **1.2 Situación problemática**

“Un problema de investigación científica, es la formulación de una pregunta o varias preguntas que describe una situación en la que estamos interesados en investigar, nos obliga a responder qué es lo que está sucediendo, cuál es la

situación por mejorar o cuáles son los factores que están provocando la situación” (Bauce, 2007, p. 116).

Figura 1 Árbol de problemas

ÁRBOL DE PROBLEMAS		
PROBLEMÁTICA	CAUSAS	EFFECTOS
Las necesidades de comunicación en Tehuiztingo, Puebla:  Falta de comunicación, interacción e identidad dentro de la comunidad.	Ignoran las necesidades de comunicación dentro de la comunidad, por lo consiguiente, no lo consideran necesario.	<b>Falta de identidad:</b> Los pobladores de Tehuiztingo no se sienten identificados con su lugar de origen, esto lleva a la pérdida de cultura, patrimonio y tradiciones.
	Las personas creen que invertir en profesionales de la comunicación no sirve de nada, no le dan la importancia adecuada.	<b>No hay participación ciudadana:</b> Hay escasez de interacción entre Estado y comunidad que lleva a la desigualdad social y desapego de la realidad
Ausencia de un medio comunitario local online.	Desconocimiento de otros medios o formas de difusión de información.	<b>Desinformación de su realidad social:</b> Lleva a la ignorancia, delincuencia y analfabetismo en los jóvenes y adultos.

Elaboración propia

Lo que se explica en la figura 1, es la problemática que aborda este proyecto, las autoridades de Tehuiztingo identifican que hay fuertes problemáticas sociales que se podrían resolver facilitando la información adecuada en un medio comunitario online, hay personas que no están enteradas de temas de importancia local o se

encuentran ajenas y eso provoca la separación o fragmentación de los grupos trayendo consigo la falta de interacción e identidad dentro de la comunidad de Tehuizingo.

Es muy importante contar con una radio comunitaria como medio de interacción local, porque ayuda a concientizar y empoderar al sector popular, al mismo tiempo que recupera la identidad cultural y las prácticas populares en un espacio de libre expresión.

De esta forma, la comunidad se encuentra unida, informada, interconectada y también pueden ayudar a generar cambios con el poder de su propia voz.

### **1.3 Diseño de la investigación**

“Consiste en facilitar información de lo que se busca y corresponde a la elección de estudio que se realizará. Estos se clasifican en: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos” (Tapia, 2000, p. 6).

Según Villavivencio (2016) los estudios descriptivos son el primer acercamiento serio desde la comunidad científica a un fenómeno que sucede en la naturaleza, tienen la función de caracterizar la frecuencia de aparición del mismo.

La investigación será de carácter descriptiva, porque inicialmente, se plasma la realidad social, el ritmo de vida en Tehuizingo, Puebla, y desde su observación, se reconocen las necesidades de comunicación por resolver. Posteriormente, se da solución con un medio local comunitario.

### 1.3.1 Objetivo

- Mostrar los beneficios que tiene implementar la radio comunitaria y que tanto ayuda al desarrollo y el cambio social, a partir de un proyecto de construcción ciudadana que surge debido a la falta de comunicación.

Figura 2 Árbol de objetivos

ÁRBOL DE OBJETIVOS		
OBJETIVOS	SE LOGRA A PARTIR DE	ES IMPORTANTE PORQUE
Se busca satisfacer las necesidades de comunicación en medios digitales dentro de Tehuiztingo, Puebla.	Implementar un medio local comunitario, en este caso, una radio comunitaria.	<b>Motiva a la participación:</b> De esta forma los individuos se involucran en la toma de decisiones dentro de la comunidad.
Incentivar el desarrollo, integrar y empoderar a la población.	De esta forma facilitar información a la población para mejorar la comunicación en general.	<b>Rescate cultural:</b> Apuesta contra la desmemoria y el olvido de la cultura y tradiciones en la sierra mixteca poblana.
Lograr el cambio social.		
Creación de un medio comunitario local: una radio comunitaria online.	Ya que el objetivo se cumpla, seguir trabajando en la mejora y reforzando la construcción ciudadana.	<b>Interés genuino:</b> Al participar, los habitantes se encuentran más comprometidos e interesados ante el desarrollo
		<b>Desinformación:</b> Lleva a la ignorancia, delincuencia y analfabetismo en los jóvenes y adultos.

Elaboración propia

Figura 3 Objetivos específicos

OBJETIVOS	CARACTERÍSTICAS
<b>Objetivos a corto plazo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dar iniciativa a la radio comunitaria.</li> <li>2. Brindar acceso a la información oportuna.</li> </ol>
<b>Objetivos a mediano plazo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Retroalimentación y participación</li> <li>2. Alcance y difusión a toda la población</li> <li>3. Apropiación del medio, que se sientan parte de la radio comunitaria.</li> <li>4. Empoderar.</li> </ol>
<b>Objetivos a largo plazo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Concientizar, facilitando procesos inclusivos de comunicación sobre desafíos sociales, ecológicos y políticos.</li> <li>2. Educar, logrando una transformación y cambios conductuales.</li> </ol>

Elaboración propia

Las figuras 2 y 3, explican a detalle el objetivo general y específico del proyecto, es lo que se busca alcanzar mediante la radio comunitaria. En la figura 2, se muestra la importancia y el efecto que tiene dentro de una comunidad así como en la figura 3 se muestran los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

### 1.3.2 Pregunta

- ¿Qué estrategias de comunicación se necesitan para la creación de una radio comunitaria en Tehuitzingo, Puebla?

### 1.3.3 Supuesto

Al reconocer las necesidades de comunicación en la comunidad de Tehuitzingo, se crea un medio comunitario local que apuesta por resolver las

problemáticas de comunicación existentes y mejorar la calidad de las relaciones humanas.

#### **1.4 Variable**

“Es una propiedad o característica observable en un objeto de estudio, que puede adoptar o adquirir diversos valores y esta variación es susceptible de medirse” (Tapia, 2000, p. 7).

La variable a investigar son las necesidades de comunicación, se tienen que identificar las fallas en el sistema de comunicación-difusión de información dentro de la comunidad.

A partir de definir las necesidades de comunicación, se planifican estrategias para redimir a la población de sus carencias comunicacionales, facilitando el ejercicio de empoderarse y tener su propia voz, logrando así el cambio social.

#### **1.5 Perspectiva teórica**

La perspectiva teórica que se elige es la comunicación para el desarrollo:

“El cometido central de la comunicación para el desarrollo es reforzar la participación y fomentar el acceso a la información: Si las capas vulnerables de la sociedad están bien informadas pueden reivindicar sus derechos y aprovechar eficazmente las ofertas estatales para salir de la pobreza y tener acceso a la información. Esto hace de la comunicación para el

desarrollo un tema de gran actualidad aunque no sea para nada un tema nuevo” (COSUDE, 2016, p. 7).

La comunicación para el desarrollo es una herramienta poderosa que resulta ser un punto de inflexión para el crecimiento, la libertad de expresión y la transformación en beneficio de la sociedad.

El proceso a implementar se encuentra en el manual de Comunicación para el Desarrollo: Una guía práctica de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) publicado en Julio de 2016.

### **1.6 Perspectiva metodológica**

“Como toda perspectiva, la metodológica implica un espacio, una conciencia de posición con respecto al campo de observación. Una posición que enmarca lo observable —lo que se ha de recoger de la realidad social— para señalar posibilidades de acción en la investigación y en la sociedad” (Callejo, 1998, p. 35).

### **1.7 Enfoque: Cualitativo**

Se considera que la investigación cualitativa es un proceso interpretativo de indagación basado en distintas tradiciones metodológicas que examina un problema humano o social; quien investiga construye una imagen completa y holística, analiza las palabras, presenta perspectivas detalladas de los informantes y conduce al estudio de una situación natural (Vasilachis, 2006, p. 2 citando a Creswell, 1998) por esto, se considera que la investigación cualitativa es un

vocablo comprensivo que se refiere a diferentes orientaciones, siendo un enfoque multimetódico, naturista e interpretativo.

El proyecto se desarrolla bajo el esquema cualitativo, porque se tomará en cuenta la opinión de los líderes de Tehuizingo, esto significa que no puede haber una sola opinión o interpretación, si no, que a través de sus ideas, convicciones y su propia voz se llega a una conclusión general.

### **1.8 Tipo de estudio**

De acuerdo al tratamiento de las variables existen dos tipos de estudio experimental y no experimental, en este proyecto se eligió el método no experimental porque se pretende describir las variables de necesidades de comunicación en Tehuizingo sin alterar las condiciones que la comunidad representa, no manipular o tener alguna intervención en el contexto, si no, observar los fenómenos como presentan de manera natural para después analizarlos.

### **1.9 Alcance de la investigación**

En las investigaciones descriptivas, el propósito del investigador consiste en describir situaciones, eventos y hechos. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es recolectar datos; para los investigadores cuantitativos, lo importante es medir; y

para los cualitativos, su punto máximo es recolectar información (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2014).

### **1.10 Sujetos de estudio**

Lo que busca el proyecto es involucrarse de forma directa en la vida cotidiana de los sujetos de estudio, en este caso, la población de Tehuiztzingo, Puebla. Para que al conocer sus necesidades, problemáticas, ideologías, organización social e intereses, accionar tomando en cuenta lo que los habitantes buscan transformar. Se realizarán entrevistas a profundidad a los líderes políticos, religiosos y sociales de la comunidad, a partir de sus respuestas y criterios, recolectar información de valor para tener un panorama de la situación actual.

- Luz del Carmen García, Regidora de Patrimonio y Hacienda Pública M.
- José Guadalupe Enríquez López, Presbítero de Tehuiztzingo.
- Nelly Alicia Sánchez Hernández, Sindico Municipal de Tehuiztzingo.
- Maestra Reina Díaz López, Regidora de Parques y Jardines.
- Presbítero Lic. Jorge Osio López. Párroco de San Miguel Arcángel.
- Bonfilio Bautista Paredes, Director de Desarrollo Rural de Tehuiztzingo.

### **1.11 Técnicas e instrumentos**

Se utilizará como instrumento cualitativo, las entrevistas a profundidad para conocer el contexto, el ritmo de vida, los intereses y la forma de relacionarse.

“La entrevista a profundidad es una técnica para recopilar información sobre conocimientos, creencias, rituales, de una persona o sobre la vida de

una sociedad, su cultura. Consiste en solicitar información sobre un tema determinado. Se caracteriza por una conversación personal larga, no estructurada, en la que se persigue que el entrevistado exprese de forma libre sus opiniones, actitudes, o preferencias sobre el objeto de estudio. De esta manera se concibe como una interacción social entre dos personas en la que se va a generar una comunicación de significados; una va a explicar su visión del tema, el entrevistado y la otra va a tratar de comprender o interpretar esa explicación; es una serie de conversaciones libres en las que el investigador poco a poco va introduciendo nuevos elementos que ayudan al informante a ofrecer más información (Varguillas, Siavil, Ribot de Flores, 2007, p. 250).

En este tipo de entrevistas nuestros interlocutores son informantes en el más verdadero sentido de la palabra. Actúan como observadores del investigador, son sus ojos y oídos en el campo. Por lo tanto, su rol no consiste simplemente en revelar sus propios modos de ver, sino que deben describir lo que sucede y el modo en que otras personas lo perciben.

Un ejemplo de esta técnica o instrumento, es el estudio de Erikson (1976) sobre la reacción de una ciudad de Virginia Occidental ante un desastre natural, y también el estudio de Domhoff (1975) sobre las élites de poder.

La investigación de Erikson no podría haberse realizado de otro modo a menos que el autor se encontrara accidentalmente en el lugar de un desastre natural, algo improbable por cierto, mientras que podemos suponer que Domhoff no habría podido lograr el acceso a los lugares

íntimos frecuentados por los poderosos (Centro de Investigación y Docencia (2008).

A continuación se presenta la guía de entrevista para líderes de opinión en Tehuizingo, enfocadas en las dimensiones de interés.

- 1 ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en la comunidad de Tehuizingo?
- 2 A partir de sus necesidades, ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?
- 3 ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuizingo?
- 4 ¿Cuáles son las limitantes de comunicación que tiene la comunidad?
- 5 ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuizingo?
- 6 ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuizingo?
- 7 ¿Qué es lo que más destaca en Tehuizingo para rescate cultural y patrimonial?
- 8 ¿Los pobladores de Tehuizingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?
- 9 ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?
- 10 ¿Considera que los pobladores de Tehuizingo tienen iniciativa personal y colectiva?
- 11 ¿Qué cambios haría en Tehuizingo? (Infraestructura, problemáticas sociales)
- 12 ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?
- 13 ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?

**1.12 Justificación** “La ética en la investigación es un tipo de ética aplicada o práctica, que trata de resolver problemas no meramente generales, sino también problemas específicos que surgen en la realización de una investigación” (Salazar, Icaza, Alejo, 2018; citando a Penslar, 1995).

La ética profesional se conoce también como la ética de la responsabilidad; la palabra ética, la filosofía la describe como un saber racional a partir de valores morales; una profesión es una actividad social donde operan distintas personas, entonces se concluye que la ética profesional es la forma correcta e íntegra en la cual se debe actuar dentro de una profesión sin darle poder al interés personal, político o económico; es fundamental saber que las acciones como profesional de la comunicación, no solo tienen un impacto que beneficia o perjudica a nivel personal sino también, a la comunidad entera.

A lo largo del tiempo, gracias a que el ser humano por naturaleza es curioso y busca explorar conocimientos, expandir ideas y desarrollar saberes, se han realizado muchas investigaciones, a partir de ellas, otras personas pueden guiarse para generar nuevas aportaciones en el ámbito, pero muchas otras veces cometen plagio o robo de autoría. La ética profesional juega un papel muy importante a la hora de embarcarse en una investigación; porque se tiene que respetar tanto el derecho de la información como las distintas ideologías y puntos de vista.

A partir de dejar en claro lo importante que es la ética profesional al investigar desde la comunicación, se justifica y se toma en cuenta los antecedentes de la radio por internet, porque de esta forma se valida la decisión

de que el proyecto de radio comunitaria Tehuitzingo hará uso de esta plataforma, eligiéndola como su mejor opción.

Se hará uso del internet, porque por medio de un análisis se comprueba que hay acceso a esta tecnología en su gran mayoría y por otra parte, en contraste, la comunidad no cuenta con apoyo financiero para obtener o crear un espacio idóneo para su desarrollo, sin acceso a una cabina de radio, computadoras, micrófonos, mesas, sillas, o un ambiente sublime, se optó por utilizar el internet; un espacio de dvirtual donde los habitantes tendrán mayor facilidad de acceso a cualquier hora del día desde cualquier dispositivo.

La radio por Internet, conocida como *radio on line*, *iRadio*, *smart radio* o *streamcasting de audio*, mediante el sistema conocido como *streaming*, tuvo su aparición en 1993, en Estados Unidos. La primera estación fue *Internet Talk Radio*, que trabajó con una tecnología llamada MBONE (*IP Multicast Backbone on the internet*), la cual fue creada por Carl Malamud, en la que se producían únicamente programas de voz que eran almacenados y distribuidos en formatos de archivo compatibles con computadores PC y Macintosh, logrando llegar a 14 millones de personas, situadas en 106 países del mundo; luego incluyó imágenes y texto con el fin de que los internautas interactuaran con la emisora en simultánea con su escucha (Forero J, Céspedes F, 2018).

Se define a la utilización de los nuevos medios como una nueva revolución mediática que supone el desplazamiento de toda la cultura hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador, y confirma que tal revolución es más importante y profunda, que cualquiera otra que se haya

dado en épocas anteriores (Forero J, Céspedes F, 2018). Lo cual quiere decir que las cualidades que brindan los nuevos medios, a través de las dinámicas en la radio online, también impulsan a crear y producir contenidos lo cual se cita:

La programación cambia el diseño, que se abre a posibilidades de relación distintas con el oyente, entre las que se encuentra su intervención en la producción de contenidos radiofónicos. El nuevo modelo es ahora más nómada, más autónomo, más rico en expresiones y accesibilidad, más dinámico, más cercano y más innovador (López Vidales, 2011, citado por Forero J, Céspedes F, 2018).

El ejercicio de la práctica de la ética profesional al investigar sobre la radio comunitaria para el cambio social lleva directamente a los valores y a la responsabilidad de aportar a las futuras generaciones, el beneficio que traen los medios locales de comunicación, exponer cómo funcionan, cómo se crean y cómo se les da seguimiento. También por su parte, respetar a los investigadores de la comunicación y otras ciencias interesadas en estos procesos.

Lo que muestra este capítulo es la realidad social de Tehuiztzingo, Puebla a través de un análisis profundo, se descubrió que dentro de la comunidad, no hay identidad ni interacción entre los habitantes, esta falta de comunicación desencadena diversos problemas sociales, donde grupos específicos se encuentran afectados y desinformados de sus propios derechos y responsabilidades. Encontrando como objetivo principal crear un medio comunitario local para agilizar y movilizar a la población fomentando la unión e interrelación entre los pobladores.

Teniendo en cuenta a la comunicación para el desarrollo como perspectiva teórica, va a potencializar al empoderamiento del poblador ya que al tomarse en cuenta, reconocerse y ponerles atención, darles un espacio de expresión, pueden tomar mejores decisiones en torno a su calidad de vida. La visión cualitativa que expresa ayuda a que se mire la problemática desde distintos ángulos, tomándose en cuenta como un todo al cual analizar desde diferentes interpretaciones, dando como resultado mucha información que hay que guiar y pulir hasta llegar a una deducción específica, donde se encuentren identificados todos los factores y los involucrados: un resultado final.

Al ser una investigación no experimental y descriptiva, refleja el fascinante hecho de poder describir o reseñar una realidad social desde su atípica naturaleza inmediata, desde su auténtica pureza. El poder estudiarla desde diferentes perspectivas conduce a coleccionar detalles, conocer a profundidad las características, costumbres, creencias y formas de vida de una civilización. El hecho de poder immortalizar su esencia cultural actual, generando conocimiento que después será historia y patrimonio.

Se distinguieron como sujetos de estudio a los habitantes de Tehuizingo, Puebla, principalmente a sus líderes de opinión que se les invita por medio de una entrevista a profundidad, a mostrar sus puntos de inflexión e inquietudes en torno a la población. Como justificación se demuestra el respeto que se tiene al investigar sobre los temas en torno a la comunicación y la responsabilidad de dejar datos en beneficio de futuros investigadores interesados en los medios

locales comunitarios así como también los beneficios de utilizar el internet como una plataforma de interacción social y producción de nuevos contenidos.

## **CAPÍTULO 2** Marco histórico de la radio comunitaria

En este capítulo se aborda la definición e historia de la radio comunitaria en el mundo, en América Latina y en México, destacando sus primeras apariciones, sus características de atención popular, acentuando su relación directa con los movimientos sociales en contra de la discriminación y a favor del empoderamiento social así como los distintos nombres que se les ha otorgado a lo largo de la historia.

Resaltando como muchas veces las radios comunitarias impulsaron a los grupos y sectores ante la desigualdad y represión del Estado, preponderando la importancia de tener una propia voz en los medios, impactando en diferentes esferas comunes, como la religión, la educación de los pueblos y los derechos de los trabajadores.

La historia de las radios comunitarias está ligada a reivindicaciones sociales de sectores, especialmente de aquellos más empobrecidos o vulnerables, tanto la población empobrecida por su posición en el estrato social, como por otros sectores como las mujeres, los infantes, los discapacitados, los homosexuales y otros, que aunque pueden tener mejores condiciones económicas, no están exentos de la discriminación y la violencia (Calleja & Solís, 2005, p. 27).

De esta manera, en este medio, los campesinos, los indígenas, las amas de casa, los jóvenes, las mujeres, los hombres, entre otros, pueden expresar sus ideas, su pensamiento, lo que quieren, lo que aspiran, lo que sueñan, lo que les enoja, lo que les alegra, finalmente, lo que cada uno es (Calleja & Solís, 2005, página 25).

## **2.1 Radio comunitaria en el mundo**

“Se puede decir que las primeras experiencias de radio comunitaria se iniciaron en América Latina hace casi medio siglo y durante muchos años los pueblos indígenas, sindicatos, universidades, iglesias, sectores privados y Estados combinaron sus esfuerzos haciendo la radio de la región la más dinámica y diversa del mundo” (Bruce Girard, 1992). Desde su nacimiento, la radio comunitaria ha estado en estrecha relación con procesos de alfabetización, campañas sociales, de salud, con las tradiciones y la cultura popular (Calleja & Solís, 2005, página 44).

Según Bruce Girard (1992) “El uso de la radio como instrumento de cambio social y cultural, 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 desde hace más de 40 años, desde entonces un sinnúmero de proyectos de ese tipo han intentado promover un cambio dirigido por la comunidad en varias formas” (p.3). En cada continente se han establecido redes nacionales e internacionales que las aglutinan, y han tomado diferentes identidades y denominaciones, en Europa se llaman radios libres, en América Latina han sido radios populares, participativas, etc (Calleja & Solís, 2005 página 43).

En Europa, las “radios libres” surgieron durante la década de los 70; el monopolio de los medios electrónicos en Europa estaba en manos del Estado, pero una vez que los grupos sociales descubrieron la frecuencia en FM, la utilizaron para hacer escuchar sus críticas a ese monopolio. Los jóvenes comenzaban a asumir un rol fundamental en los procesos políticos y sociales. Cuestionaron el sistema

imperante en cada país y reaccionaron contra el modelo social y cultural. Las principales experiencias se registraron en Italia y en Francia.

En Francia, las radios también reclamaron la descentralización del monopolio estatal y la posibilidad de existir. La legislación actual las reconoce y también les otorga facilidades financieras por parte del Estado para su mantenimiento. En Canadá, las radios comunitarias tienen reconocimiento legal con escenarios más justos, tienen acceso a recursos públicos, venta de tiempo aire y de la cooperación nacional e internacional. La red de radios comunitarias indígenas incluso utiliza la tecnología satelital.

La radio comunitaria ha tenido muchas denominaciones de acuerdo a su desarrollo en cada región y al contexto nacional en el que nacen, a continuación se exponen las clasificaciones, recopiladas por Rafael Roncagliolo:

- La sindical obrera ligada en Alemania de los años 20 a los sindicatos de orientación social demócrata, que más tarde tuvieron su repercusión en Bolivia con la Red de Emisoras Mineras y en los 80 en Brasil, con el Sindicato de Metalúrgicos de Sao Bernardo do Campo e Diadema.
- Las radios locales tienen auge en España en los años 30, se aprobaron radios con carácter local. Posteriormente en los 50, algunos gobiernos europeos autorizaron la presencia de radios con esas características (Inglaterra, Italia, Suecia).
- La radio pirata es un término nacido en Europa, principalmente en Inglaterra, Dinamarca y Holanda. Su fórmula y propuesta radiofónica era: rock, publicidad de

productos para jóvenes y un disc-jockey dinámico. Las primeras programaciones estaban sostenidas por multinacionales, con fuerte presencia de capitales norteamericanos: Ford, Lever, American Tobacco Company, etcétera. El término “pirata” trascendió el fenómeno europeo y las experiencias europeas para ser utilizado hasta nuestros días para calificar a toda radio o estación de televisión que transmita sin autorización oficial. Quienes más utilizan el vocablo son quienes con este adjetivo pretenden descalificar a las emisoras surgidas al margen de sistemas establecidos.

- La radio libre surge en las décadas de los 60 y 70, en Europa por una revuelta contra los monopolios estatales de radiodifusión. Nacieron en Francia e Italia y se extendieron posteriormente por casi todo el antiguo continente. En los años 80 quedaban muy pocas radios libres de nuevo tipo, o “democráticas”, como se autodenominaban para diferenciarse de las puramente comerciales.
- La radio educativa o popular, tiene como experiencia, casi todas las cristianas, se extendieron por América Latina en los años 60. Cerca de medio millar de radios de este tipo surgieron en 15 países. En un primer momento dirigieron su atención a los campesinos e indígenas y en los 70 se suman también a las poblaciones suburbanas y marginadas.
- La radio insurreccional, la han utilizado decenas de movimientos insurgentes del Tercer Mundo como elemento de lucha. Son un tipo especial de radio que por fuera del sistema establecido se exponen a “sanciones” que van mucho más allá de la clausura o la incautación de equipos. La más famosa ha sido Radio Venceremos en el Salvador.

- La radio propaladora, hace referencia a una característica técnica específica. Se trata de radios que se arman en torno a un sistema de bocinas unidas por cables y montadas sobre postes. Un amplificador y un micrófono completan el rudimentario equipamiento que permite una difusión de sonido de corto alcance. Estas difusoras han sido utilizadas para eventos de breve duración, aunque en algunos casos han tenido un carácter permanente.
- La radio trucha; proviene del lunfardo rioplatense. “Trucho” significa, en la jerga popular, falsa, de poca calidad. Las primeras radios surgidas fuera del sistema establecido en la Argentina fueron denominadas popularmente con este término. La experiencia pionera nació a mediados de los años 80. La marginación llevó a uno de ellos a armar su transmisor, de ahí que cada radio que tenía un transmisor de fabricación casera le nombraba “trucha”.
- La radio rural, su existencia en África data de los años 60; tiene encomendado el tratar el tema del desarrollo, difundir la cultura local, y transmitir las políticas gubernamentales. Esta definición puede aplicarse a casi todas las emisoras en zonas rurales en los países desarrollados y en desarrollo.
- La radio indígena o aborígen; históricamente las poblaciones indígenas han tenido muchas dificultades para acceder a los medios de comunicación. En algunos países, como en México, es importante establecer la diferencia entre radios indigenistas y radios indígenas. Las primeras, aunque tienen un perfil comunitario, son medios de Estado y no cumplen con la condición de propiedad colectiva ciudadana, las segundas son medios operados y dirigidos por grupos indígenas, sin intermediación del Estado y con autonomía en su proyecto.

- La radio comunitaria, en su nombre resalta la idea de comunidad y destaca el valor democrático de “poner en común”. La expresión “radio comunitaria”, es quizá la de mayor elaboración teórica, pues sus miembros se preocupan permanentemente por redefinir las características que hacen comunitaria a una radio.
- La radio ciudadana empieza a desarrollarse en los años 90, se define así en la medida en que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos (Calleja & Solís, 2005).

## **2.2 Radio comunitaria en Latinoamérica**

En América Latina, la historia de las radios comunitarias se relaciona con las luchas políticas que en el continente libraron los sectores populares. Surgieron impulsadas por una vocación de denuncia o reacción ante la situación de desigualdad económica, política y social, como un espacio para la reflexión y la conciencia acerca de su condición. Surgen, además, como una alternativa comunicacional ante el modelo de radiodifusión comercial, dominante en los países de la región. En las zonas rurales proliferaron las radios católicas impulsadas por su misión evangelizadora.

También las radio escuelas tuvieron un papel fundamental en los inicios de la radio comunitaria en América Latina, Salcedo fue el principal precursor de las radio escuelas, cuando en 1947 comenzó a emitir para la comunidad con un viejo transmisor en la zona de Sutatenza, Colombia (Calleja & Solís, 2005).

Ligada a poblaciones rurales y pobres, inició en la década de los 40, con la experiencia de la escuela radiofónica en Sutatenza, Colombia; posteriormente, en los 60, pasó a reivindicar las luchas sociales que proliferaban en esa época, por lo que se tomó la identidad de radio popular. En los años 80 fue cuando empezó a desarrollarse el concepto de radio comunitaria, ampliando su definición en los últimos años, como radio ciudadana (Calleja & Solís, 2005).

Las radios mineras de Bolivia figuran entre las primeras experiencias de radios comunitarias del continente, su impulso se dio con los sindicatos mineros en los años 50, la emisora *La voz de los mineros*, instalada en la mina Siglo XX, defendía sus condiciones de trabajo y los intereses de los trabajadores. José Ignacio López Vigil (1986) recogió la historia y el testimonio de las primeras radios mineras y radios católicas bolivianas, de su trabajo se retoma el siguiente testimonio:

“Antes del 52, de la Revolución, el Sindicato no tenía emisora. Un par de altoparlantes se utilizaban para llamar a asambleas, poner discos, y así. Bueno, en el 52, los mineros planteamos tener una radio. Y se inauguró La Voz del Minero, la primera emisora de los centros mineros. Pero el caso era que la gente no tenía receptores, entonces, el Sindicato se vió obligado a traer receptores, unos pequeñitos” (Calleja & Solís, 2005, p. 43).

### **2.3 Radio comunitaria en México**

“El fenómeno de las radios comunitarias en nuestro país no es ajeno de toda la discusión sobre los derechos humanos en el mundo” (Calleja & Solís, 2005, p. 17).

El interés de la ciudadanía para impulsar espacios de radiodifusión comunitaria habla de un avance democrático en nuestro país, de un entendimiento acerca de la importancia del desarrollo social integral, equitativo y justo, y de una promoción de una cultura política de respeto y tolerancia, donde la sociedad participa, opina y genera propuestas corresponsables.

Al hablar de antecedentes sobre los medios comunitarios de comunicación en México, es necesario mencionar los diferentes factores que permitieron su surgimiento.

En el marco del crecimiento de los medios comerciales y el surgimiento de los medios de Estado, en los años 60, cerca de la zona cafetalera de Coatepec, en la comunidad de Teocelo, Veracruz, un grupo de hombres y mujeres del campo descubren con sorpresa, la magia de escuchar su propia voz a través de la radio, en aquel tiempo ni siquiera existía el planteamiento de una emisora comunitaria, simplemente se pensaba como un medio para acercar la cultura a la gente. Don Antonio Homero Jiménez García, fundador de Radio Teocelo, cuenta que los primeros años no fueron fáciles, “Nos metimos a brujos, sin saber de hierbas”, expresa en tono autocrítico, “Al principio todo empezó como una verdadera chifladura...como una cosa de locos... Así transcurrió la primera etapa de estación que al principio fue ‘pirata’, espero que ahora nos lo perdone la Secretaría de Comunicaciones y Transportes” dice en pose socarrona don Antonio (Calleja & Solís, 2005, p. 64). Incluso a fines de los 70 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes estuvo a punto de revocarles el permiso, ya que la radio salía del aire por periodos prolongados. Después de 40 años, se sigue reconociendo la visión

que tuvieron los iniciadores de esta aventura, que en su momento alguien les dijo que era mejor conseguir un permiso y lo lograron, sin saber que habían sentado las bases para que ese proyecto tuviera más tarde, un fuerte impacto social más allá de lo local, hasta perfilar un modelo propio de carácter comunitario, de propiedad colectiva ciudadana.

Al mismo tiempo, Radio Huayacocotla en Veracruz comienza transmisiones en onda corta hasta que, 27 años después de solicitar el permiso para transmitir en señal abierta, en el 2005 lo logran. Radio Huaya como se le conoce muchos, tuvo sus comienzos como escuela radiofónica, y el permiso en onda corta se obtuvo bajo el nombre de la Universidad Iberoamericana. Su trabajo ha sido ampliamente documentado y es un referente indispensable en la historia de la radio alternativa y comunitaria de servicio a la población campesina. Con cercanía a la iglesia de corte progresista empezó en 1965 bajo la administración de Servicios Radiofónicos de México A. C., más tarde en 1974 Fomento Cultural y Educativo se hace cargo de la emisora, suprimen el modelo de escuela radiofónica y pasan a uno de promoción social.

En 1999, con la huelga en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el movimiento estudiantil que en un principio tuvo un gran apoyo de diversos sectores, y que después por la radicalización que tuviera el movimiento a través del Consejo General de Huelga (CGH) se quedó aislado y reducido, estableció la necesidad de contar con un medio propio para informar el día a día de la huelga de los estudiantes y nació la K-huelga, emisora en la banda del FM que transmitía con un equipo de fabricación propia. Con esta emisora comenzó la

apropiación de los jóvenes de la tecnología, pues lo que había sido durante mucho años un obstáculo para tener una radio propia, era la dificultad para contar con un equipo transmisor, la habilidad e ingenio de los jóvenes logró que con unos cuantos implementos construyeran transmisores de baja potencia a precios muy bajos que hizo posible su multiplicación (Calleja & Solís, 2005).

Fue así como emergieron muchas radios a lo largo y ancho del país; en el 2000 con la llamada transición democrática y la expectativa de una nueva ley de radio y televisión, decenas de grupos en zonas indígenas, rurales y urbanas decidieron abrir su propio medio de comunicación.

#### **2.4 La radio comunitaria por internet**

Tiene los mismos objetivos que una radio comunitaria solo que se hacen uso de plataformas digitales que les permite construir y evolucionar planificadamente en cuanto a estrategias de comunicación digital participativas y su principal objetivo es comprender nuevas conexiones y herramientas audiovisuales para que se aprovechen el potencial de internet y las redes sociales siendo medios de permanencia, interacción y de encuentro.

Las radios comunitarias se relacionan con la cultura y con lo que actualmente se le denomina como cultura digital, esta se encarga de abordar el estudio de aspectos éticos, sociales, estéticos y culturales de las tecnologías de la comunicación y la información, es decir, no se limita a la producción cultural y literal del conocimiento y del arte, por eso la forma de recolectar datos del pasado para el futuro, se encuentra en constante evolución, incluso desde los años 80's son promovidas

como agentes importantes para el desarrollo por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (Fraser & Estrada 2001, citado por J. Panargote, J. Ceverina, O. Patricio. 2019).

El desarrollo de las radios comunitarias en internet, se ha venido dando con escasa preparación y asunción de que el entorno virtual es una moda, sin entender sus demandas y paradigmas comunicacionales.

La aparición de la web.2.0 ha abierto horizontes insospechados a la interacción de los productores radiofónicos con sus audiencias. La nueva radio, aunque sigue naciendo en estudios y emitida por ondas, se difunde ahora por web en todo el mundo. Es la radio de la participación en línea, gracias a la interacción con las redes sociales, cuyos programas, se almacenan en repositorios de libre acceso (Rendón López, Ortega Carrillo, 2015).

Según (Fraser & Estrada, 2001 citado por J. Panargote, J. Ceverina, O. Patricio. 2019) desde inicios de la década del año 2000, las emisoras buscaban en la web la información solicitada y ponían los resultados en el aire; además, organizaban discusiones en línea entre expertos en salud, agricultura, etc. Sin embargo, es desde años recientes que la radio comunitaria encuentra en las plataformas como redes sociales oportunidades propias de un amplio acceso a nivel tecnológico e incluso financiero, pero también retos de cómo el de ser visible entre una diversidad de perfiles y temáticas con presencia virtual, siendo que a veces ni siquiera ha determinado su público objetivo.

En la actualidad, la Internet posibilita a los oyentes y emisoras establecer conexiones sincrónica y asincrónicamente, de este modo, la emisión puede ser en

tiempo real o por servicio de carta, sin embargo para ciertas radios comunitarias, la comunicación digital les puede ser de difícil adopción, por la razón de que generalmente no han tenido financiamiento para comprar equipos digitales o capacitar al personal para las operaciones digitales además de que los oyentes digitales actuales, tal como indican son prosumidores y hacen uso de aplicaciones de la navegación de internet para generar contenidos (Jenkins & Deuze, 2008 J. Panargote, J. Ceverina, O. Patricio 2019).

Cuando estas actividades de usos de herramientas, se organicen y se realicen sistemáticamente conformarían procesos de gestión de tecnología, con lo que las organizaciones radiales aprovecharían mejor sus recursos. Entre otros aspectos los esfuerzos de las radios comunitarias permitirían comunicaciones bidireccionales con los usuarios, presentando recursos audiovisuales propios que muestren el potencial del medio y fortalezcan su mensaje. Solo mediante la creación de procesos de comunicación en los que las personas de la comunidad entablan un diálogo y una discusión analítica entre ellos, participarán y decidirán por sí mismos sobre los cambios que afectan sus vidas e incluso con el auge de internet las radios comunitarias fungen de interfaz entre los lugareños y la red (Fraser & Estrada, 2001 citado por J. Panargote, J. Ceverina, O. Patricio. 2019).

Es en esta interacción libre donde se produce la creación activa de significados por parte de quienes, emitiendo información, favorecen su propio aprendizaje y contagian a sus audiencias a aprender. Ello significa superar el modelo de comunicación lineal-unidireccional-vertical, modelo característico de la

educación tradicional, para transformarlo en un modelo interactivo-bidireccional-horizonta. Este paradigma pone de relieve que es precisamente en el intercambio de roles entre emisores y receptores donde se producen los procesos de aprendizaje de actitudes, valores, conocimientos y competencias (Rendón López, Ortega Carrillo, 2015).

Sin embargo, la mayoría ven esta herramienta tecnológica como una posibilidad para hablar, contar, construir y narrar discursos, así también como la posibilidad que se le ha ofrecido desde los años 60's las radios comunitarias, hoy se ofrece masivamente con las tecnologías de información y comunicación (García S, 2012).

Reiterando que la tecnología es un instrumento importante, no solo para la transmisión de la información, sino también para la codificación del conocimiento, de esta forma la tecnología se vuelve mas profesional e innovadora.

Las diferencias que se pueden destacar entre radio indígena, radio comunitaria y radio comercial son:

Figura 4 Diferencias entre radio indígena, comunitaria y comercial

Características		
Radio indígena	Radio Comunitaria	Radio Comercial
Las radios indígenas son responsabilidad de autoridades nativas legalmente reconocidas, es un medio de comunicación entre los	Es un medio que genera participación y su objetivo social es la democratización de las comunicaciones con la finalidad de que la sociedad	Tiene la función de que el oyente pueda convertirse en un consumidor  Se orienta a llegar a públicos amplios,

<p>indígenas. Los movimientos aborígenes han existido desde un marco legal diferente que los que gozan las radios de interés público o las radios comunitarias.</p>	<p>civil tenga espacios para sus propios intereses.</p>	<p>obteniendo diversidad de géneros y utiliza lenguaje coloquial.</p>
<p>Tiene una relación íntima con la cultura, busca fortalecer y conservar las tradiciones, la lengua, los planes de vida autóctonos de los pueblos indígenas.</p> <p>Apuesta contra la desmemoria ante sus formas de ver y relacionarse con el mundo.</p>	<p>Es el mejor medio para recuperar identidad cultural y dar nuevamente orden al valor de tradiciones y prácticas populares; ayudando a que el miembro de la comunidad entienda y valore su cultura en un espacio de diálogo y libre expresión.</p>	<p>Es una forma muy significativa para llegar a la gente y tiene en su uso sistemático cubrir valores espurios, induce al consumo y de evadirse.</p> <p>Se basa en entretener, divertir e informar, es el máximo exponente de una comunicación vertical, clasificando al auditorio como pasivo.</p>
<p>En su práctica se observa como el lenguaje radiofónico permite poner en común la cosmovisión de pueblos indígenas con la modernidad occidental, rearticulado y resignificado desde la cosmovisión particular.</p>	<p>Promueve la participación ciudadana, defiende intereses, informa verazmente, busca responder a los gustos de la mayoría, ayuda a resolver los problemas en la comunidad, debate ideas, estimula la diversidad cultural y no tolera la discriminación.</p>	<p>Es un instrumento ideológico de dominación y desarrollo del capitalismo: al operar con un perfil netamente comercial.</p> <p>Su función es entretener mediante música de moda, dejando a un lado temas de interés para su auditorio.</p>
<p>Muchas veces el Estado las clasifica como de interés público por eso los indígenas no pueden recibir ingresos por pauta y no pueden encadenarse con otras estaciones.</p> <p>Tienen más dificultad a la hora de grabar, casi todos los programas son en vivo, por problemas económicos y técnicos.</p>	<p>Propone que el pueblo se transforme en el creador y el ente activo en la comunicación, de acuerdo a su capacidad de generar lenguaje, conocimiento y acción.</p>	

<p>Se toma en cuenta:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los contextos interculturales donde se desarrolla</li> <li>2. El nivel de cohesión comunitaria</li> <li>3. La identidad cultural desde una perspectiva de desarrollo endógeno</li> <li>4. La relación entre lengua dominante y lengua originaria</li> <li>5. Los espacios dentro de la comunidad en “desarraigo” o en “vulnerabilidad”</li> <li>6. El autoestima de la comunidad</li> <li>7. Crear nuevas estrategias desde la oralidad e identidad de los pueblos originarios.</li> </ol>	<p>Parámetros:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La administran y dirigen cierto grupo social determinado</li> <li>2. Genera ganancias para reinversión y sustento de la comunidad</li> <li>3. Promueve la diversidad cultural</li> <li>4. Empodera la voz de todos, su voz, talento y experiencias</li> <li>5. Fortalece relaciones sociales, conformando redes de apoyo</li> <li>6. La comunidad produce contenido y responde a ellos</li> <li>7. Se preocupa por actuar, gestionar y movilizar a las personas para solucionar problemas.</li> </ol>	
--	--	--

Elaboración propia

La figura 4 explica las características y diferencias entre la radio indígena, comunitaria y comercial, al poder identificarlas, se resalta su importancia de manera individual y de esa forma es que se entiende con más claridad la misión, visión y propósito de la radio comunitaria.

Como lo describe el capítulo, la radio comunitaria lleva impregnada una tarea de mucho valor que responde ante las irregularidades e ideas excluidas que contrastan con la estructura de los sistemas sociales, económicos y políticos a lo ancho del planeta, siendo conceptos que resultan complicados de alterar o cambiar, dentro de la visión del Estado. Se muestra que las radios comunitarias surgen a partir de necesidades y carencias que se quieren remediar, objetar,

principalmente desde los grupos vulnerables. Las han llamado de muchas maneras, “comunitarias” “libres” “participativas” pero todas han tenido el objetivo de dar voz a quienes más lo necesitan, de diversas índoles, no solo por pobreza, si no por marginación y exclusión.

Las radios comunitarias surgieron primeramente en América Latina y en Estados Unidos; resulta interesante que cuando surgen en Europa fue con el motivo de descentralizar el poder principalmente en Italia y Francia en los años 70s. El fenómeno de la injusticia no discrimina a los países desarrollados, en el capítulo se ejemplifica que es una problemática visible en el primer mundo, así como en el tercer mundo.

Las radios en América Latina surgieron primeramente en Colombia con las llamadas radio escuelas, que estaban dedicadas a mejorar la calidad de enseñanza en poblaciones rurales y empobrecidas pero por otra parte también tuvieron inicios en Bolivia, con las radios mineras donde los intereses y derechos de los trabajadores se escuchaban y se defendían.

Las radios en México iniciaron en Veracruz con radio Teocelo y Radio Huayacocotla, que sin mucho conocimiento se aventuraron a familiarizar a la gente con cultura, religión, educación y promoción social, en ese entonces no tenían el nombre de radios comunitarias, después se les otorgó. Se especifica también las diferencias entre las radios que comenzaron a existir en ese entonces. Mientras, en ciudad de México, se utilizó de apoyo para los movimientos estudiantiles.

También se distingue que la radio comunitaria es un asunto que va cada vez más en ascenso pero que no es tan reconocido o no se le toma tanta importancia, siendo ilógico cuando tiene que ver con los procesos de comunicación que expanden la convivencia de los sujetos dentro de un lugar, de esta forma, desde este entendimiento universal, el tejido colectivo puede ser entendido, mejorado, conectado para una mayor fuerza grupal.

En este caso, la radio por internet puede contribuir a informar, mejorar el acceso a la información y establecer interactividad, aunque hoy en día solo algunos tienen acceso a estas plataformas, para la radio no es una amenaza, porque el internet ha generado opciones abundantes e infinitas para generar servicios y mejorar la comunicación en general.

Estas tecnologías han explorado nuevas e interactivas formas de relación, distribución y de crear sentido; y la radio por internet hace convergencia para la democracia y el crecimiento de la brecha de los que acceden a la información. Hoy en día tenemos acceso a internet en menos de diez minutos y tener conocimiento de una radio o programa de televisión.

De esta forma se podría tener nuevos modelos y recursos de comunicación que fortalezcan el mensaje mediante el diálogo y la discusión analítica. La plataforma que se utiliza para la radio es la plataforma de páginas web y sitios móviles, Wix y poder sintonizarla desde un link en tu buscador del ordenador.

### **CAPÍTULO 3** Marco teórico contextual

En este capítulo se expone el marco teórico, que es la perspectiva o el paradigma con el cual se va a desarrollar el proyecto, junto con una pizca del marco contextual, que es donde se abordan los detalles del contexto social, en este caso, las características de la comunidad de Tehuizingo, Puebla. Plantea desde sus orígenes, ubicación geográfica, clima, principales ecosistemas, símbolos representativos, actividades económicas, cultura y tradiciones.

Las posturas más representativas a definir y distinguir son la postura empírico analítica, la sociología funcionalista, el significado a profundidad de lo que es la comunicación masiva y porque se elige esa vertiente.

Se exponen los conceptos con los que crece la investigación; que es la comunicación para el desarrollo, junto con sus características, qué es lo que se logra a partir de su implementación, cuáles son sus objetivos y herramientas que la diferencian de otros modelos de comunicación.

Y la radio comunitaria como concepción, explica en qué consiste, muestra sus antecedentes, sus procesos de creación de una radio y da a conocer las necesidades de comunicación para impulsar el desarrollo de la misma.

El marco teórico, es “un corpus de conceptos de diferentes niveles de abstracción articulados entre sí que orientan la forma de aprehender la realidad, incluye supuestos acerca del funcionamiento de la sociedad o conceptos específicos sobre el tema que se pretende analizar, un paradigma” (Sautu, Boniolo, Dalle; Elbert, 2005, p. 34).

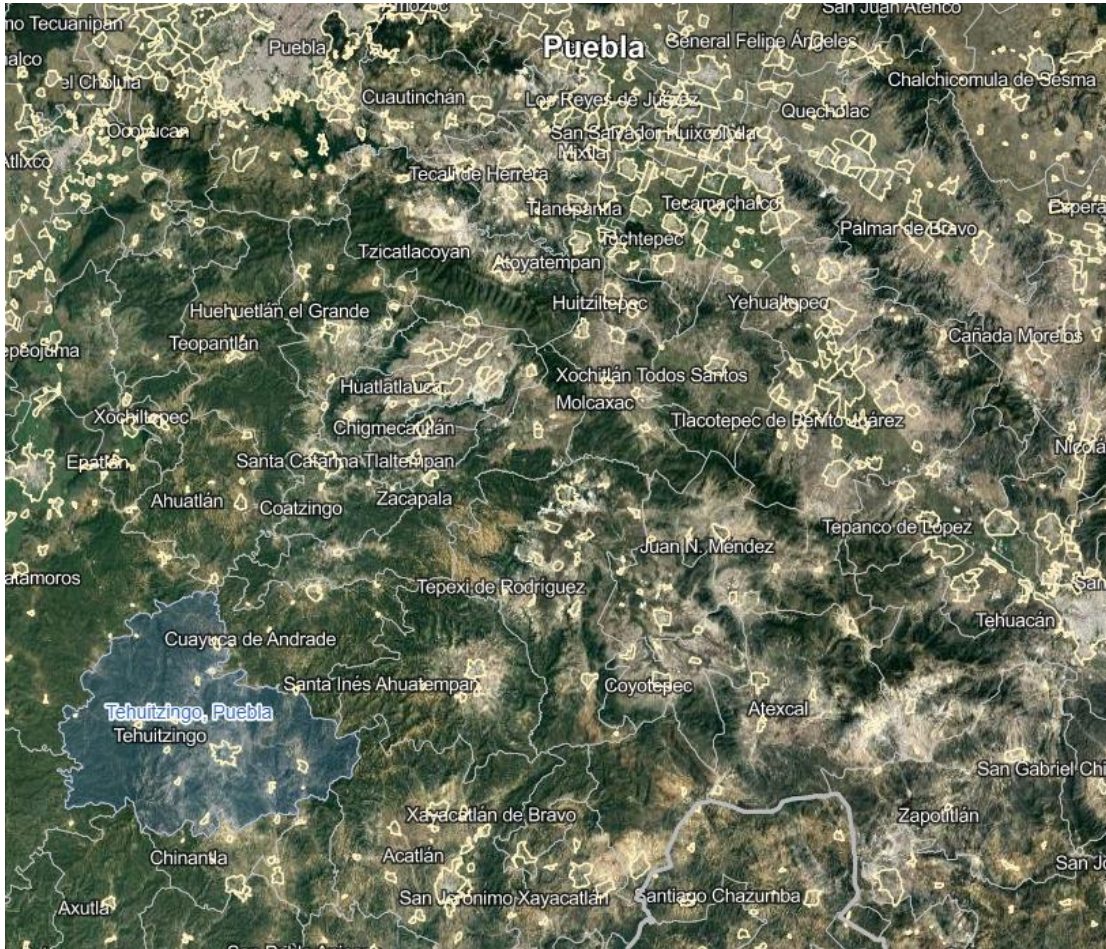
### **3.1 Tehuizingo, Puebla**

El proyecto a desarrollar se llevará a cabo en la comunidad de Tehuizingo, que se localiza en la sierra baja mixteca poblana. Fue fundada por chochopolucas y mixtecos, bautizada con nombre de origen azteca, que significa “pedritas puntiagudas o piedrezuelas puntiagudas”, forma parte de la región Del Valle de Matamoros y cuenta con una extensión de 452km cuadrados y una población, según el INEGI (2010), de 11,328 habitantes, de los cuales 5,360 son hombres y 5,968 mujeres.

Tehuizingo pertenece a la región socioeconómica número VI de Izúcar de Matamoros, y al distrito federal electoral 13º así como también pertenece al distrito judicial número 1 con cabecera en Acatlán.

Al norte limita con Ahuatan y Cuayuca, al sur limita con Ahuehuetitla, Chinantla y Axutla, al oeste limita con Santa Inés Ahuatempan y Acatlán y al poniente limita con Chiautla de Tapia e Izúcar de Matamoros. Cuenta con 33 juntas auxiliares, entre las más destacadas se encuentran Atopolotitlán, La Noria Hidalgo, Santa Cruz Tejalpan, Tlachinola y Tuzantlán siendo Tehuizingo la cabecera municipal (Municipios de Puebla, 2000).

Figura 5 Ubicación geográfica Tehuizingo.



Fuente INEGI (2010).

Figura 6 Escudo del municipio de Tehuizingo.



Fuente Ayuntamiento de Tehuiztzingo (2000).

La figura 5 muestra la ubicación geográfica desde el mapa virtual del Instituto Nacional de Estadística y Geografía del municipio de Tehuiztzingo, en el estado de Puebla, se puede localizar cerca a Chinantla, Acatlán e Izúcar de Matamoros, mientras que la figura 6 muestra el escudo de la población, que simboliza las “piedrezuelas puntiagudas”.

Tehuiztzingo se localiza a todo lo largo de la ribera del río Atoyac, tiene un clima semicálido, uno cálido y otro seco; es subhúmedo con lluvias en verano.

Los principales ecosistemas que presenta el territorio de Tehuiztzingo, es ocupado por selva baja caducifolia, asociada con vegetación secundaria arbustiva y arbórea; cubriendo todas las zonas montañosas y parte del valle, también existen áreas con matorrales encinosos.

Presenta un alto porcentaje de su territorio ocupado por selva baja caducifolia, asociada con vegetación secundaria arbustiva y arbórea; cubre todas las zonas montañosas, y parte del Valle. Existen grandes extensiones generalmente en las zonas planas, dedicadas a la Agricultura de temporal; su relación con las vías de comunicaciones es muy clara; también se han introducido en zonas montañosas.

Las características del suelo presenta una gran variedad edafológica, se pueden identificar en 4 grupos: el Regosol que se presenta en las zonas montañosas; el Litosol que se identifica con siete áreas distribuidas por todo el municipio destacando la ubicada al norte, el Vertisol que es el suelo que menos

espacio ocupa y la Feozem que ocupa grandes extensiones en el centro y coinciden con las zonas planas.

Destacando las actividades económicas en Tehuiztzingo, existen grandes extensiones generalmente en zonas planas dedicadas a la agricultura, que es la principal actividad económica que realizan, sembrando maíz, frijol, papaya y pitahaya. También la artesanía es una actividad la cual es destacada en la comunidad, los habitantes de este municipio que son artesanos, elaboran cazuelas, macetas, tazas, ollas y tinajas de barro. También sobresalen otras ramas del comercio, así como la ganadería, alfarería, venta ambulante, venta de materias primas, agropecuarias y forestales así como también materiales de deshecho. Quienes han llevado el nombre de Tehuiztzingo a todo el estado de Puebla, son los músicos. Existen 7 bandas de viento, que son propias de la región y que identifican a los pobladores con la tradición musical autóctona.

En cuestión de gastronomía, tradiciones y costumbres, destacan el mole poblano, el pipián y tamales que son los productos alimenticios que con mayor frecuencia se elaboran en el municipio.

Sus trajes típicos orgullosamente son el traje de charro y el vestido de china poblana; una de sus principales fiestas es el 29 de septiembre que celebran la fiesta patronal con procesiones, fuegos artificiales, jaripeo, bandas de música y baile popular. También el 1 y 2 de noviembre se hace la celebración de todos los santos y fieles difuntos llevando ofrendas y visitas al cementerio donde encienden miles de velas sobre las tumbas.

Su principal atractivo arquitectónico es la Iglesia Parroquial dedicada a la custodia de San Miguel Arcángel data del siglo XVI, la cual permanece abierta todo el año para la recepción de fieles que con devoción se acercan (Ayuntamiento de Tehuiztzingo, 2000).

### **3.2 Postura Empírico Analítica**

La función que tiene la comunicación en el marco teórico, es el de ser una herramienta que sirve para crear estrategias que siguiendo un proceso determinado, desenlaza en los cambios y objetivos por cumplir.

Algunos estudiosos de lo social analizaron sistemáticamente la comunicación humana y los medios de comunicación, por esto mismo existen las posturas y teorías.

La postura empírico analítica es frecuentemente usada para los estudios de comunicación. Se indica que es “la teoría del conocimiento que guía el trabajo hacia al éxito, pues comprueba en hechos las hipótesis de investigación.” Son llamadas también funcionalistas, le permite actuar de manera pragmática esto significa que no se basa en la especulación, si no, que pone en práctica la teoría a partir de acciones. “En estas investigaciones se persigue el éxito de la investigación, y que al no darse en los hechos la predicción se genera un «error»” (Mora, Pliego, Flores, 2001, página 136).

Al conjunto de propuestas de análisis que recuperan los principios de estas disciplinas se le ha llamado por lo común enfoque sociológico y enfoque psicológico. Los primeros investigadores de los *mass media* fueron sociólogos y psicólogos, algunos de los cuales, emigraron hacia los Estados Unidos, debido a

los acontecimientos de la Segunda Guerra Mundial y de la Alemania nazi en particular.

En el libro *curso de filosofía positiva* de Augusto Comte (1830) se dice que para traer grandes cambios positivos a nivel comunitario, es importante crear una ciencia especulativa o teórica; él la nombra “física social”, la cual tiene como fin estudiar los fenómenos o hechos sociales desde leyes que no son variables, que son las mismas que se deben hallar y estructurar, teniendo contemplada la vida social como un hecho habitual y natural (Mora, Pliego, Flores, 2001).

Esta ideología, da por hecho que solo al ver a través del lente de la ciencia y lo tangible, podrá encontrar un resultado y desarrollo perfecto para la humanidad.

Los métodos de Comte parten de hipótesis que después deben ser puestas a prueba y comprobadas a través de la medición, el examen y la comprobación de los fenómenos sociales para una evidencia empírica.

De este modo, busca sustituir las explicaciones antiguas sobre el origen de los fenómenos por explicaciones científicas; despoja a la vida humana de toda noción metafísica, eliminando el mundo de las esencias y finalmente establecer un determinismo empírico en el quehacer de la investigación social, en esa lógica, en esa concepción del mundo desemboca hacia una nueva metafísica (Mora, Pliego, Flores, 2001).

Citando a Condorcet, otro teórico de las ciencias empírico sociales, que busca entender la historia de la humanidad según el modelo de la historia de la ciencia moderna; es decir, como proceso de racionalización y evolución de un estado primitivo hacia otros niveles a través de la historia y el tiempo.

“Condorcet, marcó las grandes líneas de la idea del progreso, y del compromiso de la razón y del conocimiento para lograr los más altos fines humanos. Así, una de sus tesis principales, consiste en que las sociedades evolucionan con el apoyo de las ciencias hacia su continua perfección. De ese modo el conocimiento de las ciencias será enlazado a una particular visión del progreso, asignándole con ello una misión y una tarea de apoyo, auxilio e instrumento del avance social” (Mora, Pliego, Flores, 2001, página 136-137) citando a Condorcet).

De acuerdo a este pensamiento, la creación del proyecto busca dar a conocer la importancia y prevalencia de las ciencias de la comunicación para el progreso de la sociedad y así mismo, atacar problemáticas o desequilibrios, regresando a su estado natural.

### **3.3 Teoría Sociología Funcionalista**

Existen varias posturas o sistemas de conocimiento de información y comunicación que se pueden implementar, por ejemplo, la economía política, la semiótica, la psicología social, la lingüística, la cibernética y la psicología; cada una de las posturas llevan diferentes actuaciones y propósitos.

A partir de analizar las metas deseadas, se considera que el modelo apropiado es la sociología vista desde lo funcionalista. La sociología funcionalista propone que la misma sociedad tiene mecanismos propios capaces de enfrentar y solucionar sus problemáticas, conflictos e irregularidades que determinan la conducta individual y de los medios que rige el equilibrio social.

La sociología, según autores funcionalistas, es una ciencia objetiva de la realidad social, “esta ciencia no representa ni construye los hechos sociales tan solo los observa y los traslada tal como se encuentran las relaciones lógicas reales, lo que afirma es estrictamente verdadero” (Laurin, 1976, p.1) mientras que la teoría funcionalista estudia todos los aspectos de una sociedad y supone que los elementos como los roles, instituciones y normas son interdependientes, es decir, son indispensables unas a otras para la supervivencia de la misma y trabajan para satisfacer necesidades y encontrar estabilidad social.

### **3.4 Comunicación masiva**

El proyecto se orienta a estudiar desde la comunicación masiva, que consiste en incluir a las instituciones y técnicas mediante las cuales unos grupos especializados emplean artijugios tecnológicos (prensa, radio, cine, etc) para diseminar contenidos simbólicos a públicos de muy amplia naturaleza, heterogéneos y sumamente dispersos (Janowitz, citado por McQuail, 2000) creando una red pública de comunicación, que incluya y alcance a todos los ciudadanos apesar de que estén a menudo fragmentados en función de factores sociales, demográficos y regionales.

La experiencia cotidiana con la comunicación de masas es muy variada, porque configura de forma general y espontánea la cultura, los requisitos de modo de vida y el entorno social. Gracias a esto, se convierte en el nivel praxeológico apropiado para el análisis de estrategias comunicacionales y alcance de recepción en una comunidad.

### **3.5 Comunicación para el desarrollo**

El proyecto aborda la creación de una radio comunitaria con la perspectiva teórica desde la comunicación para el desarrollo, que es:

“Una herramienta para la incidencia social y política, apegada a las emociones; promueve el cambio social, el diálogo y la participación ciudadana a través de tecnologías actuales de la comunicación y medios comunitarios para lograr fortalecer diálogos con diferentes sectores sociales sin discriminación alguna, beneficiando a autoridades y socios para lograr un impacto” (COSUDE, 2016).

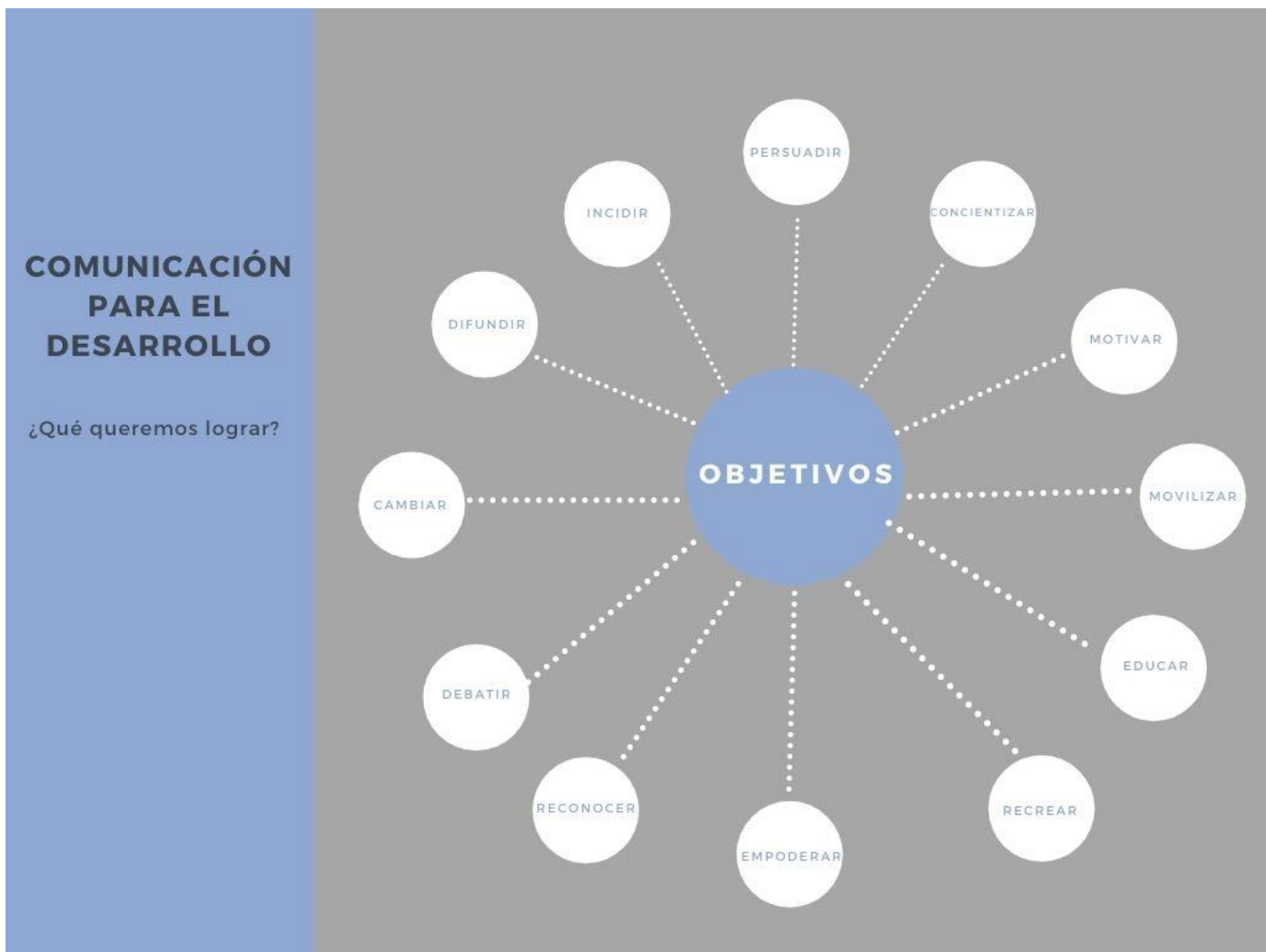
Las principales características de la comunicación para el desarrollo son que se basa en el diálogo, sensibiliza a la cultura local y apoya al cambio social.

Según (COSUDE, 2016) el desafío de la comunicación para el desarrollo

“Consiste en usar herramientas de comunicación que consoliden el impacto de un proyecto o de un programa de carácter social. No se enfoca en elevar la visibilidad de una institución, sino que siempre persigue un objetivo de desarrollo. Utiliza la comunicación como palanca para fortalecer la incidencia social y política de un proyecto.”

Los objetivos por los que luchan, persiguen e impulsan son los siguientes:

Figura 7 Objetivos de la comunicación para el desarrollo.



Elaboración propia basada en (COSUDE, 2016).

Como se muestra en la figura número siete, el énfasis de la comunicación para el desarrollo se divide en distintos aspectos que conlleva: conocer, estudiar, motivar, convencer, incentivar y empoderar, a partir de debates, pláticas, talleres, donde estimule el cambio de mentalidad y conducta en las poblaciones.

En estos proyectos sociales, es fundamental incluir y dar valor a la opinión e intereses individuales; las personas están abiertas y dispuestas a nuevas ideas siempre y cuando en el proceso no se les limite a ser receptores pasivos de información, sin oportunidad de preguntar o exponer su percepción.

Si se busca crecimiento social, se tiene que validar el derecho de hombres y mujeres para expresarse libremente acerca de una problemática que los envuelve. Por eso, la tarea básica del modelo de comunicación, es crear espacios de interacción donde las personas se transformen, expresen, aporten y se conviertan en protagonistas de su desarrollo.

Figura 8 Herramientas de la comunicación para el desarrollo



Elaboración propia basada en (COSUDE, 2016).

La figura ocho explica la principales herramientas con las que trabaja el modelo de comunicación para el desarrollo y sus especificaciones, en este caso, se utilizarán

los medios impresos y electrónicos, siendo la radio comunitaria parte de las opciones.

### **3.5.1 Radio Comunitaria**

“Las radios comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social; lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia; al ejercer ciudadanía, se deja de ser neutrales” (Calleja & Solís, 2005, p. 23)

La radio comunitaria en México ha sido el instrumento y el espacio para debatir abiertamente lo que preocupa a los diversos sectores de una sociedad, sus actividades están vinculadas totalmente con el ejercicio de los derechos humanos, la libertad de expresión, la democracia y la ciudadanía; no busca enriquecerse, ni protagonismos, su fin general es ayudar, descubrir lo que implica el acercamiento y la convivencia armoniosa entre personas y las estrategias que inciden para el mejoramiento de relaciones humanas y sociales desde diversas perspectivas, sin buscar injerencia de otros grupos o intereses.

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 de las personas adultas mayores, la educación y la salud, así como la integración nacional y regional, constituyen los ejes fundamentales que determinan el perfil de las radios comunitarias (Calleja & Solís, página 23).

Su labor es establecer las condiciones necesarias para la construcción de ciudadanía, tomando posturas frente a realidades concretas donde ser ciudadano conlleva el ejercicio de los derechos civiles, políticos y sociales, pero también de responsabilidades y obligaciones, para desarrollar acciones en función intereses individuales y colectivos, que permitan igualdad de oportunidades para una vida digna.

Según Calleja & Solís (2005) la radio comunitaria “responde en muchos casos a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores relegados, discriminados y empobrecidos de la sociedad civil. Fortalece la transparencia y la rendición de cuentas así como la necesidad creciente de expresión de las mayorías y minorías sin acceso a medios de comunicación, y su reivindicación del derecho a expresión y difusión de información hace imperante la necesidad de buscar bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, seguridad, subsistencia y desarrollo” (página 25).

En México, las radios comunitarias han sido concebidas como experiencias muy enriquecedoras para el desarrollo y empoderamiento social, como lo señala Gustavo Gómez, director de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC):

“Las radios comunitarias son experiencias que se relacionan con el ejercicio de la libertad de expresión, y su situación es un indicador del grado de respeto de esos derechos” (Calleja & Solis, 2005, página 17).

El interés de la ciudadanía para impulsar espacios de radiodifusión comunitaria habla de un avance democrático en México, da un entendimiento

acerca de la importancia del desarrollo social integral, equitativo y justo, y de una promoción de una cultura política de respeto y tolerancia, donde la sociedad participa, opina y genera propuestas corresponsables.

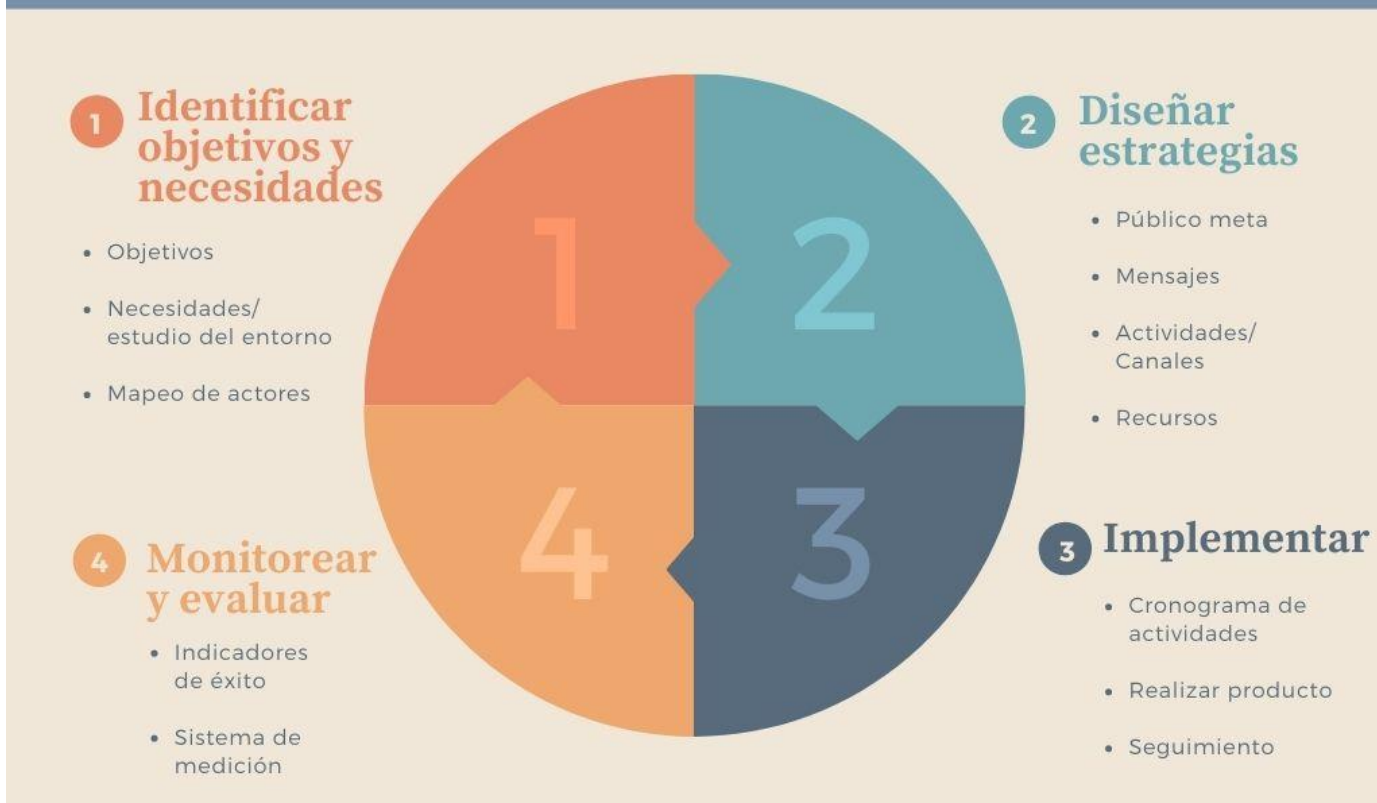
El Sistema Interamericano de Derechos Humanos ha desarrollado instrumentos para la protección y promoción de estos derechos, y reconoce el papel que las emisoras comunitarias tienen en el ejercicio de la libertad de expresión y pensamiento, las sociedades, especialmente en América Latina, lo reivindican y luchan por él, en México todo parece indicar que despierta el derecho dormido (Calleja & Solís, 2005, página 19).

### **3.5.2 Fases de creación de una radio comunitaria**

El *Manual de Comunicación para el desarrollo: Una guía práctica* de la Agencia Suiza para el desarrollo y la cooperación (2016), señala que existe un modelo de creación para proyecto comunitario, en este caso, la radio comunitaria, está basada en cuatro sencillos pasos.

Figura 9 El ciclo de la comunicación para el desarrollo

# El ciclo de la Comunicación para el Desarrollo



Elaboración propia fuente (COSUDE, 2016).

En la figura 9, se explican las cuatro fases de creación de un proyecto desde la comunicación para el desarrollo, que se describen como las siguientes:

## **1: Identificar objetivos, necesidades y conocer entorno**

A) Objetivos: Tomando en cuenta la expectativa de la comunidad, la respuesta de este punto comienza con una simple pregunta, ¿Qué queremos lograr? Se recomienda fijar uno o dos propósitos para crear mayor impacto y no desviar la idea principal.

En este apartado también se reconocen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en torno al proyecto, también conocido como FODA o DOFA. Según Ponce (2007) esta actividad consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas, para así lograr un equilibrio o ajuste entre ellas; puede considerarse una herramienta sencilla que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

B) Contexto: Para conocer el entorno, se estudian las necesidades que existen en el contexto, a partir de las deficiencias en la comunidad, se implementan medidas de comunicación específicas. Se comienza a analizar el para quién o de qué forma se llega al público en específico. No es la misma dinámica crear una radio en la ciudad que una radio en el campo, es diferente público y distintas necesidades, por eso mismo, en este punto comienza un estudio amplio del entorno social; saber si la población está informada de ciertos temas de interés, cómo se desempeñan en la cotidianidad, qué medios de comunicación utilizan, cuándo y donde se informan, así como también identificar a los líderes de opinión.

- Conocer el entorno:

Hay que estudiar el entorno social, político y mediático en el que opera el proyecto y hacerlo de forma participativa para integrar las perspectivas de la población. Si se toma el ejemplo de la adaptación al cambio climático, ¿Qué sabe la población meta de la temática que queremos trabajar? ¿Cuáles son sus prácticas al

respecto? ¿Hay prejuicios, opiniones dominantes o tabúes ligados al tema? Otras preguntas son: ¿cuáles son las capacidades institucionales, riesgos u oportunidades para tomar en cuenta? ¿Es el entorno positivo al cambio o más bien crítico? ¿Cuáles son los medios de comunicación de mayor alcance?

En estos casos, los grupos focales o preguntar a personas elegidas al azar, facilita y arroja información acerca conductas y pensamientos, grado de conocimientos de la población, la particularidad de su cultura y el alcance de la difusión de información.

- Mapeo de público: Aquí es donde se evalúa las personas, gremios e instituciones, que ejercen la creación de la opinión pública; a través del mapeo de actores se descubren los grupos influyentes y la posición que tienen a lo que se busca implementar, se conoce los líderes, posibles aliados y opositores, gracias a esto es más sencillo identificar el público meta.

## **2: Diseño de la estrategia**

Se basa en responder cinco preguntas, ¿A qué cambios quieres contribuir? ¿A quién te diriges? ¿Con qué mensajes? ¿Qué canales y herramientas son más efectivos? ¿cómo mides el éxito?

- Objetivos: Teniendo claro lo que se busca para la comunidad, ¿qué actitudes tienen que ser alentadas o desalentadas para lograr el objetivo del proyecto?

- **Público meta:** Definir el público al cual se desea impactar. No es recomendable dirigirse al público general o a una audiencia amplia sin características, el querer hablar con muchos sectores al mismo tiempo, hace que se pierda o diluya el mensaje, entonces pasa desapercibido y se pierde el propósito comunicacional.
- **Mensajes:** Se recomienda que los mensajes a lanzar, sean dos o tres ideas, breves, precisas y concisas, sin perder el toque de sorpresa o emoción, para que sean recordados; muchas veces los proyectos se enfocan en cantidad de mensajes cargados de información y que son difíciles de memorizar.
- **Herramientas y canales:** Se selecciona un canal de comunicación favorable, popular y adecuada para la comunidad, donde se pueda interactuar y debatir abiertamente. Algunos proyectos no estudian el medio ni estos canales convirtiéndose en un grave error, un ejemplo, es cuando diseñan una aplicación para el dispositivo móvil cuando en la comunidad que has decidido implementar la estrategia, no hay señal o acceso a internet.
- **Recursos:** Reconocer lo que se tiene como proyecto en el aspecto económico, humano, social, para impulsar la idea inicial.

### **3: Implementar la estrategia**

Es el punto donde la intervención con la comunidad es más cercana y se implementa un plan de acción que ofrece una visión global en actividades planeadas con distintos objetivos. Se recomienda tener una actitud flexible porque los resultados son dinámicos y depende de como se desenvuelvan, se

aprovecharán las oportunidades que van surgiendo durante la gestión del proyecto.

- Campaña: Una campaña eficiente no se logra con una sola herramienta, si no que combina instrumentos, como videos, teatro, radio educativa, medios sociales...también consta en encontrar la combinación más adecuada y oportuna.

Cuando ya se encuentra listo el contenido, implementado y con seguimiento, hay que estar pendiente de cómo se desenvuelve la estrategia, este punto último, pero no menos importante es el monitorear y evaluar.

#### **4: Monitorear y evaluar**

Es dar respuesta si se logra el objetivo planeado, evaluar la calidad, alcance y constancia para realizar ajustes a tiempo. No solo se evalúa un proyecto cuando termina si no también cuando está en su desarrollo.

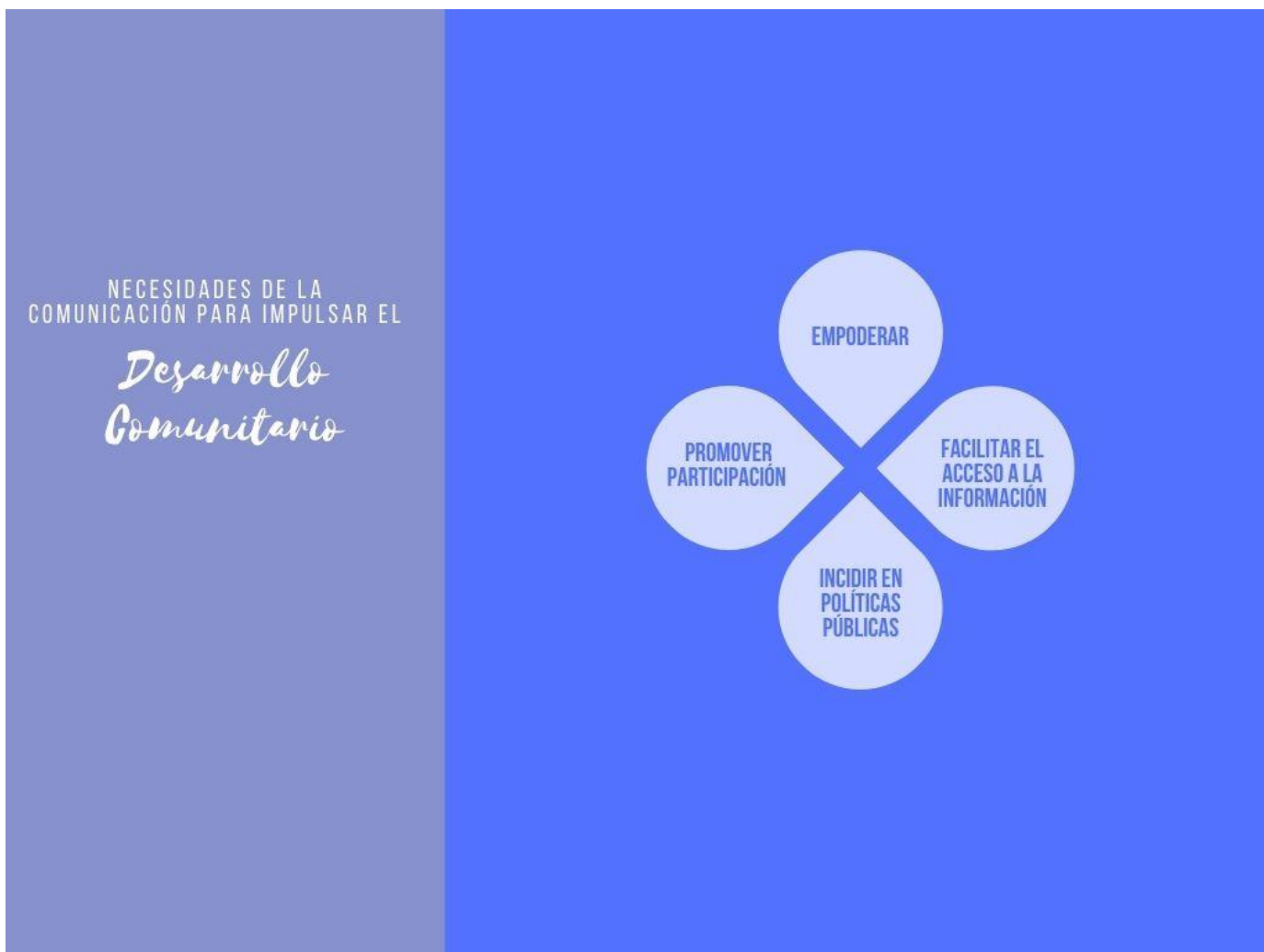
Una herramienta clásica para el monitoreo y la planificación de un proyecto es el marco lógico.

- Marco lógico: Define las actividades y productos de comunicación al igual que su relación causal entre actividades, productos, efectos e impacto, que conducen o contribuyen a lograr los efectos deseados.

### 3.5.3 Necesidades de comunicación para impulsar el desarrollo comunitario

La Asociación Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (2016) propone que para identificar las necesidades de comunicación se parte de las funciones que debe desempeñar la radio comunitaria.

Figura 10 Necesidades de comunicación para impulsar el desarrollo



Creación propia basada en (COSUDE, 2016)

La figura diez, muestra una imagen donde expone cuáles son las dimensiones de comunicación por trabajar para lograr el desarrollo, se dividen en cuatro importantes misiones:

## **1: Facilitar el acceso de la información y al conocimiento**

La información juega cada día un papel más importante en la sociedad contemporánea; los especialistas afirman que esta cumple un papel estratégico y central en diferentes sectores, como los gobiernos, el mundo de las finanzas, educación, tiempo libre, deportes, artes y otros órdenes de la vida (Monsafani & Curzel, 2006, página 25).

Tratar de facilitar la información desde el contexto social no es algo nuevo, desde hace años son muy claras las desigualdades que existen entre los diferentes niveles sociales y se sabe que estas diferencias se manifiestan particularmente desde lo económico, dificultando el acceso a la información a gran parte de la comunidad y constituyéndose en lo que podría denominarse brechas de información (Monsafani & Curzel, 2006, página 17).

La brecha de información, mejor conocida desde los noventas como brecha digital, se le ha llamado a la imposibilidad que tiene la sociedad para contar con la tecnología adecuada para alcanzar o tener el mismo acceso de información, como consecuencia de los avances de las tecnologías de información y comunicación (TICS), “se hace más complejo encontrar el camino hacia la sociedad de la información; la solución se encuentra cada vez más en condicionar por el medio, por la variedad de alternativas que se presentan al procesar datos dentro del ciberespacio y en las maneras de adecuar al diseño para permitir a los usuarios encontrar lo que necesitan” (Monsafani & Curzel, 2006, página 27).

Al ser un canal para que la información llegue con facilidad a una comunidad, desde las tecnologías con las que se cuentan, da la oportunidad de expandir el desarrollo social y económico del sitio determinado. El acceso a la información y el

conocimiento, crea una inclusión y acercamiento a procesos de comunicación. Dependiendo de esta aproximación, es el nivel o grado de desarrollo en una persona o colectividad (CODUSE, 2016, página 16). Por eso la importancia del libre acceso de información a través de la radio comunitaria tiene beneficios como:

- El análisis profundo del contexto para crear estrategias y medios donde puedan informarse las personas.
- Actualización, avances tecnológicos, conocimiento dentro y fuera de la comunidad.
- A partir de la información se educa, se expanden las ideas, se mantienen informados de los acontecimientos actuales y a partir de ahí pueden actuar; cuando se tiene información adecuada, evita a las enfermedades como la desinformación y la ignorancia.

## **2: Promover la participación**

El derecho a la participación, se entiende como sustantivo, podríamos definirlo como la posibilidad de que cualquier persona pueda participar en los asuntos públicos de la comunidad de la que forma parte. Para que este derecho, como cualquier otro derecho, sea eficaz, requiere de un proceso, de un elemento que a pesar de ser adjetivo, acompaña al sustantivo para garantizar su existencia (Pindado, 2005, página 1).

De lo dicho hasta ahora, parece importante constatar que para poder hacer efectivo el derecho a la participación hay que trabajar en tres grandes ámbitos:

a) El de la administración municipal incluyendo a los responsables políticos y técnicos, b) En el ámbito de la ciudadanía y sus asociaciones y c) En los procesos y dinámicas administrativas (Pindado, 2005, página 14).

La participación ciudadana implica una relación de los ciudadanos, individualmente y con las organizaciones, el estado; la radio comunitaria es un espacio donde se ven cercanas estas interacciones entre sí.

- A partir de la participación, facilitar el diálogo inclusivo, descentralizado y transparente entre la ciudadanía y las instituciones.
- Tener en cuenta los proyectos que se implementan, tienen más participación y mayor grado de apropiación.
- Los proyectos que toman en cuenta la participación de la ciudadanía, son más duraderos y sostenibles.

### **3: Empoderar: Dar voz a las personas excluidas**

El lenguaje de “empoderamiento” ha ganado gran importancia en los círculos internacionales. Todo el mundo, desde los funcionarios de las Naciones Unidas y del Banco Mundial hasta los grupos feministas, habla acerca de la necesidad de empoderamiento.

En un sentido obvio, el empoderamiento es para que la gente tome control sobre sus propias vidas: lograr la habilidad para hacer cosas, sentar sus propias agendas, cambiar eventos, de una forma que previamente no existía; esta visión está ligada al énfasis actual en los valores individualistas: las personas

empoderándose a sí mismas mediante “hacer las cosas por sí mismo y tener éxito sin la ayuda de otro”: en otras palabras, la autoconfianza en su interpretación más estricta.

El empoderamiento implica un empoderamiento colectivo y no un empoderamiento individual. En otras palabras, el empoderamiento incluye tanto el cambio individual como la acción colectiva (Young K. 2005 página 123).

Se reconoce ahora en los círculos del desarrollo que el crecimiento económico y el mejoramiento social se logran en una mayor medida cuando la mayoría de la población está informada sobre los planes de desarrollo y participa en ellos, también cuando se ve a sí misma como beneficiaria directa de la expansión de los recursos que el crecimiento debe generar. Otra manera, es estimular la formación de organizaciones de mujeres que las capaciten para adquirir un mayor sentido de autovalía, agencia y metas comunes. Estas organizaciones pueden servir de trampolín para emprender actividades que tienen un objetivo más claro en el empoderamiento colectivo (Young Kate, 2005, página 125).

En conclusion, el empoderamiento consiste en dar poder a los segmentos sociales menos favorecidos; para que no sean excluidos, disminuyendo su aislamiento; y contribuyendo a que las personas aprendan a usar los medios de comunicación para expresar sus opiniones, emitir programas, imprimir boletines, abrir canales y convertirse en portavoces del cambio.

De tal manera, invitar al empoderamiento desde un proyecto social tiene ventajas:

- Al empoderar al individuo, como una red, se empodera la comunidad, se desarrolla en general.

- Las personas al tener libertad de expresión generan criterios propios para compartir, toman conciencia de sí mismos y se comienzan a actuar congruentemente.
- Al analizarse en un entorno social toman en cuenta las herramientas que tienen para sacar mayor provecho y beneficiarse de manera personal, económica o educativa.

#### **4: Incidir en políticas públicas**

Lo que se busca en este punto es que la comunidad sea partícipe de los cambios en las políticas públicas, que son “las que buscan el análisis de un conjunto de medios y acciones establecidos por el Estado, que tiene como fin generar un cambio total o parcial en la sociedad” (Roth, André 2006). Que busca:

- Promover procesos inclusivos de comunicación y de debate sobre los desafíos ecológicos, sociales y políticos que frenan el desarrollo de la sociedad.
- Hacer partícipe a la comunidad de las decisiones que se toman para crear leyes progresistas de protección, seguridad, bienestar social o para solución de cualquier problemática.
- Causar conciencia en la ciudadanía y en el ambiente.

Lo que se puede concluir del capítulo es la importancia que tiene lo teórico y lo contextual, detallando cada una de las vertientes puestas en la mira de la investigación. Lo que es el contexto social, es fundamental porque al conocer a la comunidad de una forma más profunda, hay un panorama cada vez más amplio

para poder ayudar y alcanzar los objetivos que se buscan dependiendo de las necesidades, geográficas, culturales y educacionales, sin dejar de lado, las posturas teóricas que operan dentro del proyecto, con una mirada desde lo funcional, sociológico, psicológico y masivo.

Las postura empírico analítica, también conocida como funcionalista, habla desde sus inicios, que se basa en la realidad, el juicio, el intelecto y no en las expectativas, no es una simple observación, si no, que conlleva un accionar frente al conocimiento. Esta teoría supone que la sociedad trae consigo de forma intrínseca mecanismos capaces de regular los conflictos que suscitan como conjunto, tiene que ver con las leyes y las funciones que cada individuo tiene para llegar al equilibrio social, haciendo que una sociedad funcione adecuadamente.

La forma en como se entrelazan los conceptos, es sorprendente, ya que la sociología funcionalista retoma nuevamente las funciones del individuo, esta postura reconoce que la sociedad está entrelazada y tiene una razón de ser, cada quien cuenta con un propósito y que a partir de esos mecanismos, pueden solucionar o gestionar sus propios problemas desde un punto de vista que se detiene en la importancia individual y colectiva.

Se aborda desde la comunicación masiva, que es la que se realiza a partir de tecnologías y medios de comunicación de masas, que tiene como característica que son recibidos al mismo tiempo por una gran audiencia. Es un medio que tiene el fin de compartir contenidos de valor al alcance de todos, sin importar los factores sociales, económicos y geográficos logrando el objetivo de la difusión.

La comunicación para el desarrollo conlleva una práctica de mucho valor a la hora de implementar sus herramientas más comunes, en este caso, la radio

comunitaria. Este tipo de comunicación muestra los procesos de comunicación para ampliar las prácticas de empoderamiento común, gracias a estos procesos las personas pueden entender por sí mismas ideas para debatir, negociar, participar y tomar en cuenta. Defiende ideas sociales desde la tolerancia, la igualdad, la diversidad, la unión y la perspectiva de género. Sus objetivos son educar, recrear, difundir y motivar.

Así es como la radio comunitaria resulta ser una propuesta prometedora, porque ayuda a conectar a las personas motivando sus dinámicas culturales y sociales formando un conocimiento perdurable; siendo un instrumento que crea espacio para ejercer la ciudadanía y logra que la sociedad sea menos estratificada o discriminada.

En este sentido, la radio comunitaria 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. Busca defender la legalidad democrática y focalizar los problemáticas específicos de las comunidades a las que atiende.

En el capítulo se explican las fases de creación de una radio comunitaria desde un manual de comunicación para el desarrollo, que implica identificar objetivos y necesidades para que a partir de estos, se diseñen estrategias adecuadas al entorno y las problemáticas, dando como resultado una implementación de las mismas para después observar y monitorear el proyecto, para analizar si se ha llegado o no a los objetivos supuestos.

Como último, exponen las necesidades de comunicación para impulsar el desarrollo, siendo cuatro dimensiones que buscan facilitar el acceso a la información, empoderar, promover la participación e incidir en políticas públicas.

## **CAPÍTULO 4** Marco metodológico

En el capítulo número 4, se define el marco metodológico y el enfoque con el que se aborda la investigación, en este caso las funciones y fases del enfoque cualitativo. Aquí es donde se recolecta información mediante entrevistas a profundidad creadas desde las dimensiones de comunicación y su importancia; se formula la entrevista y las supuestas respuestas que se esperan obtener.

### **4.1 Enfoque de la investigación: cualitativo**

Existen 3 tipos de enfoque dentro de una investigación, cualitativo, cuantitativo y mixto; debido a los objetivos, se eligió el carácter cualitativo.

El enfoque cualitativo “estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, interpreta a los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales como la entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos, que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas” (Rodríguez Gómez, Gil Flores, García Jiménez, 1996).

El motivo de su elección, es porque se busca recabar información a partir de entrevistas a profundidad, que es una técnica de investigación cualitativa, con estas se busca entrevistar a los pobladores más representativos de la comunidad. Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras.

Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asemejarse a un robot recolector de datos, el propio investigador es el instrumento de la investigación, y no lo es un protocolo o formulario de entrevista. El rol implica no sólo obtener respuestas si no, como hacer las preguntas. En tanto método de investigación cualitativo, las entrevistas en profundidad tienen mucho en común con la observación participante (Centro de Investigación y Docencia, 2008).

Figura 11 Fases de la investigación cualitativa



Elaboración propia basada en (Rodríguez Gómez, Gil Flores, Gacia Jiménez, 1996).

La figura once explica en cuatro sencillos pasos el proceso que conlleva realizar una investigación cualitativa, la etapa reflexiva donde se identifica la idea o fenómeno a investigar, el trabajo de campo que es donde se realiza una interacción con una persona o comunidad para recolectar información, la fase analítica, donde como dice su nombre, se analiza los datos recolectados y la última fase informativa que es donde se plasma lo aprendido de la investigación ya sea en reportajes, investigaciones, tablas o análisis para compartirlo con futuros investigadores.

## **4.2 Población**

Se entrevistaron a las personas destacadas en Tehuiztzingo, Puebla.

- Luz del Carmen García, Regidora de Patrimonio y Hacienda Pública M.
- José Guadalupe Enríquez López, Presbítero de Tehuiztzingo.
- Nelly Alicia Sánchez Hernández, Sindico Municipal de Tehuiztzingo.
- Maestra Reina Díaz López, Regidora de Parques y Jardines.
- Presbítero Lic. Jorge Osio López. Párroco de San Miguel Arcángel.
- Bonfilio Bautista Paredes, Director de Desarrollo Rural de Tehuiztzingo.

## **4.3 Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas que se utilizará para la recolección de información es la entrevista a profundidad, que es un método que está diseñado para representar las opiniones de una población llevando una serie de preguntas para así conocer la opinión la condición y opinión pública.

#### **4.4 Instrumentos**

Lo que persigue la entrevista a profundidad es aclarar la información a partir de las dimensiones de comunicación expuestas y a partir de ellas, realizar preguntas para poder conocer la realidad directa y en cierto aspecto atacar las problemáticas existentes desde la operacionalización de las variables. Se entrevistarán líderes de opinión de distintas áreas, luego de la recolección de datos, se hará un análisis de la información para llegar a una conclusión realista y unificada de la situación actual dentro de la comunidad.

A partir de las dimensiones de comunicación, la entrevista se formula de la siguiente manera:

Figura 12 Tabla de operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS O PREGUNTAS	ESCALA
Necesidades de comunicación en la comunidad	¿Cuáles son los componentes de mi variable?	¿Cómo voy a recabar información sobre la dimensión?	¿Qué tipo de respuestas espero?
Comunicación para el desarrollo	Facilitar el acceso a la información y al conocimiento	<p>1. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en la comunidad de Tehuitzingo?</p> <p>2. A partir de sus necesidades, ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?</p> <p>3. ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuitzingo?</p> <p>4. ¿Cuáles son las limitaciones de comunicación que tiene la comunidad?</p>	<p>1. Televisión, Radio, Computadora, Redes Sociales, Periódico</p> <p>2. Salud, empoderamiento, educación, igualdad de género, cultural, informativa, gastronómica, deportivo</p> <p>3. Acceso a internet, fax, correo, radio, redes sociales</p> <p>4. No hay señal, no hay acceso a internet, no hay servicio de carta, fax</p>
	Promover la participación	<p>5. ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuitzingo?</p> <p>6. ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuitzingo?</p> <p>7. ¿Qué es lo que más destaca en Tehuitzingo para rescate cultural y patrimonial?</p>	<p>5. Desigualdad social, pobreza, enfermedades crónicas, desinformación, violencia de género, incumplimiento de leyes, mala administración</p> <p>6. Si / No / Podría ser mejor / Eficiente</p> <p>7. La gastronomía, las tradiciones, las fiestas patronales, el turismo, las actividades económicas, el ritmo de vida de las personas</p>
	Empoderar: Dar voz a personas excluidas	<p>8. ¿Los pobladores de Tehuitzingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?</p> <p>9. ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?</p> <p>10. ¿Considera que los pobladores de Tehuitzingo tienen iniciativa personal y colectiva?</p>	<p>8. Si / No / Me siento inseguro(a) / Me siento parte</p> <p>9. A partir de tomar en cuenta a todos los grupos, que haya espacios de expresión para la comunidad: Talleres, pláticas, certificaciones, cursos. Implementar discursos de valor personal y social.</p> <p>10. Si / No</p>
	Incidir en políticas públicas	<p>11. ¿Qué cambios haría en Tehuitzingo? (infraestructura, problemáticas sociales)</p> <p>12. ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?</p> <p>13. ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?</p>	<p>11. Mejor organización, más beneficios a grupos vulnerables, más inversión, más inversión en cultura, deportes, alimentación</p> <p>12. Del 1 (peor) al 10 (mejor) Que creen que le hacen falta más peso en la comunidad y algunas para la gestión e integración próxima</p> <p>13. Lo haría por mí mismo/ Necesitamos un cambio social/ Hay que tener en cuenta lo que es realmente importante</p>

Elaboración propia

En la figura número doce, se muestra una tabla donde se reúnen las variables que siguen siendo las necesidades de comunicación y las respectivas dimensiones que tomar en cuenta desde el modelo de comunicación para el desarrollo: acceso a la información, participación, empoderar e incidir en las políticas públicas.

A partir de las dimensiones, se formula la entrevista y surge la pregunta ¿cómo voy a recabar información sobre cada una de las perspectivas? Es por eso que se realizan los ítems o preguntas a partir de lo que cada dimensión busca ofrecer o desenmascarar. Desde que medios de comunicación se usan hasta que tan conformes se sienten con las leyes en Tehuizingo. Se realiza también una escala o supuestas respuestas que podría haber en cada dimensión, buscando que se confirmen después de las entrevistas a profundidad a los líderes de opinión.

Lo que concluye el capítulo es la importancia del enfoque cualitativo en la investigación, porque asume la realidad que se estudia como subjetiva, con múltiples contextos y dinámica. Se caracteriza con el análisis profundo de las realidades estudiadas, aparte de que se utiliza una herramienta de carácter cualitativa para reunir la información del caso, mediante una entrevista a profundidad a los líderes de opinión de Tehuizingo, siendo su población la que se busca conocer desde distintos puntos de vista, por eso las s entrevistas a profundidad resultan ser herramientas nobles para este tipo de proyectos porque ayudan a ver de forma más amplia los pensamientos, actitudes, sueños y percepción de las personas entrevistadas, a partir de ahí, se conoce el contexto donde provienen, sus anhelos e inquietudes.

## **CAPÍTULO 5** Análisis de datos

En el capítulo 5, se da a conocer la información recolectada a partir de la realización de entrevistas a profundidad; se da interpretación respondiendo a los objetivos generales y supuestos de las entrevistas.

### **5.1 Análisis de entrevistas a profundidad**

En este apartado se demostraron las problemáticas existentes, desigualdades así como también propuestas para su realización y resolución.

Figura 13 Análisis de entrevistas a profundidad

VARIABLE	DIMENSIONES	RESPUESTAS	OBJETIVOS
<b>Necesidades de comunicación en la comunidad</b>	¿Cuáles son los componentes de mi variable?	Análisis de las respuestas obtenidas	¿Qué queremos lograr?
<b>Comunicación para el desarrollo</b>	Facilitar el acceso a la información y al conocimiento	<p>1. teléfono de casa, televisión. celular, computadora, tablet, ciber, radio, perifoneo, bocinas, trompetas, volantes, periódico</p> <p>2. salud, educación, difusión de emprendimiento local, seguridad, cuidado ambiental, apoyo social, política</p> <p>3. luz eléctrica, internet, señal de celular, radio AM y FM, molinos de luz, computadoras, tablet, impresoras, escáner, aparatos de radio</p> <p>4. no hay recursos económicos para contar con tecnologías, no hay señal de teléfono o no es muy buena, distancia entre comunidades, mal acceso en carreteras, mal uso de medios sociales, mala ubicación, falta de apoyo a la radio</p>	<p>Ayudar a que personas de la tercera edad se instruyan en las nuevas tecnologías para el acceso a la información</p> <p>Promover temas de salud holística para atacar la drogadicción y alcoholismo, promover una mejor alimentación, difusión de apoyos federales y estatales, difusión de temas políticos para el voto y la participación ciudadana</p> <p>Aprovechar las tecnologías que dispone Tehuiztzingo para facilitar información desde la radio</p> <p>No hay forma de comunicación que llegue a todas las comunidades de la población, pero encontrar la forma de que tenga mayor alcance</p>
	Promover la participación	<p>5. pobreza, escasez de trabajo, salud, seguridad, migración, analfabetismo, paternalismo político, dispersión, alcoholismo, drogadicción, violencia, infidelidad, falta de liderazgo, falta de emprendurismo, indiferencia frente al patrimonio cultural</p> <p>6. Sin duda puede mejorarse, es muy poco adecuada, ha sido un tiempo difícil para los gobernantes, llegan pocos recursos y no respetan las funciones de cada área y hay desigualdad de género</p>	<p>Fomentar seguir estudiando, técnicas de mejoramiento familiar y convivencia, prevención de enfermedades, promover la cultura en el municipio, fortalecer lazos de comunicación dentro de la comunidad, red de apoyo, rescatar la cultura y tradiciones</p> <p>Cambiar la forma en como se es percibido el sentido de la gobernabilidad e integrar claro sus funciones considerando las verdaderas necesidades</p>

		7. costumbres, tradiciones, zonas arqueológicas, mina de barro, alfarería, gastronomía, santuarios y fiestas religiosas, bailes, historia, mitos y leyendas, elaboración de velas, nieve artesanal, chocolate, mole, pipian, huasmole, dulces típicos	Rescate, recolección y mantenimiento de tradiciones, recetas, procesos y métodos de alfarería, agricultura y creación. Rescate cultural para que perdure a nuevas generaciones y se mantengan vivas
	Empoderar: Dar voz a personas excluidas	<p>8. No se sienten identificados, no conocen la historia del pueblo, hace falta fundamentar su identidad. El sentido de pertenencia se ve doblegado por la inseguridad ya que transitan muchas personas desconocidas, debido a que a mitad del pueblo pasa la carretera panamericana. Hay falta de identidad, autoconfianza y de interés en los jóvenes, ya que hay pocos espacios donde puedan o los dejen involucrarse.</p> <p>9. Poniendo espacios alternativos, mesas de debate, buzón de quejas, mesas de trabajo con la ciudadanía, incitar a la población a emprender, capacidad de escucha, apoyar e involucrar a jóvenes y adolescentes</p> <p>Ayudarían los talleres o cursos de desarrollo humano y superación personal, programas para iniciar un negocio, cómo criar ganado, emprendedurismo, crear conciencia financiera, conferencias de sensibilización, propiciar la participación e implementar consulta popular</p> <p>10. No lo hay en toda la comunidad / No hay empoderamiento / Si lo hay pero no hay tantas iniciativas / El poder radica en unos cuantos grupos, no son las mismas oportunidades/ No</p>	<p>Tomar en cuenta la voz y voto de la ciudadanía para hacer más creíble la información de lo que realmente está sucediendo y cómo se sienten dentro de la comunidad. Tomando en cuenta a las voces más jóvenes como líderes de un cambio o lograr que se integren para que se interesen por lo que sucede en su lugar de origen.</p> <p>Dar a conocer e incitar a valorar el municipio desde sus riquezas y generar confianza en las personas para hacer cosas nuevas, saber lo que piensan respecto a temas de interés y tomarlos en cuenta.</p> <p>Tomar en cuenta la participación ciudadana a partir de un medio local, proporcionar información que incite al empoderamiento, crear su propio negocio, que ayude en las distintas esferas de las personas para mejorar su calidad de vida, en lo monetario, físico, mental y emocional.</p>
	Incidir en políticas públicas	11. mejor organización social, poner atención en zonas marginadas, educación para los niños, recuperar valores para pensar y actuar, cambios desde lo individual, cambios en pro del género femenino, igualdad entre hombres y mujeres, solicitar más apoyo con elementos de seguridad, en infraestructura se consideran espacios comunes para acceso a aprendizaje, bibliotecas, clubes de tareas, parques con juegos, gimnasios al aire libre	Poner atención a grupos vulnerables y también las ineficiencias en la infraestructura de las calles, casas, escuelas para fortalecer la eficiencia de la educación, vida digna y seguridad.

		<p>12. Completamente decepcionada/ Pienso que podría mejorar al poner sanciones económicas y cumplirlas correctamente / Inconforme, se siguen aplicando las leyes a unos cuantos / Del 1 al 10 me quedo con el 7 / Las leyes las califico con 8 y su cumplimiento con 6.</p> <p>13. Claramente no han sido eficientes por eso no se generan cambios significativos / No han sido eficientes porque en el municipio predomina el machismo / sensibilizar para integrar / No han sido eficaces ya que prevalecen fisuras políticas, económicas y religiosas que no permiten la unidad entre los grupos / No, creo que no se ha intentado</p> <p>Pueden impulsarse apostando a una nueva cosmovisión colectiva / Tomando en cuenta la voz de todos, todo sería diferente / Haciendo un cambio de pensamiento para incluir a todos / comenzar con una renovación personal, mental y actitudinal</p> <p>Con un diagnóstico claro y preciso para saber por donde iniciar, generando sentido de pertenencia a la nación / Lo cambiaría a través de la reflexión y hacer conferencias de padres e hijos / Es necesario un proceso de renovación en la organización, participación y consulta pública / Escucha y participación.</p>	<p>Difundir sus derechos, hacerles saber de lo que les pertenece, fortalecer el sistema de sanción y crear conciencia dentro de la utilización de las leyes sin excepción y difundir las denuncias ciudadanas</p> <p>Fomentando una educación inclusiva y de respeto entre los grupos y abrir la oportunidad de interceder en las decisiones importantes.</p>
--	--	---	---

## **5.2 Resultados**

Desde la figura 12, la planeación de las preguntas, y formular una idea con el propósito de ponerla en acción, hacer algo respecto a eso, se podría decir que es la primer fase de la investigación cualitativa, la planeación.

La segunda fase, se hace presente en la figura 13 que es cuando se realiza la entrevista a profundidad y hay contacto con otra persona, de esta forma, el trabajo de campo permite analizar los datos recabados para tener una perspectiva más amplia. Al recolectar, meditar y examinar es como se llega a una conclusión común.

Lo que se obtiene a partir de las entrevistas no solo es lo que se esperaba, si no, mucho más. Lo que se destaca dentro de la comunidad es, la existencia de diversos problemas no solo de comunicación, si no, problemas sociales, al final una cosa lleva a la otra, la desorganización y separación permiten que el crecimiento florezca y lamentablemente los supuestos se cumplen.

A la hora de mirar en la dimensión de acceso a la información, aún se siguen usando medios de comunicación como trompetas y el perifoneo, aunque también hay acceso a tablets e internet. Los temas que más necesitan difusión es desde la salud, la política, el emprendedurismo y el cuidado del medio ambiente, puede ser

difícil la tarea de implementar un medio muy convencional por la falta de señal y la mala ubicación porque no habría mucha interacción entre las demás comunidades, por sus limitantes comunicacionales.

Desde la dimensión de participación se fijan muchas desigualdades entre ellas, la relación ineficiente entre los pobladores y el Estado, donde se crean problemáticas como la falta de empleo, la migración, la violencia o el actuar fuera de los valores morales. Lo que recomienda la comunidad es el tener más fuerza y ánimo individual, una mejor comunicación con el gobierno y sus facilidades, de esta forma comprometerse a cumplir cada quien las funciones correspondientes con más orden, sin discriminación.

Lo que se puede rescatar como patrimonio cultural desde los ojos de los líderes son una infinidad de cosas desde santuarios, zonas arqueológicas, fiestas y comidas que brotan en la sierra mixteca; al reconocer lo bello que se tiene es como se puede luchar para su permanencia.

En la dimensión de empoderamiento se revela con tristeza que efectivamente el pueblo de Tehuitzingo, gracias a la migración o la impermanencia, gran parte de los habitantes no conoce su historia, desde hechos históricos y relevantes ocurridos, como es un lugar de paso, se junta con muchas culturas y formas de vida que terminan por perderse o camuflarse unas a otras. Por lo mismo, los jóvenes no se involucran en este tipo de tareas o no buscan conocer más de sus raíces, de esta forma, se está perdiendo la cultura hacia las futuras generaciones. Se recomienda el poder crear espacios alternativos para que las personas se interesen por la cultura, desde buzón de quejas, mesas de trabajo y de debate.

Se pone en evidencia la falta de emprendimiento colectivo y la falta de oportunidades para aplicar el mismo, argumentando que pocos grupos son los privilegiados para empoderarse o no se cuentan con las mismas oportunidades. En la dimensión de incidir en políticas públicas, se apoya la idea de apostar por la educación, la salud, igualdad, seguridad y espacios donde todos puedan convivir y ejercitarse, también con una mirada comprometida a que las leyes se cumplan adecuadamente, porque arroja que hay muy poca valoración ante las sanciones y cicatrices políticas. Es momento de lograr un cambio significativo como sociedad, de apostar por una cosmovisión íntegra y colectiva que fortalezca la coexistencia, así poder vivir armónicamente con otros.

En conclusión del capítulo, se muestran los resultados sobre las problemáticas existentes en Tehuiztingo y también, por otro lado, se encuentra una solución a ellos a través de la radio comunitaria como un elemento imprescindible para dar cambio primeramente de ideas para luego cambiar conductas dentro de la comunidad, así también poder mantener la cultura, la historia y las tradiciones de la misma. La radio comunitaria online como se menciona anteriormente, es una herramienta fascinante para poder crear identidad y una mejor comunicación entre los habitantes de una comunidad porque hay participación y se involucran de manera consciente con decisiones que tienen que ver con su entorno. Se puede atacar las limitantes comunicacionales y se puede facilitar la información para motivar la educación y el emprendedurismo, de esta forma lograr un desarrollo intelectual, económico y social.

## **Conclusión general**

Lo que muestra el capítulo 1, es la realidad social de Tehuizingo, Puebla. A través de un análisis profundo, se descubrió que dentro de la comunidad, no hay identidad ni interacción, y esta falta de comunicación desencadena diversos problemas sociales, donde grupos específicos se encuentran afectados y desinformados de sus propios derechos y responsabilidades. Donde como solución principal a estas carencias comunicacionales, se crea una radio comunitaria online para agilizar y movilizar a la población fomentando la unión e interrelación entre los pobladores.

La comunicación para el desarrollo como perspectiva teórica, va a potencializar a la seguridad y empoderamiento del poblador, ya que al reconocerse y tomar en cuenta su voto, se sienten parte de un espacio de expresión donde pueden tomar mejores decisiones en torno a su calidad de vida. La visión cualitativa posibilita a que se observe y analice la problemática desde distintos ángulos e interpretaciones, dando como resultado muchos datos que hay que guiar y pulir hasta llegar a una deducción específica, donde se encuentren identificados todos los factores y los involucrados: un resultado final.

Al ser una investigación no experimental y descriptiva, refleja el fascinante hecho de poder describir o reseñar una realidad social desde su atípica naturaleza inmediata, desde su auténtica pureza. El poder estudiarla desde diferentes perspectivas conduce a coleccionar detalles, conocer a profundidad las características, costumbres, creencias y formas de vida de una civilización. El hecho de poder inmortalizar su esencia cultural actual, generando conocimiento que después será historia y patrimonio.

Se distinguieron como sujetos de estudio a los habitantes de Tehuizingo, Puebla, principalmente a sus líderes de opinión que se les invita por medio de una entrevista a profundidad, a mostrar sus puntos de inflexión e inquietudes en torno a la población. Como justificación se demuestra el respeto que se tiene al investigar sobre los temas en torno a la comunicación y la responsabilidad de dejar datos en beneficio de futuros investigadores interesados en los medios comunitarios así como también los beneficios de utilizar el internet como una plataforma de interacción social y producción de nuevos contenidos.

Como lo describe el capítulo 2, la radio comunitaria lleva impregnada una tarea de mucho valor que responde ante las irregularidades e ideas excluidas que contrastan con la estructura de los sistemas sociales, económicos y políticos a lo ancho del planeta, siendo conceptos que resultan complicados de alterar o cambiar, dentro de la visión del Estado. Se muestra que las radios comunitarias surgen a partir de necesidades y carencias que se quieren remediar, objetar, principalmente desde los grupos vulnerables. Las han llamado de muchas maneras, “comunitarias” “libres” “participativas” pero todas han tenido el objetivo de dar voz a quienes más lo necesitan, de diversas índoles, no solo por pobreza, si no por marginación y exclusión.

Las radios comunitarias surgieron primeramente en América Latina y en Estados Unidos; resulta interesante que cuando surgen en Europa fue con el motivo de descentralizar el poder principalmente en Italia y Francia en los años 70s. El fenómeno de la injusticia no discrimina a los países desarrollados, en el capítulo se ejemplifica que es una problemática visible en el primer mundo, así como en el tercer mundo.

Las radios en América Latina surgieron primeramente en Colombia con las llamadas radio escuelas, que estaban dedicadas a mejorar la calidad de enseñanza en poblaciones rurales y empobrecidas pero por otra parte también tuvieron inicios en Bolivia, con las radios mineras donde los intereses y derechos de los trabajadores se escuchaban y se defendían.

Las radios en México iniciaron en Veracruz con radio Teocelo y Radio Huayacocotla, que sin mucho conocimiento se aventuraron a familiarizar a la gente con cultura, religión, educación y promoción social, en ese entonces no tenían el nombre de radios comunitarias, después se les otorgó. Se especifica también las diferencias entre las radios que comenzaron a existir en ese entonces.

También se distingue que la radio comunitaria es un asunto que va cada vez más en ascenso, siendo ilógico cuando tiene que ver con los procesos de comunicación que expanden la convivencia de los sujetos dentro de un lugar, de esta forma, desde este entendimiento universal, el tejido colectivo puede ser entendido, mejorado y conectado para una mayor fuerza grupal.

Y por otra parte, se menciona la radio por internet, que contribuye a informar, mejorar el acceso a la información y establecer interactividad, aunque hoy en día solo algunos tienen acceso a estas plataformas, para la radio no es una amenaza, porque el internet ha generado opciones abundantes e infinitas para generar servicios y mejorar la comunicación en general.

Estas tecnologías han explorado nuevas e interactivas formas de relación, distribución y de sentido; la radio por internet hace convergencia para la democracia y el crecimiento de la brecha de los que acceden a la información. Hoy en día tenemos acceso a internet en menos de diez minutos y tener conocimiento de una radio o programa de televisión.

De esta forma se tienen nuevos modelos y recursos de comunicación que fortalecen el mensaje mediante el diálogo y la discusión analítica. La plataforma

que se utiliza para la radio es la plataforma de páginas web y sitios móviles, Wix y se sintoniza desde un link en tu buscador del ordenador.

Lo que se puede concluir del capítulo 3, es la importancia que tiene lo teórico y lo contextual, detallando cada una de las vertientes puestas en la mira de la investigación. Lo que es el contexto social, es fundamental porque al conocer a la audiencia, teniendo un panorama cada vez más amplio para poder ayudar y alcanzar los objetivos que se buscan dependiendo de las necesidades geográficas, culturales y educacionales, sin dejar de lado, las posturas teóricas que operan dentro del proyecto, con una mirada desde lo funcional, sociológico, psicológico y masivo.

La postura empírico analítica, también conocida como funcionalista, se basa en la realidad, el juicio, el intelecto y no en las expectativas, no es una simple observación, si no, que conlleva un accionar frente al conocimiento. Esta teoría supone que la sociedad trae consigo de forma intrínseca mecanismos capaces de regular los conflictos que suscitan como conjunto, tiene que ver con las leyes y las funciones que cada individuo tiene para llegar al equilibrio social, haciendo que una sociedad funcione adecuadamente.

La forma en como se entrelazan los conceptos, es sorprendente, ya que la sociología funcionalista retoma nuevamente las funciones del individuo, esta postura reconoce que la sociedad está entrelazada y tiene una razón de ser, cada quien cuenta con un propósito y que a partir de esos mecanismos, pueden

solucionar o gestionar sus propios problemas desde un punto de vista que se detiene en la importancia individual y colectiva.

Se aborda desde la comunicación masiva, que es la que se realiza a partir de tecnologías y medios de comunicación de masas, que tiene como característica que son recibidos al mismo tiempo por una gran audiencia. Es un medio que tiene el fin de compartir contenidos de valor al alcance de todos, sin importar los factores sociales, económicos y geográficos logrando el objetivo de la difusión.

La comunicación para el desarrollo conlleva una práctica de mucho valor a la hora de implementar sus herramientas más comunes, en este caso, la radio comunitaria online. Este tipo de comunicación muestra los procesos de comunicación para ampliar las prácticas de empoderamiento común, como debatir, negociar y participar. Defiende ideas sociales desde la tolerancia, la igualdad, la diversidad, la unión y la perspectiva de género. Sus objetivos son educar, recrear, difundir y motivar a la sociedad.

Así es como la radio comunitaria resulta ser una propuesta prometedora, porque ayuda a conectar a las personas motivando sus dinámicas culturales y sociales formando un conocimiento perdurable; siendo un instrumento que crea espacio para ejercer la ciudadanía y logra que la sociedad sea menos estratificada o discriminada.

En este sentido, la radio comunitaria 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. Busca defender la legalidad

democrática y focalizar los problemáticas específicos de las comunidades a las que atiende.

También se explican las fases de creación de una radio comunitaria desde un manual de comunicación para el desarrollo, que implica identificar objetivos y necesidades para que a partir de estos, se diseñen estrategias adecuadas al entorno y las problemáticas, dando como resultado una implementación de las mismas para después observar y monitorear el proyecto, procurando llegar a los objetivos supuestos.

Por último, exponen las necesidades de comunicación para impulsar el desarrollo, que son: facilitar el acceso a la información, empoderar, promover la participación e incidir en políticas públicas.

Lo que concluye el capítulo 4, es la importancia del enfoque cualitativo en la investigación, asumiendo la realidad como subjetiva y dinámica. Se caracteriza con el análisis profundo de las realidades estudiadas, aparte de que se utiliza una herramienta de carácter cualitativa para reunir la información del caso, mediante una entrevista a profundidad a los líderes de opinión de Tehuizingo, siendo su población la que se busca conocer desde distintos puntos de vista.

Las entrevistas a profundidad son herramientas nobles para este tipo de proyectos porque ayudan a ver de forma más amplia los pensamientos, actitudes, sueños y percepción de las personas entrevistadas, a partir de ahí, se conoce el contexto donde provienen, sus anhelos e inquietudes.

A partir de las dimensiones de la comunicación para el desarrollo, se formula la entrevista para responder a las posibles fallas comunicacionales en la región, en la tabla de operacionalización de variables se analizan los medios de comunicación existentes en Tehuiztzingo, la preferencia de contenidos de los pobladores, las problemáticas que sufren, qué tanto se identifican con el entorno y los cambios que haría cada uno de los líderes, en la escala se mencionan las posibles soluciones como más atención, concientización y talleres.

Lo que se puede destacar del capítulo 5, es el análisis y la mirada dentro de la comunidad, donde se despierta a la existencia de diversos problemas que no solo vienen de la comunicación, si no, problemas sociales que están separando a la comunidad, como delincuencia, escasez de agua, drogadicción y machismo.

A partir de las tecnologías existentes en Tehuiztzingo, en este caso, internet, se elige crear la radio comunitaria online como mejor opción desde la plataforma de Wix, al igual que una página de Facebook donde se publica y transmite en vivo regularmente y blogs donde se exponen tips o consejos para emprender, porque que de esta forma, tienen acceso a cualquier hora del día a su disponibilidad.

La hipótesis de problemas comunicacionales se cumplen. Es momento de lograr un cambio significativo como sociedad, de apostar por una cosmovisión íntegra y colectiva que fortalezca la coexistencia, así poder vivir armónicamente con otros.

### **Sugerencias y recomendaciones**

Como sugerencia se necesita más apoyo al proyecto de radio comunitaria como el poder contar con un espacio físico, apoyo con objetos como computadoras, acceso a internet al igual que personas que estén dispuestas a generar contenido, estar presentes y mantener viva la tradición. Se necesitan principalmente una cabina, micrófonos, computadoras, programas de edición de video y sonido adecuados, capacitación para creación de blogs en plataformas como Wix, páginas de Facebook o canal de YouTube.

Se necesita seguimiento y apoyo al proyecto, el encargado de la radio, Bonfilio Bautista Paredes, comenta que no pudo recuperar una computadora que el gobierno había designado para la radio y ahora utiliza su propia máquina, que es de menor nivel. Esto le ha causado dificultades técnicas, pena y tristeza, por ese motivo, por el momento solo se está dando difusión por la red social de Facebook. Bonfilio Bautista, afirma que lo que hace falta dentro de la radio comunitaria es muchísimo, él cuenta que le gustaría obtener una licencia para posteriormente comprar todo un equipo de transmisión, por lo menos el básico para transmitir en

la región. Esa es la parte más difícil y costosa, al igual que la autorización y los permisos para armar la radio comunitaria como una estación FM de Frecuencia Modulada para el municipio y sus comunidades.

También se busca asesoramiento para tener materiales de calidad, computadoras que puedan durar para trabajar, el equipo está dispuesto a seguir trabajando pero es importante buscar el respaldo que se ha perdido por los nuevos regidores.

Bonfilio, busca que la radio ya no sea del municipio, si no, que forme parte de la comunidad. Siente que por parte del gobierno no se recibe recursos y explotan la radio comunitaria.

Hay una iniciativa de recolectar información ahora en pandemia, acercarse a los microempresarios del municipio con la intención de promover la radio y los negocios locales, la situación ha estado muy complicada y de esta forma se va a poder impulsar a los pequeños negocios, tiendas y alfaferos, de forma que lo vean en otros lados o se distribuyan.

Una propuesta o solución podría ser, crear un convenio entre las autoridades de Tehuizingo con el servicio social o prácticas profesionales de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, para enviar a alumnos cada inicio de semestre, o en línea generar contenido que esté dispuesto a impulsar, renacer con las dinámicas sociales y culturales, que estén dispuestos a ayudar y plasmar sus conocimientos mientras se rescatan las costumbres, relaciones y modos de vida en Tehuizingo, Puebla.

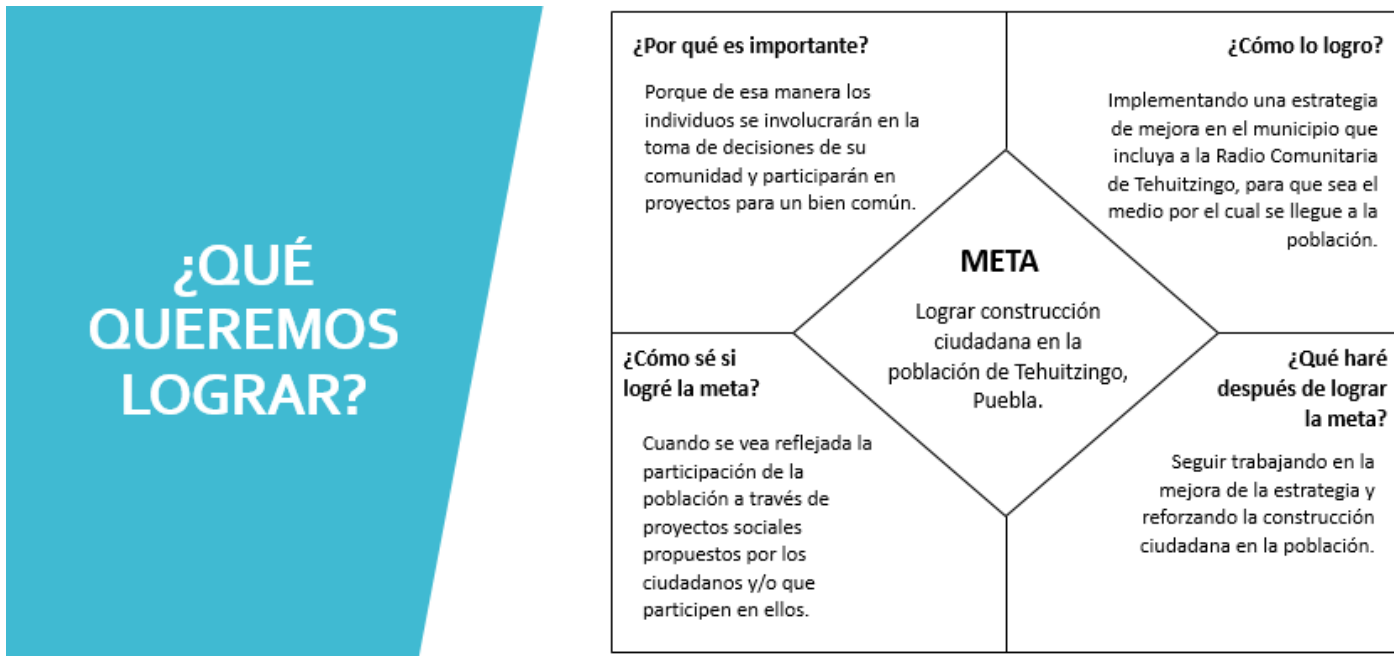
## **Propuesta Radio comunitaria de Tehuizingo**

Una radio comunitaria según el manual *Comunicación para el desarrollo, una guía práctica* fundamenta que esta herramienta de cambio social es muy popular ya que es efectiva a la hora de difundir información, promover mejores actitudes y con la interacción directa con la comunidad.

Se aporta a la investigación desde la creación de un proyecto pionero realizado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) llamado *Radio Comunitaria de Tehuizingo* siendo la primer radio comunitaria nacida en la universidad, iniciado por la coordinadora de Grupos Vulnerables del Estado de Puebla, la doctora Cecilia Deloya Robledo y cuatro estudiantes de la Facultad de Comunicación: Camila Domínguez, Kelly Andrade Flores, Denisse Parra Carreón y Selma Vega, un proyecto vinculado directamente con las autoridades de Tehuizingo, Puebla cuando en Mayo del año 2019, por parte de la presidencia se solicitó ayuda para la creación de un medio local comunitario.

### **1: Identificar objetivos y necesidades**

Figura 14 Objetivos de creación de la radio comunitaria de Tehuitzingo.



Elaboración propia

En la figura 14, se busca explicar las metas e importancia del proyecto y la forma en como se utilizan los medios principalmente para empoderar al sector, logrando construcción ciudadana, transformación de realidades sociales e impulso a los ciudadanos.

#### F: FORTALEZAS

- No existe radio comunitaria en el lugar.
- El contenido será grabado en español y lenguas maternas para fomentar la inclusión de la población indígena.
- La programación incluirá las culturas y tradiciones del lugar así lo avisos para la comunidad.

- Al ser un medio comunitario, la población puede participar en la generación de contenido.
- Las encargadas del proyecto tienen la experiencia y los conocimientos para llevar a cabo la estación de radio al igual que para planear la programación.
- Tendremos apoyo económico para ir a Tehuizingo a conocer de forma directa
- Apoyo e interés del gobierno de Tehuizingo

#### O: OPORTUNIDADES

- El impacto y la vinculación de la presidencia de Tehuizingo con todas las juntas auxiliares.
- La estación de radio puede crecer entre la población.
- La estación estará en un portal digital el cual permite que cualquier persona pueda escucharla y conocer más del lugar.
- Generar identidad de Tehuizingo.

#### D: DEBILIDADES

- No contar con un medio eficiente para difundir el mensaje a la población
- La población no tiene conocimiento de cómo ejecutar una radio comunitaria.
- Se tiene que capacitar a las personas que generarán el contenido.
- En algunas ocasiones los programas no serán en vivo, si no, pregrabados.
- No se transmitirá durante las 24 horas.

#### A: AMENAZAS

- Tenemos que estar al pendiente del gusto/ aprobación de la población/ el cliente
- Recepción del mensaje ya creado en la comunidad
- Se sientan ajenos del canal de comunicación que es el internet
- Como acceso a la radio será a través de una plataforma digital puede que esto sea una complicación para las personas que no tengan internet o los dispositivos adecuados.
- Las demás estaciones de radio pueden opacar la radio comunitaria.
- En algunos casos, se dependerá de las autoridades del lugar para que ellos hagan llegar el programa a los pobladores.

#### DOFA

#### D: DEBILIDADES

- No contamos con mucho dinero para el proyecto
- No hay mucho equipo que sepa de radio en nuestro círculo

#### O: OPORTUNIDADES

- Generamos convenio con Tehuitzingo
- Beneficios a largo plazo como estudiantes y docentes

#### F: FORTALEZAS

- Tenemos el conocimiento y el seguimiento para generar el proyecto
- Tenemos un buen equipo de trabajo y distribuido
- Empodera a las personas de Tehuitzingo

- Educa y cambia la conducta de los habitantes de Tehuiztzingo
- Alfabetiza y concientiza a la población
- Fomenta la cultura y al valor de su identidad

#### A: AMENAZAS

- No tener el contenido adecuado para la población
- Descensión del equipo
- Falta de organización

#### **2: Diseño de estrategia**

- Contexto.

Tehuiztzingo, de origen azteca significa en las piedritas agudas o piedrezuelas puntiagudas”, se localiza en la parte suroeste del estado de Puebla, forma parte de la región Del Valle de Matamoros, que constituye la región mixteca baja poblana; fue fundada por chochopolucas y mixtecos, tiene una extensión de 452km cuadrados y una población de 10,500 habitantes que se dividen en 30 juntas auxiliares, entre las más destacadas encontramos Atopolotitlán, La Noria Hidalgo, Santa Cruz Tejalpan, Tlachinola y Tuzantlán.

Las principales actividades económicas son: el comercio al por mayor de materias primas, agropecuarias y forestales, para la industria y materiales de desecho.

- Agricultura: Siembra de pitahaya, sandía y papaya
- Alfafería: Macejas, tinajas, cántaros, alcancías, tazas

- Amas de casa: Cuidado del hogar y los hijos
- Artesanías: Los habitantes de este municipio elaboran cazuelas, macetas, ollas y tinajas de barro
- Ganadería: Venta de ganado
- Gobierno: Presidente y regidores
- Músicos: Bandas de viento

Figura 15 Mapeo de públicos en la comunidad de Tehuitzingo, Puebla



Elaboración propia

En la figura 15, se muestra una imagen que expone las principales actividades económicas en Tehuitzingo, Puebla.

Público meta:

Son los pobladores de Tehuitzingo, ya que son los principales beneficiarios al tener un medio local de comunicación en donde pueden participar en la creación del contenido.

Mensaje e ideas para la radio:

- Se utilizaron herramientas importantes que caracterizan a la comunicación para el desarrollo como las que son las visitas de campo, creación de página WEB y página de Facebook.
- Se creó el link de la radio comunitaria que está disponible en: [https://servsocialgruposvu.wixsite.com/radiocomunitaria?fbclid=IwAR1gzeLD8FVX4ZAmcyqqtAFBko\\_b1OpEkYxpmk5losld1Xm4H7vLkLaIUAM](https://servsocialgruposvu.wixsite.com/radiocomunitaria?fbclid=IwAR1gzeLD8FVX4ZAmcyqqtAFBko_b1OpEkYxpmk5losld1Xm4H7vLkLaIUAM)
- A partir de esta plataforma, se pensaron en distintos programas con un enfoque diverso; esto con la finalidad de cubrir gustos e intereses de los pobladores:

### *Tehuitzingo Habla*

Este programa es de carácter cultural y está enfocado a transmitir los acontecimientos importantes en la zona mixteca poblana, así como reforzar las tradiciones y costumbres del lugar.

En la programación de incluye contenido en náhuatl y mixteco que son las lenguas maternas del lugar para hacer énfasis en la inclusión de éstas.

“Aquí encontrarás todo sobre tu comunidad. Noticias relevantes de la región y del estado, así como cultura y gastronomía. Sintonízanos para que estés informado. Esperamos tus comentarios, tu opinión es muy importante”

Horario: De lunes a viernes

Blog: <https://camilaadominguezm.wixsite.com/radiot>

Encargados: Camila Domínguez, David Eduardo

### *La cocina de Tehuizingo*

Este programa se hizo principalmente para darle distinción, remarcar y recuperar todos los platillos típicos que hay en la sierra mixteca poblana. Dando facilidad al radioescucha para hacer sus propias recetas desde su casa, así recuperando formas de manifestación culinaria para mantenerlas vigentes en la actualidad.

“Sintoniza puntualmente a las 11 am, escucha y conoce lo que las personas comparten sobre las tradiciones culinarias de la región.”

Horario: martes, miércoles y jueves

Blog: <https://camilaadominguezm.wixsite.com/radiot>

Encargados: Camila Domínguez

### *La hora de la salud*

El principal objetivo de este programa es brindar información acerca de cómo tener un estilo de vida saludable y prevenir a los radioescuchas sobre posibles enfermedades.

“Este programa es la oportunidad perfecta para que te informes y conozcas sobre el cuidado de tu salud y sexualidad. La hora de la salud le da a su público la oportunidad de responder a tus dudas e inquietudes. Sintoniza y descubre por qué nuestros oyentes nunca se pierden La Hora de la Salud.”

Horario: lunes y viernes

Encargados: Sagrario Lobato

### *Lo que suena*

Este programa musical se hizo con el fin de hacer llegar las canciones más populares del momento a la zona y a su vez brindar entretenimiento a la población.

“Conoce el programa musical más popular de la región que tiene cautivado a gran parte del público por su interesante contenido.”

Horario: lunes a viernes

Encargados: Denisse Parra

### *Programa social*

Lo que más importa, es la estabilidad también social y la conciencia de la población para poder tener mejores relaciones entre si.

“La finalidad de esta sección es informar a la población de Tehuiztingo de temas como la violencia de género y crear espacios de apoyo para la comunidad.”

Horario: martes y jueves

Encargada: Sagrario Lobato

### *Tehuiztingo emprende*

Es una oportunidad para conocer y mejorar tu calidad de vida a partir de herramientas útiles para el comercio, la ganadería y la agricultura.

“Este programa es la oportunidad perfecta para que emprendas proyectos que puedan aumentar tu calidad de vida, desde la agricultura, la ganadería y el comercio. Sintoniza y descubre por qué nuestros oyentes nunca se pierden Tehuiztingo Emprende.”

Horario: lunes y miércoles

Blog: <https://selmavegaiturbe.wixsite.com/tehuiztingoemprende>

Encargado de programa: Selma Vega, Cecilia Deloya

Actividad/ canal:

- Página WEB ya que hay servicio adecuado en Tehuiztzingo y ahí mostraremos la programación,

Recursos:

Humano: Primeramente, a las profesoras de la facultad de ciencias de la comunicación, la directora que apoya así como las alumnas de licenciatura, los pasantes del servicio social quienes le están dando forma al proyecto; así como también relaciones/facilidades de obtener información con especialistas de diferentes índoles para la creación de contenido o para el uso de herramientas.

Técnico: Un punto beneficioso es que la universidad cuenta con cabinas para grabar radio, programas de edición avanzados, micrófonos, espacios comunes para poder llevar a cabo la tarea.

Financiero: Por parte del gobierno de Tehuiztzingo hay un apoyo financiero, así tenemos una entrada más fácil a la comunidad para poder integrar lo que es a la radio.

### **3: Implementación**

- El primer punto del seguimiento a considerar del proyecto, es seguir creando contenidos y acercarnos de manera urgente a la comunidad para conocerla a detalle
- A partir de que se visite la ciudad, grabar, tomar fotografías, relatos, historias y datos para construir nueva información de relevancia para el consumidor y rescatar el folklor.

- Crear esa relación con las personas de Tehuizingo para generar confianza y familiaridad desde nuestra actitud frente a frente, como en los temas a compartir desde el medio.
- Fortalecer relación entre ayuntamiento e institución, para cualquier duda o interés en cada una de las fases que tendrá la radio comunitaria.

Etapas de implementación y seguimiento:

1: Etapa de pre grabaciones y a distancia: este consta de un tiempo donde desde la facultad de ciencias de la comunicación nuestro equipo estará grabando contenido para cubrir programas para la radio, el manejo es directamente los encargados.

2: Se dará una capacitación a las autoridades tanto como a la población para que después de un tiempo, la radio funcione por sí sola. Estas capacitaciones serán desde el manejo de la página web, cómo hacer escaletas, cómo grabar programas en vivo, como utilizar el blog y los programas de edición de sonido para que los mismos habitantes de Tehuizingo se sientan interesados de formar parte y darle seguimiento a lo que es de ellos y para ellos.

3: En la tercera fase ya buscamos o contemplamos un sitio donde la población pueda sintonizar, un espacio físico en Tehuizingo, donde habrá personas preparadas y responsables para que esté establecida después de la capacitación y conocimientos previos.

Figura 16 Cronograma de actividades

Cronograma de actividades	Creación de programa	Creación de blogs	Comienzo de grabaciones	El proyecto se presentó	Ajustes y cambios	Grabaciones	Entrega de proyecto
Semana 1							
Semana 2							
Semana 3							
Semana 4							
Semana 5							
Semana 6							
Semana 7							

Elaboración propia

En la figura 16, se expone un cronograma de las actividades que se realizaron a lo largo de siete meses del proyecto de Radio Comunitaria Tehuitzingo, desde la creación de un programa hasta la entrega final del proyecto.

#### 4: Monitorear y seguimiento del proyecto

a) Indicadores de éxito:

Empoderamiento, emprendurismo, cambio social, educar, alcance, apropiación de identidad, colaboración, retroalimentación, concientización, y accesibilidad.

b) Sistema de medición

Figura 17 Marco lógico

Fecha	Actividad	Encargado
Mayo 2019	Se da a conocer la necesidad de querer hacer una radio comunitaria por parte del gobierno de Tehuiztzingo.	Cecilia Deloya / Encargada de grupos vulnerables.
Junio 2019	<p>Ocurrieron las primeras reuniones del equipo que fueron firmadas para comenzar y darle orden al proyecto.</p> <p>9 de junio: Creación del logo</p> <p>2 diferentes a elegir</p> <p>10 de junio: Creación de blogs de programas independientes y creación de slogan</p> <p>2 diferentes a elegir</p> <p>14 de junio: Visita de las autoridades correspondientes de Tehuiztzingo a la Facultad de Ciencias de la Comunicación donde se expuso el proceso de creación del proyecto. Se crearon lazos directos con las autoridades de Tehuiztzingo y se acordó una visita a la localidad para recolectar información de interés.</p> <p>23 de junio: Investigación a profundidad de Tehuiztzingo</p>	<p>Cecilia Deloya / Encargada de grupos vulnerables</p> <p>Selma M. Vega Iturbe</p> <p>Camila Domínguez Marín</p> <p>Denisse Parra</p> <p>Kelly Andrade</p> <p>Directora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Doctora Angélica Mendieta</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grabación de programas de interés.</li> <li>• Recabar información de cada uno de los programas para realizar programas pregrabados para transmitir.</li> <li>• Entrega de un mes de sintonización para transmitir en la radio.</li> </ul>	
Julio 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de contenido e investigación para crear más programas y grabar</li> <li>• Traer ideas frescas para la radio comunitaria</li> </ul> <p>Creación de escaletas y programas pregrabados</p>	Equipo Radio Comunitaria Tehuitzingo
Agosto 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viaje a la comunidad de Tehuitzingo.</li> <li>• Adquisición de equipo universitario para grabación de video y audio a Tehuitzingo.</li> <li>• Análisis a profundidad de campo de la cultura y zonas que pueden destacarse de la comunidad para darlas a conocer.</li> <li>• Realización de entrevistas a comerciantes.</li> <li>• Realización de entrevistas a personas destacadas de la comunidad sobre costumbres y tradiciones.</li> </ul> <p>5 de agosto: Grabaciones y entrevistas en el mercado de Tehuitzingo, día de plaza.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista a sacerdote de la comunidad</li> </ul>	<p>Cecilia Deloya / Encargada de grupos vulnerables</p> <p>Selma M. Vega Iturbe</p> <p>Camila Domínguez Marín</p> <p>Denisse Parra</p>

	<p>Regreso a Puebla.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al recabar la información del fin de semana: hubo edición de video y de audio.</li> <li>• Se creó el canal de YouTube  <a href="https://www.youtube.com/channel/UC1lmZcR3cqKmZUNGNlpssvQ/featured">https://www.youtube.com/channel/UC1lmZcR3cqKmZUNGNlpssvQ/featured</a></li> <li>• Creación de canal de Youtube de servicio social:  <a href="https://www.youtube.com/channel/UCQP0eucYkxW4AbLWZgCsEQQ">https://www.youtube.com/channel/UCQP0eucYkxW4AbLWZgCsEQQ</a></li> </ul> <p>Videos destacados:</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=JbXQ-gnnLZk">https://www.youtube.com/watch?v=JbXQ-gnnLZk</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=ytHcytnbVbE">https://www.youtube.com/watch?v=ytHcytnbVbE</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=90opW8q6IFQ">https://www.youtube.com/watch?v=90opW8q6IFQ</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=6fT21lLvISk">https://www.youtube.com/watch?v=6fT21lLvISk</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=Chla0AtdBaM">https://www.youtube.com/watch?v=Chla0AtdBaM</a></p> <p>6 de agosto: Edición de fotografías y creación de página de Facebook</p>	<p>Selma Vega</p>
--	---	-------------------

<p>Septiembre 2019</p>	<p>Integración de más comunicólogos en el proyecto por parte del Servicio Social y las Prácticas Profesionales de la maestra Cecilia Deloya.</p> <p>9 de septiembre: se realizó la primera aparición al aire en nuestro link creado especialmente: <a href="https://servsocialgruposvu.wixsite.com/radiocomunitaria">https://servsocialgruposvu.wixsite.com/radiocomunitaria</a> comenzó la transmisión puesto que quería la difusión correcta para la Feria de Tehuiztzingo que comenzaría el respectivo 25 de septiembre.</p> <p>11 de septiembre: Durante estos días hubo una feria del proyecto en la Facultad de Comunicacion y la radio comunitaria fue uno de ellos.</p> <p>Hubo un stand dónde se dio información y muchas personas se anotaron para ser voluntarios para la creación de programas, ser locutores, así logramos ideas nuevas para la radio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se hicieron dos carteles tamaño real</li> <li>• Se difundió la campaña jugueteando</li> </ul> <p>Se amplió el equipo de la radio comunitaria.</p> <p>12 de septiembre: Se comenzó a dar seguimiento con el contenido de la radio y se</p>	<p>Equipo de Radio Comunitaria Tehuiztzingo.</p>
------------------------	--	--

	<p>hicieron ajustes con los horarios de los programas</p> <p>Se dio difusión a la feria de Tehuiztzingo, siendo la fiesta más importante de la ciudadanía que empezaría el 25 de septiembre.</p> <p>25 de septiembre: Fue la inauguración oficial de la radio comunitaria y la feria de Tehuiztzingo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de diplomas de valor curricular del gobierno de Tehuiztzingo.</li> </ul>	
<p>Octubre 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar seguimiento a la barra programática</li> <li>• Creación de programas semanales/ diarios</li> <li>• Creación de equipos para cada uno de los programas</li> </ul>	

En la figura 17, siendo el marco lógico del proyecto, se exponen todas las actividades por fechas y tiempos para que de esta forma se vea el seguimiento, el alcance y el avance. Así mismo, se queda un registro de lo que se ha trabajado pero también es en parte el diseño, la conceptualización y la forma de ejecución del mismo plan.

Figura 18 Tabla de objetivos

Se muestran los objetivos del proyecto de radio comunitaria a corto, mediano y largo plazo, dando conocer los indicadores de los mismos, los medios y supuestos.

Objetivos	Descripción Narrativa	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
A corto plazo	<p>Iniciativa y difusión: Nosotras buscamos crear iniciativas tanto como el personal del ayuntamiento para que las personas estén enteradas que ha sido creada la radio comunitaria.</p> <p>Conexión/ acceso: Buscamos que las personas en la comunidad y en otros lados tengan libre acceso a la información.</p>	<p>A partir de cómo se desempeña la relación institución - ayuntamiento, podrá ser de utilidad para ver qué tanto alcance hemos tenido y si es efectivo o inefectivo la forma.</p> <p>En la página puede haber un conteo de las personas que nos visitan, así monitorear y en el camino ver, si se está alcanzado la accesibilidad de forma adecuada.</p>	<p>En cada reunión que tengamos tenemos que tener en cuenta que la forma en cómo vamos a relacionarnos con la comunidad es lo más importante</p> <p>En cada reunión habrá revisión para mejorar la conectividad</p>	<p>Que no se dé suficiente difusión a la radio comunitaria</p> <p>En la parte técnica no sea la mejor idea para lo que queremos implementar así como la conexión</p>
A mediano plazo	Retroalimentación: Que los habitantes comiencen a participar en la	Que haya una comunicación efectiva con los habitantes para	Interacción vía blog, teléfono celular y de campo	No generar confianza ni integrar a la comunidad.

	<p>radio para así lograr una conexión amplia con el público.</p> <p>Alcance: Que la programación de la radio comunitaria llegue a la mayor parte de la población.</p> <p>Apropiación de identidad: Que los habitantes hagan de la radio, parte suya, comenzar a crear contenidos con las personas para que piensen que le pertenece y la mantengan al día y viva.</p> <p>Empoderamiento: Darle voz y calidad de vida a las personas de la comunidad.</p>	<p>poder proporcionarles la información que necesitan específicamente y crear relaciones públicas, que se hable bien de ella.</p> <p>Se tomarán nota de las interacciones que se hagan desde Tehuizingo y las juntas auxiliares para ver hasta dónde nos escuchan.</p> <p>En la medida en que los radioescuchas mencionen, sintonicen o hablen sobre la radio comunitaria y se sientan bienvenidos en ella.</p> <p>Que la radio comunitaria sea el portavoz, inclusiva y cultural de comunicación para expresar las</p>	<p>Conteo de mensajes y audios de whatsapp.</p> <p>Se utilizarán diferentes estrategias de mercadotecnia social como en el subconsciente para generar identidad cultural.</p> <p>Conteo y análisis</p>	<p>Que no tengan acceso a una llamada o mensaje de whatsapp</p> <p>Que no se logre ser sensible con las formas de ser, cultura y tradición, ni tener carácter inclusivo y de fácil acceso de estos procesos de comunicación.</p> <p>No permitir que los habitantes sepa utilizar el medio, para ser porta voces de su</p>
--	--	---	--	---

		opiniones, emitir sus programas, imprimir sus boletines, abrir sus canales.		propio desarrollo.
Objetivos específicos	<p>Concientizar: facilita procesos inclusivos de comunicación y de debate sobre los desafíos ecológicos, sociales y políticos que frenan el desarrollo de la sociedad.</p> <p>Educar: Hacer un cambio social significativo.</p>	<p>Que cada vez las personas estén más despiertas a la problemática del estado y de su región, así como los problemas que los aquejan como comunidad para comenzar a tener cambios de ideas, acciones y crear una vida diferente.</p> <p>Cambio de mentalidad y un efectivo acceso a la información.</p>	<p>Con el buen uso y difusión de la información, se podrá a dar a conocer la participación que está teniendo la comunidad en la toma de decisiones.</p>	<p>Que los segmentos sociales menos favorecidos quedan excluidos del debate y que urgentemente les hace falta un cambio social.</p>

## **Anexo 1** Entrevistas a profundidad

### **Entrevista 1: Luz del Carmen García Martínez, Regidora de Patrimonio y Hacienda Pública Municipal. Tehuiztzingo, Puebla, 3 de octubre de 2020.**

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en la comunidad de Tehuiztzingo?

Teléfono de casa Telmex, teléfono celular, aparatos de sonido: bocinas o trompetas, internet en la cabecera municipal, Facebook, Twitter, volantes.

2. A partir de sus necesidades. ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?

En estos momentos, considero que es la salud en su dimensión holística, en cuanto a prevención de la misma.

El tema de la pandemia ahora y enfermedades más frecuentes, sin dejar de lado otros temas informativos-formativos con respecto a los jóvenes: Situación de drogadicción, alcoholismo.

Investigar y conocer nuestra identidad, la historia de nuestro pueblo, su cultura, sus sanas tradiciones.

La importancia de la participación para construir ciudadanía y temas de dignidad y espiritualidad que afiancen los valores éticos, comunitarios.

La necesidad de la participación femenina en temas sociales, culturales y políticos.

3. ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuiztzingo? Internet

4. ¿Cuáles son las limitantes de comunicación que tiene la comunidad? El internet solo lo tiene la cabecera, las comunidades carecen de él. Y en tiempo de lluvia nos quedamos con frecuencia sin servicio de luz eléctrica.

5. ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuitzingo?

Pobreza, fuentes de trabajo, falta de alimentos, cuando no hay buen temporal y se pierden las cosechas. En cuanto a salud, su prevención. También cuando la lluvia es escasa, se bajan los pozos de agua potable y los meses de calor: marzo, abril, mayo se reduce la dotación de este líquido. La venta y consumo de drogas, las bandas, la migración.

Yo considero que para resolverlo, en primer lugar se necesita hacer un análisis comunitario de la realidad para conocer las causas y de esta forma, solucionar las causas y no los efectos.

6. ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuitzingo?

Es muy poco adecuada la dinámica. Tenemos grandes retos. En lo personal, percibo lo siguiente:

a). Modificar algunos aspectos en materia legislativa, me refiero a la Ley Orgánica Municipal, en concreto al número de regidores de acuerdo con la cantidad de población de cada Municipio. Para el nuestro 9 regidores más el presidente, son muchos, y también, adecuar las comisiones en armonía con las necesidades de la población.

b). Formación con perspectiva de género, para dar cohesión a las mujeres que participamos en el Ayuntamiento. Apertura de parte de los compañeros varones para aceptar nuestra participación.

c). Realizar un esfuerzo para que, de manera organizada, la comunidad participe y supere el paternalismo.

d). En cuanto a las facultades y obligaciones de los presidentes municipales y de los regidores, procurar que se organice la comunicación entre los pueblos. Este aspecto está descuidado.

7. ¿Qué es lo que más destaca en Tehuiztzingo para rescate cultural y patrimonial?

- Historia regional: No se conoce con exactitud el año de la fundación de Tehuiztzingo, en “Las Relaciones, de Acatlán” 1581, hace mención de Tehuicingo, como un lugar perteneciente a la cabecera de Acatlán.
- Memoria de orgullo poblano: Mariano Matamoros, según lo fundamenta Antonio Carreón en su libro “Historia de la Ciudad de Puebla de los Ángeles” estableció su cuartel general en Tehuiztzingo el 16 de agosto de 1813, jugando un papel importante en el movimiento de Independencia.
- Legado histórico: El general Porfirio Díaz, narra en sus memorias (Caps. XLVII y XLVIII), que él y el coronel Bernardino García, originario de Tehuiztzingo, entraron a este pueblo el 22 de septiembre 1865, donde había infantes de la Guardia Civil Imperialista, tomando sus armas.

- Una historia inédita: 14 de marzo de 1909. Durante el período del Porfiriato, en elecciones extraordinarias quieren imponer a Juan Manuel Juárez como presidente municipal de Tehuitzingo. El pueblo decide evitarlo, se organiza. Por lo cual el Estado responde con violencia. Actas de defunción No. 28, 29 y 30 del 14 de marzo 1909 a las dos de la tarde fallecieron de un balazo Tiburcio Bermejo de 45 años de edad; Gregorio Rosas, casado, de 24 años de edad; Ciriaco Rosas, casado de 25 años de edad todos vecinos de la sección 4ª.
- Patrimonio tangible e intangible: Pirámide del Zenteoyotl.
- Una historia que guarda tesoros: Los archivos civiles y eclesiásticos de San Miguel Tehuitzingo, en los que se asientan las partidas de bautizos de indios. Comienza el día 25 de febrero de 1817 aproximadamente.
- Mitos y leyendas: El quinto viernes de cuaresma se celebra aproximadamente desde 1650, venerando al Señor de Tejalpa. Cientos de peregrinos llegan a este lugar, desde diferentes estados: Puebla, Tlaxcala, Hidalgo, Morelos y Guerrero. La procesión recorre aproximadamente 10 cuadras y se caracteriza por la lentitud, dura toda la noche.

8. ¿Los pobladores de Tehuitzingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?

No se sienten identificados, no conocen la historia del pueblo. Hace falta mucho trabajo en el rescate de archivos civiles y eclesiásticos, para fundamentar nuestra identidad.

9. ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?

1. Hacer el esfuerzo de recuperar la memoria histórica de Tehuizingo.
2. Difundirla.
3. Apropiarse de ella. Que sea para nosotros un espejo que nos anime a trabajar por la cohesión del pueblo y nos empodere para superar las situaciones que requieren ser superadas, de forma organizada.

10 ¿Considera que los pobladores de Tehuizingo tienen iniciativa personal y colectiva? No. Ayudaría mucho al empoderamiento:

- Celebrar los acontecimientos históricos, en las fechas correspondientes para conservar la memoria.
- Propiciar la participación de la comunidad.
- Implementar la consulta popular en las decisiones importantes del Municipio.

11. ¿Qué cambios haría en Tehuizingo? (Infraestructura, problemáticas sociales)

- Poner atención en las zonas marginadas de la sede del municipio, involucrando a los que viven ahí, para que expresen sus necesidades y las resuelvan ambos: autoridad y pueblo.
- Invitar a la población para resolver juntos el problema de la basura y contaminación.

- Crear un mecanismo de análisis de la realidad, en los barrios, comunidades y presidencias auxiliares, involucrando a los inspectores y autoridades respectivas. Empezando a resolver juntos las dificultades.

12. ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?

Desde mi percepción, conforme con las leyes, calificaría un 8. Y en cuanto al cumplimiento de ellas un 6. Cambiaría la manera en que se toman las decisiones importantes.

13. ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?

No, creo que no se ha intentado. Se cambiaría con escucha y participación, implementando mecanismos de participación y consulta.

**Entrevista 2: Presbítero José Guadalupe Enríquez López, Lic. En Teología Dogmática por la Universidad Pontificia de México, también es Vicario.**

**Tehuizingo, Puebla, 11 de octubre de 2020.**

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en Tehuizingo?

Puesto que el alcance de los medios de comunicación es totalmente global y general, podemos hablar de su utilización en dos diferentes generaciones. Por un lado, se encuentran las “nuevas generaciones”, que van de los 5 a 35 años, los cuales utilizan como recurso inmediato el celular personal, internet, las diferentes

redes sociales (whatsapp, facebook, hotmail, gmail, twitter, etc.), a esto se suman la computadora portátil, la tablet y los centros de computación a los que denominamos ciber.

Sin embargo, las generaciones más adultas, que van de los 35 años en adelante, por la falta de conocimiento en la tecnología de algunos aparatos, se limitan al uso del celular personal, algunas redes sociales, internet, el teléfono de casa, la T.V., y la radio.

2. A partir de sus necesidades, ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?

En este momento de nuestra historia, la información que necesita más difusión es la del cuidado ambiental, el cuidado de la salud personal y mental, la sana alimentación y, sobre todo, la información veraz y oportuna de lo que está aconteciendo en nuestro planeta.

3. ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuizingo?

Las tecnologías que se pueden descubrir con más evidencias son: teléfono portátil, teléfono de casa, T.V. de paga, internet, computadoras, tablet, impresoras, escáner, aparatos de radio.

4. ¿Cuáles son las limitantes de comunicación que tiene la comunidad?

Una de las limitantes actuales es que no todas las personas o familias tienen acceso a internet o a la posibilidad de una T.V. de paga.

No todas las personas saben utilizar adecuadamente los diferentes aparatos tecnológicos para los medios de comunicación. A esto se suma la “falta de formación” en el uso adecuado de los diferentes medios de comunicación.

5. ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuizingo?

Por ser una comunidad que se encuentra atravesada por una carretera federal, en donde la fluidez vehicular es constante, se perciben, como unas de sus mayores problemáticas: la violencia, la drogadicción, el alcoholismo, la dispersión y la infidelidad.

Una forma siempre antigua y necesaria es educación. Impulsar una adecuada educación integral en las nuevas generaciones garantizará un futuro más equilibrado, sobre todo en el núcleo familiar que es donde se empieza a desarrollar el gran tejido social.

Se podría resolver al abrir espacios o programas de apoyo para las familias más necesitadas y marginadas, favoreciendo el acceso a la buena información y educación para todos, ya que un pueblo que se instruye, jamás se confunde y así asegura su progreso.

6. ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuiztzingo?

Considero que a nuestras autoridades les ha tocado un momento muy crítico para el ejercicio de su gobierno. Sin embargo, la preocupación constante, la inversión de recursos para el desarrollo y progreso de Tehuiztzingo, la transparencia en el ejercicio político, ha reflejado un buen dinamismo gubernamental, sobre todo en este momento de la historia, que sin duda marcará a la humanidad.

7. ¿Qué es lo que más destaca en Tehuiztzingo para rescate cultural y patrimonial?

Considero que las fiestas religiosas son y siempre serán en las comunidades un vínculo de unidad y solidaridad. El interés de evocar su historia, de involucrar los bailes, danzas y tradiciones de los antiguos dentro del ámbito religioso crea espacio rico de cultura.

La elaboración de las velas de cera, la convivencia y participación de las mayordomías permiten que las costumbres y tradiciones sigan vivas y se transmitan a las nuevas generaciones.

La participación de las personas que radican en los Estados Unidos en las grandes fiestas religiosas enriquece el crecimiento cultural y la valoración de nuestra cultura como un verdadero patrimonio.

8. ¿Los pobladores de Tehuiztzingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?

Considero que la identidad y autoconfianza de las personas mayores para con la comunidad es más evidente, ya que cuidan de su pueblo, su historia, costumbres y tradiciones. Sin embargo, se percibe una falta de identidad y desinterés e indiferencia por las generaciones jóvenes, ya que son muy pocos los espacios o proyectos en donde se involucran o los dejan involucrar.

9. ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?

Es de mucha importancia identificar líderes que busquen verdaderamente el desarrollo de la comunidad sin imponer sus propias ideas y criterios, sino que tenga la capacidad de escuchar, discernir e involucrar a todas las personas, de manera especial a los adolescentes y jóvenes.

Creo que este nuevo orden mundial nos está exigiendo apostar por las generaciones de jóvenes, que sean los nuevos protagonistas de una nueva civilización, para ello, es necesario escucharlos y dejarlos expresar su manera de entender el mundo, apoyarlos y apostar por ellos.

10. ¿Considera que los pobladores de Tehuiztzingo tienen iniciativa personal y colectiva?

En realidad, el poder radica en unos cuantos grupos, los cuales tienen a su merced la capacidad de decidir en bien o en perjuicio de otros. No podemos hablar de un empoderamiento colectivo ya que no todos los grupos o sectores tienen acceso a las mismas oportunidades, generalmente se busca empoderar más a un pequeño sector de la comunidad que comparte las mismas ideas o el mismo criterio político, y se abandona del todo a los demás sectores de la sociedad (deporte, educación, religión, etc).

11. ¿Qué cambios haría en Tehuiztzingo? (Infraestructura, problemáticas sociales)

Es necesario una buena organización social, en donde todos, sin exclusión, fortalezcan sus capacidades, confianza, visión y protagonismo para impulsar cambios positivos en la comunidad.

El acceso a la información, la participación inclusiva y el desarrollo de capacidades, sobre todo de los jóvenes, proporcionará una mejor transformación social, para ello, es necesario invertir en la educación y en lugares y espacios donde se permita el desarrollo de capacidades y habilidades.

12. ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?

Del 1 al 10, me quedo en el 7.

13. ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?

Hasta el momento no han sido eficaces las estrategias de inclusión, ya que prevalecen fisuras políticas, económicas y religiosas que no permiten la unidad entre los diferentes grupos y sectores. Para cambiar este fenómeno, es necesario

un proceso de renovación en la organización, en la participación y en quienes están al frente de cada grupo o sector.

A parte, de que la mejor manera de lograr un cambio en nuestra comunidad es empezar por una renovación personal, mental y actitudinal de personas y grupos organizados que, dejando por un lado las diferencias políticas, económicas y religiosas, busquen favorecer autonomía en las tomas de decisiones y promuevan una verdadera política de inclusión.

**Entrevista 3: Nelly Alicia Sánchez Hernández, Sindico Municipal de Tehuitzingo, Apoderada legal y jurídico. Tehuitzingo, Puebla, 22 de octubre de 2020.**

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en la comunidad de Tehuitzingo?

Los medios de comunicación que utilizamos en nuestro municipio son las redes sociales, el voceo y la radio comunitaria además de apoyarnos con lonas y volantes para la información que se quiere dar a conocer.

2. A partir de sus necesidades, ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?

El área de salud, sobre todo en el tema de la pandemia que nos aqueja, dar a conocer los programas de apoyo social los días en que se entregan etc, además de dar a conocer cualquier información que se apruebe en cabildo y que sea necesario dar a conocerlo a la población en general.

3. ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuitzingo?

Computadoras, internet, teléfonos inteligentes, radio comunitaria

4. ¿Cuáles son las limitantes de comunicación que tiene la comunidad?

Que el internet es de muy mala calidad, a cada rato se va la señal de teléfono y la comunidad se queda sin comunicación por un día entero, a nuestra radio comunitaria le hace falta más apoyo de parte de nuestro ayuntamiento e incluso podamos ver la manera que llegue a nuestras comunidades más lejanas.

5. ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuitzingo?

La falta de una buena red de comunicación y más seguridad en todos los ámbitos, así como más apoyo a la ciudadanía y recurso en el área de cultura, así como en el patrimonio de Tehuitzingo.

6. ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuitzingo?

No, porque no se respetan las funciones de cada área y aun se vive la desigualdad de género por que toman muy poco en cuenta la opinión de las mujeres que conformamos el honorable ayuntamiento, entre otros.

7. ¿Qué es lo que más destaca en Tehuitzingo para rescate cultural y patrimonial?

En nuestra comunidad contamos con varios patrimonios culturales como la mina de barro de la sección cuarta que es cuna de los artesanos de nuestra comunidad; contamos con bellas iglesias en cada sección de nuestro municipio así como la parroquia principal, tenemos diferentes lugares turísticos y peñas para hacer deportes extremos, además de tener una amplia gama culinaria de productos y comidas típicas de la región como los la nieve artesanal, el chocolate, el tradicional mole, el pipian y huasmole, además de los dulces típicos como lo son la alegría, la chilacayota, el jamonsillo de cacahuete o de semilla de calabaza, nuestras exquisitas pitayas.

8. ¿Los pobladores de Tehuiztzingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?

Si, ya que si en algo no están de acuerdo lo expresan.

9. ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?

Poniendo espacios alternativos como mesas de debate, buzón de quejas, y haciendo mesas de trabajo con la ciudadanía para conocer y saber lo que piensan respecto a temas de interés del municipio.

10 ¿Considera que los pobladores de Tehuiztzingo tienen iniciativa personal y colectiva?

Si la hay, creo que en el municipio deberían a ver más conferencias para hablar de temas como lo es la resiliencia y lograr sensibilizar a todos los habitantes del municipio ya que la mayoría de la población carece de los mismos.

11. ¿Qué cambios haría en Tehuiztzingo? (Infraestructura, problemáticas sociales)

Muchos en pro del género femenino y la igualdad entre hombres y mujeres ya que somos uno de los municipios con mayor casos de violencia de género y maltrato familiar, en el ámbito de seguridad buscar la manera de solicitar más apoyo con elementos de seguridad y patrullas ya que somos de los municipios más grandes.

12. ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?

Inconforme en el sentido de que en pleno siglo XXI se siguen aplicando las leyes a unos cuantos, cambiaría muchas cosas pero desgraciadamente para aprobar una nueva ley en el municipio se tiene que hacer una serie de procedimientos y pagos que a veces el municipio no está dispuesto a probar.

13. ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?  
Pues principalmente cambiaría eso haciendo un cambio en el pensamiento de la gente de nuestro municipio sensibilizando la forma de pensar para lograr una mejor inclusión hacia todos y cada uno de los participantes.

#### **Entrevista 4: Reina Díaz López, Regidora de Parques y Jardines**

**Tehuizingo, Puebla, 28 de octubre de 2020.**

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en la comunidad de Tehuizingo?

Televisión, teléfono, radio, perifoneo y redes sociales a un 50%.

2. A partir de sus necesidades, ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?

El comercio de lo que se produce dentro de la comunidad, la seguridad, salud, información sobre el INE, apoyos federales y estatales.

3. ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuizingo?

Internet, SKY, VTV, celulares, ciber.

4. ¿Cuáles son las limitantes de comunicación que tiene la comunidad?

Por la ubicación tan alejada de las antenas receptoras, la señal no es muy buena para este municipio, también las personas no tienen recursos económicos para adquirir aparatos de comunicación.

5. ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuizingo?

De salud, agua y seguridad.

En salud, necesitamos un hospital con especialistas o al menos una vez por semana traer pediatras, ginecólogos, endocrinólogos y se necesitan conferencias de salud para prevenir enfermedades.

Los problemas del agua, tiene que ver con que nuestra región es árida y los mantos acuíferos muy profundos; cuando no llueve, los mantos acuíferos se secan, una de mis soluciones es la construcción de presas de retención de aguas fluviales.

Los problemas con la seguridad, desde mi punto de vista, es que es necesario aumentar el número de elementos policiales y capacitarlos para una mejor vigilancia y a los ciudadanos convencerlos para que hagan sus denuncias en cualquier conflicto que se les presente.

6. ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuiztzingo?

Si, aunque el recurso que llega al municipio es poco.

7. ¿Qué es lo que más destaca en Tehuiztzingo para rescate cultural y patrimonial?

Sus bailes típicos regionales como la danza de los Tehuanis y el baile del guajolote. Su gastronomía como el pan, el chocolate, el pipián, el mole, los tamales, el atole de granillo, niveles y pastelillos. Dulces típicos como jamoncillo, chilacayote, conservas, batida de calabaza, palanqueta de cacahuete, pulpa de tamarindo. Tradiciones como las ferias, día de muertos, desfiles en fechas conmemorativas y la visita al Santuario de Santa Cruz Tejalpa.

8. ¿Los pobladores de Tehuiztzingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?

Al 60% por la ubicación geográfica de este municipio, ya que a mitad del pueblo pasa la carretera panamericana y transitan muchas personas desconocidas.

9. ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?

Por medio de proyectos con los migrantes en Estados Unidos de América.

10. ¿Considera que los pobladores de Tehuiztzingo tienen iniciativa personal y colectiva?

No hay empoderamiento, las actividades para mejorar podrían ser el comercio y su difusión.

11. ¿Qué cambios haría en Tehuiztzingo? (Infraestructura, problemáticas sociales)

Empezaría por la educación para niños y jóvenes para recuperar los valores y de ahí cambiaría su forma de pensar y de actuar.

12. ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?

A un 50%, pienso que podría mejorar al poner sanciones económicas y cumplirlas correctamente.

13. ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?

No han sido eficientes las estrategias de inclusión, porque en nuestro municipio predomina el machismo. Cambiaría este hecho a partir de la educación, a través de la reflexión y hacer conferencias para padres e hijos. Si no cambiamos mentes, no cambiamos actitudes.

#### **Entrevista 5: Presbítero Lic. Jorge Osio López. Párroco de San Miguel**

**Arcángel. Tehuiztzingo, Puebla, 29 de octubre de 2020.**

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en la comunidad de Tehuiztzingo?

Radio, televisión, internet, telefonía celular y un periódico diocesano llamado acontecer diocesano.

2. A partir de sus necesidades, ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?

Creo que toda la información imparcial es necesaria sobre todo en relación a la fé, la salud, política, ciencia y religión, siempre y cuando sea veráz y oportuna.

3. ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuitzingo?

Que yo sepa solo de una antena receptora para la señal de celular, internet, radio y televisión.

4. ¿Cuáles son las limitantes de comunicación que tiene la comunidad?

Quizás una grande indiferencia por atender con seriedad a los medios de comunicación social y valorar los que ya tenemos y utilizarlos de un modo eficaz y conveniente.

5. ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuitzingo?

Hay muchas problemáticas de orden social, político y económico, también religioso. Todo tipo de problema se resuelve por medio del diálogo asertivo: que sana, libera y transforma la vida de las personas. Yo creo que la única y auténtica solución es el amor y por lo tanto, la fraternidad, el perdón y la paz.

6. ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuitzingo?

Pienso que debe ser dirigida a una persona que trabaje en el gobierno para tener una respuesta más adaptada a la realidad.

7. ¿Qué es lo que más destaca en Tehuitzingo para rescate cultural y patrimonial?

Pienso que en el aspecto cultural es muy amplio, desde sus usos y costumbres (tradiciones) así como descubrir y promover sus zonas arqueológicas.

8. ¿Los pobladores de Tehuiztzingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?

Considero que debe ser asignada a un grupo de personas que están más en contacto con la realidad social, política y económica. Al menos puede hacerse una encuesta por muestreo y así tener un análisis de la realidad más real.

9. ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?

Precisamente tomando en cuenta la voz y voto de la ciudadanía para hacer más creíble la información.

10 ¿Considera que los pobladores de Tehuiztzingo tienen iniciativa personal y colectiva?

No tanto. Pueden servir mucho los cursos o talleres de desarrollo humano, de superación personal, de formación de líderes y trabajar mucho con los jóvenes, niños y adolescentes para transformar una nueva sociedad y crear una nueva mentalidad a largo, mediano o corto plazo. Y sobre todo crecer en la capacidad de amar y perdonar.

11. ¿Qué cambios haría en Tehuiztzingo? (Infraestructura, problemáticas sociales)

El cambio lo hacemos todos, dice un adagio popular: El mundo cambiará cuando tú y yo comencemos nuestro propio cambio, porque la vida se compone de pequeños detalles para lograr grandes cambios.

12. ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?

Me gustaría que fuera más específica esta pregunta, pero creo que dentro de todo, solo hace falta difundir las denuncias ciudadanas.

13. ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?

Si tomaran en cuenta la voz de todos, todo sería diferente.

**Entrevista 6: Bonfilio Bautista Paredes, Médico Veterinario Zootecnista y director de Desarrollo Rural, Tehuizingo, Puebla, 06 de noviembre de 2020.**

1. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados en la comunidad de Tehuizingo?

Actualmente usamos las redes sociales para comunicarnos, debido a la pandemia, y también contamos con unas bocinas que se usan para comunicar alguna información, de manera masiva.

2. A partir de sus necesidades, ¿Qué información considera que necesita más difusión en su comunidad?

Información sobre trámites administrativos, de salud y educación, específicamente que nos orienten para poder acceder ya sea a apoyos, oportunidades o espacios de desarrollo. En educación espacios u oportunidades de preparación.

3. ¿Qué tecnologías dispone la comunidad de Tehuizingo?

Dispone de luz eléctrica, internet (aunque no para todos), señal de celular, recepción de radio Am y FM, molinos de luz, bombas para agua de luz.

4. ¿Cuáles son las limitantes de comunicación que tiene la comunidad?

No hay una forma de comunicación que llegue a todas las comunidades de nuestra población, las principales limitantes son las distancias entre comunidades

y el mal acceso en carreteras que hay a ellas, además de que no en todas se cuenta con las tecnologías como señal de teléfono o celulares.

5. ¿Qué problemáticas sufre la comunidad de Tehuizingo?

Hay infinidad de problemáticas, pero podría decir que:

- La migración, es un problema social del que se deslindan más como la conformación disfuncional de las familias, la rebeldía de jóvenes sin guías de adultos, la drogadicción, el vandalismo, etc.
- El analfabetismo: muchos niños y jóvenes ya no siguen estudiando, debido a que quieren irse a Estados Unidos o ya quieren trabajar, no hay una visión de utilidad para la instrucción educativa.
- Paternalismo político: el ente está acostumbrado a estirar la mano para recibir la dádiva, el apoyo, la ayuda, y no consideran mejor el ganarse con sus propios méritos lo que se requiere, olvidan que el gobierno solo debe dar las condiciones para que trabajemos, para que consigamos lo que necesitamos.
- Falta de liderazgo: no estamos como sociedad acostumbrados a liderar, a valorar a quien lo hace, pensamos que solo algunos pueden hacerlo, que el que más posee puede ser líder, el que no posee mucho no puede serlo.
- Falta de emprendurismo: no emprendemos, preferimos ser empleados a dueños, evitamos los riesgos y no hacemos nada para salir adelante. Otros problemas importantes son, la falta de cobertura en salud para los habitantes, no tenemos acceso a cosas elementales como sueros anti alacrán para todos de forma gratuita, no hay una educación regulada, con las mejores condiciones, no existe una regulación en los precios de los productos en la

comunidad, no hay sanciones para quienes abusan económicamente en sus negocios, es una población sin ley, no hay reglamentación que se cumpla.

Hace falta la promoción de la cultura en el municipio y dar prioridad esto.

Considero que para resolverlos primero debemos conocerlos, se debería hacer un diagnóstico real, tangible e incluyente, donde se detecten dichos problemas.

6. ¿Es adecuada la dinámica gubernamental en Tehuiztzingo?

Sin duda puede mejorarse, creo que no se ha entendido el sentido de la gobernabilidad como un servicio, más bien se ha aplicado como una forma de estar por sobre los demás y así no funcionan las cosas, se olvida que para realizar proyectos de deben considerar las verdaderas necesidades. Hace falta que cada integrante del gobierno tengan en claro sus funciones, sus alcances y limitantes.

7. ¿Qué es lo que más destaca en Tehuiztzingo para rescate cultural y patrimonial?

La elaboración de alfarería, la nieve y la fruta de horno. Contamos con 2 santuarios religiosos en el municipio (Tejalpa y Ahuajito) también fuimos escenario de los inicios de la revolución mexicana. El baile de los Tecuanes surgió aquí.

8. ¿Los pobladores de Tehuiztzingo se sienten identificados o con autoconfianza dentro de la comunidad?

Considero que el sentido de pertenencia no esta desarrollado en la comunidad y la autoconfianza se ve doblegada por la inseguridad, ya que no hay las condiciones necesarias para evitar los robos, secuestros, etc.

9 ¿En qué aspecto o de qué forma se podría dar voz y empoderar a la comunidad?

A través de que conozcamos y valoremos nuestro municipio, nuestras riquezas, y además generando confianza en las personas para emprender, para iniciar algún negocio, para auto emplearse.

10. ¿Considera que los pobladores de Tehuiztzingo tienen iniciativa personal y colectiva?

No, no lo hay en toda la comunidad, algunos programas han generado esto a través de iniciar un negocio, como criar ganado, o en la actualidad las represas que se están construyendo, pero para toda la población no lo hay.

Las actividades que ayudarían a motivar el emprendurismo, es crear esa conciencia de que debemos generar nuestros propios ingresos, formalizar nuestros negocios, iniciar una actividad productiva, además de que todos conociéramos las ventajas de emprender y de hacernos independientes.

11. ¿Qué cambios haría en Tehuiztzingo? (Infraestructura, problemáticas sociales)

En infraestructura, consideraría espacios comunes para acceso a otras diversiones que generen aprendizaje como auditorios, salones de usos múltiples, bibliotecas, clubes de tareas, parque con juegos para los pequeños, gimnasios al aire libre, mejora a las escuelas. Además de alumbrado público y dignificación de calles, pero que sea de forma que la sociedad entienda que no solo es responsabilidad del gobierno. En cuanto a problemas sociales cambiaría la forma de gobierno paternalista por una forma de emprendurismo.

12. ¿En qué escala se siente conforme con las leyes y el cumplimiento de ellas dentro de la comunidad?

Completamente decepcionada, no existen reglas que se sigan, no hay rigor en la aplicación, se violan las garantías de muchas personas y de otras solo se dejan pasar las faltas. ¿Qué cambiaría? Cambiaría la forma de aplicar la ley, empezando por darla a conocer a todos los pobladores.

13. ¿Han sido eficientes las estrategias de inclusión hacia todo grupo o sector?

No, claramente no, por eso no se han generado cambios significativos. Mi mejor forma de hacer un cambio sería hacer un diagnóstico claro y preciso para saber por donde iniciar, generando sentimiento de pertenencia y apostando por una nueva cosmovisión colectiva

## Referencias bibliográficas

Agencia Suiza Para El Desarrollo y la Cooperación (2016). Manual Comunicación para el desarrollo: Una guía práctica. Consultado: Abril 15, 2020. Sitio web: [https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual\\_ES.pdf](https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual_ES.pdf)

Bauce, Gerardo (Diciembre 2007). El problema de investigación. Abril 15, 2020, de Revista de la Facultad de Medicina Caracas, Venezuela Sitio web: [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-04692007000200003](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04692007000200003)  
[https://www.researchgate.net/publication/262655391\\_El\\_problema\\_de\\_investigacion](https://www.researchgate.net/publication/262655391_El_problema_de_investigacion)

Bruce Girard (1992). Experiencias de radio comunitaria en el mundo. Abril 22, 2020, de Organización Radio Apasionados Sitio web: <http://comunica.org/apasionados/pdf/capitulo1.pdf>

Calleja & Solís (2005). La radio comunitaria en México. Con permiso, 2, 250 páginas. Sitio web: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/mexiko/05371.pdf>

Callejo J (01 de enero de 1998). Articulación de perspectivas metodológicas: posibilidades del grupo de discusión para una sociedad reflexiva. Mayo 28, 2020, de Paper: Revista de Sociología Sitio web: <https://papers.uab.cat/article/view/v56-callejo/pdf-es>

Centro de Investigación y Docencia. (2008). Metodología Cualitativa. En Antología Maestría en Educación: Métodos Cuantitativos Aplicados (216 páginas). Chihuahua, México: Secretaría de Educación y Cultura de Chihuahua.

Cuesta O. (Noviembre 17, 2012). Observaciones sobre la radio indígena colombiana. Febrero 02, 2021, de Prospectiva: Revista de trabajo social e intervención social Sitio web: [https://www.fesmedia-latin-america.org/fileadmin/user\\_upload/pdf/publicaciones/libros/2007\\_Ya\\_no\\_es\\_posible\\_el\\_silencio.pdf#page=239](https://www.fesmedia-latin-america.org/fileadmin/user_upload/pdf/publicaciones/libros/2007_Ya_no_es_posible_el_silencio.pdf#page=239)

Fernández Collado (2009). Capítulo 2: Las tradiciones de la teoría de la comunicación. En Teorías de la Comunicación (176). México DF: McGraw Hill Educación.

Forero J, Céspedes F. (2018). La radio: la recepción, las audiencias, los hábitos de consumo y la producción de contenidos. Manizales, Caldas, Colombia: Centro Editorial Universidad Católica de Manizales.

Galarza V, Amador B. (Diciembre 10, 2015). La radio comunitaria en Imbabura: emisoras, programación y compromiso con la audiencia. Febrero 02, 2021, de Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Escuela de Comunicación Social. Sitio web: [https://www.researchgate.net/profile/Viviana\\_Galarza/publication/325514000\\_I\\_69\\_AXIOMA-Revista\\_Cientifica\\_de\\_Investigacion\\_Docencia\\_y\\_Proyeccion\\_Social\\_Todos\\_los\\_derechos\\_reservados\\_LA\\_RADIO\\_COMUNITARIA\\_EN\\_IMBABURA](https://www.researchgate.net/profile/Viviana_Galarza/publication/325514000_I_69_AXIOMA-Revista_Cientifica_de_Investigacion_Docencia_y_Proyeccion_Social_Todos_los_derechos_reservados_LA_RADIO_COMUNITARIA_EN_IMBABURA)

[EMISORAS PROGRAMACION Y COMPROMISO CON LA AUDIENCIA  
A/links/5b119b74a6fdcc4611dbdc3b/l-69-AXIOMA-Revista-Cientifica-de-  
Investigacion-Docencia-y-Proyeccion-Social-Todos-los-derechos-  
reservados-LA-RADIO-COMUNITARIA-EN-IMBABURA-EMISORAS-  
PROGRAMACION-Y-COMPROMISO-CON-LA-AUDIENCIA.pdf](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69410102)

Galindo J. (2005) Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible. Consultado en Abril 30, 2020, de Universidad Autónoma de Baja California Sitio web:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69410102>

García S. (2012). Radios libres: democratizar la comunicación a través de las TLIC. Junio 25, 2021, de Radios Libres Sitio web: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/14298.pdf>

Gómez, H. (1992). En búsqueda de la audiencia radiofónica. Febrero 4, 2021, de Instituto Tecnológico de Monterrey.

H. Ayuntamiento de Tehuiztzingo (2000) Tehuiztzingo, Estado de Puebla. Abril 28, 2020, de Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México Sitio web: <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21157a.html>

Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio. (2014). Capítulo 5: Definición del alcance de la investigación que se realizará; exploratorio, descriptivo, correlacional o explocativo. En Metodología de la investigación (587 páginas). México: Mc Graw Hill Education 6ta edición.

Sitio Web: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

INEGI. (2010). Búsqueda población Tehuiztzingo, Puebla. Abril 28, 2020, de El Instituto Nacional de Estadística y Geografía Sitio web:

<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/espacioydatos/default.aspx?ag=21157>

J. Panargote, J. Ceverina, O. Patricio. (2019). El rol de la radio comunitaria dentro de la comunicación digital. Junio 22 2021, de Revista Cognosis: Revista de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación Sitio web:

<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/2225/2354>

Laurin. (1976). Las teorías funcionalistas de las clases sociales: sociología e ideología burguesa. Madrid, España: Siglo XXI Editores.

López J. (Nov 1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio comunitaria? Abril 15, 2020, de Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación Sitio web:

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13097/1/REXTN-Ch52-15-Lopez.pdf>

McQuail, Denis (2000). La ciencia de la comunicación y el estudio de la comunicación de masas. En Introducción a la teoría de la comunicación de masas (35-46, 625). Estados Unidos: Paidós México.

Sitio Web: <https://locucionucvcohortelvi.files.wordpress.com/2012/06/introduccion-a-la-teoria-de-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>

McQuail, Denis (1972). Sociología de los medios masivos de comunicación. Abril 30, 2020, de Revista Española de la Opinión Pública Sitio web:

[https://www.jstor.org/stable/40182395?read-now=1&seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/40182395?read-now=1&seq=1#page_scan_tab_contents)

Monsafani; Rosa Ema, Curzel; Marcela Fabiana (2006). Usuarios de la información: formación y desafíos. Argentina: Alfagrama Ediciones.

Mora Medina, Pliego Mendoza, Flores Corrales. (Mayo 2001). Posturas de Conocimiento de la Comunicación. Mayo 20, 2020, de Universidad Nacional Autónoma de México Sitio web:

[https://www.academia.edu/16780904/Posturas\\_de\\_Conocimiento\\_de\\_la\\_Comunicaci%C3%B3n?auto=download](https://www.academia.edu/16780904/Posturas_de_Conocimiento_de_la_Comunicaci%C3%B3n?auto=download)

Pincheira M, Luis E. (diciembre 24, 2013). Radio Comunitaria: Un espacio educativo no formal en la comunidad. Abril 15, 2020, de Revista de Estudios y Experiencias en Educación Sitio web:

<https://www.redalyc.org/pdf/2431/243129663010.pdf> citando a Ibarra (1991) página 62.

Pindado Fernando (2005). La participación no se improvisa, en Madrid. Mayo 27, 2020, de Revista de Sitio web:

[http://www.famp.es/export/sites/famp/.galleries/documentos-obs-participacion/La\\_participacion\\_no\\_se\\_improvisa\\_-\\_Fernando\\_Pindado.pdf](http://www.famp.es/export/sites/famp/.galleries/documentos-obs-participacion/La_participacion_no_se_improvisa_-_Fernando_Pindado.pdf)

Ponce H. (enero-junio 2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias e intervención en diversas organizaciones. enero 27, 2021, de Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación Psicológica Sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

Rendón López, Ortega Carrillo. (2015). Aprendizaje colaborativo mediante redes sociales y radio comunitaria web . Lasallista de Investigación, 12, 55-56.

Reyes Mendoza (2017): "Radio comunitaria en Guantánamo: el poder del éter y sus antecedentes", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (febrero 2017). Sitio Web: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/02/radio.html>

Rodríguez Gómez, Gil Flores, Gacia Jiménez. (1996). Capítulo 3: Proceso y fases de la investigación cualitativa. En Metodología de la investigación cualitativa (378 páginas). Granada, España: EA Ediciones Aljibe.

Roth, André. (2006). Políticas públicas: formulación, implementación y evaluación. Mayo 27, 2020, de Revista internacional de administración: formulación, implementación y evaluación, Bogotá Sitio web: <http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6929/1/13-Rese%C3%B1as.pdf>

Ruano S. (Junio 1989). El sondeo: Actualización de su metodología para caracterizar sistemas agropecuarios de producción. San José, Costa Rica: ICCA-RISPAL. Sitio Web:

<https://books.google.es/books?id=aMcHMtgC6l4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Salazar Raymond; Icaza Guevara; Alejo Machado (2018). La importancia de la ética en la investigación. Mayo 28, 2020, de Revista Universidad y Sociedad

Sitio web: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202018000100305#B36](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000100305#B36)

Sautu, Ruth; Boniolo, Paula; Dalle, Pablo; Elbert, Rodolfo (2005). Construcción del Marco Teórico. En Manual de Metodología (192 páginas). Buenos Aires, Argentina: CLASCO libros.

Tapia B, María A. (2000). Metodología de la investigación, página 6 y 7. Abril 15, 2020, de INACAP, adaptación para ingeniería e industrias Sitio web:

[https://aulavirtual.fio.unam.edu.ar/pluginfile.php/6545/mod\\_resource/content/0/Metodologia\\_de\\_la\\_Investigacion\\_-\\_Lect.\\_Compl\\_1.pdf](https://aulavirtual.fio.unam.edu.ar/pluginfile.php/6545/mod_resource/content/0/Metodologia_de_la_Investigacion_-_Lect._Compl_1.pdf)

UNESCO. (2006). E jardín de los senderos que se encuentran: políticas públicas y diversidad cultural en mercosur. 02 febrero, 2021, de Oficina regional de Ciencia para América Latina y el Caribe.

Varguillas Carmona, Siavil Carmen; Ribot de Flores, Silvia. (2007). Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista a profundidad.

Mayo 31, 2020, de Laurus Revista de Educación Sitio web:

<https://www.redalyc.org/pdf/761/76102313.pdf>

Vasilachis Irene. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. Mayo 31, 2020, de Gedisa Editorial Sitio web:

<http://jbposgrado.org/icuali/investigacion%20cualitativa.pdf>

Villavivencio E. (Junio 2016). La importancia de los estudios descriptivos. Febrero 17, 2021, de Universidad Católica de Cuenca, Ecuador Sitio web:

<https://www.revistas.uancv.edu.pe/index.php/EOC/article/viewFile/77/59>

Young K (27 de Mayo 2005). El potencial transformador en las necesidades prácticas: empoderamiento colectivo y proceso de planificación. Antología preparada para el primer curso diplomado en desarrollo humano local, género, infancia, población y salud, Cuba.