



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**Percepción del medio comunitario Puruwa tv en la población de  
Riobamba en el año 2024**

**Trabajo de Titulación para optar al título de licenciada en  
Comunicación**

**Autora:**

**Lourdes Jacqueline Galeas Puente**

**Tutor:**

**MgSc. Hernán Patricio Pillajo Borja**

**Riobamba, Ecuador. 2025**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Galeas Puente Lourdes Jacqueline, con cédula de ciudadanía 0202199717, autora del trabajo de investigación titulado: Percepción del medio comunitario Purawa Tv en la población de Riobamba en el año 2024, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 7 de julio del 2025.

  
Galeas Puente Lourdes Jacqueline  
C.I: 0202199717

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

Quien suscribe, Hernán Patricio Pillajo Borja catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: Percepción del medio comunitario Purawa Tv en la población de Riobamba en el año 2024, bajo la autoría de, Galeas Puente Lourdes Jacqueline; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 15 días del mes de julio del 2025.



Hernán Patricio Pillajo Borja

C.I: 1710308949

## **CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación Percepción del medio comunitario Purawa Tv, en la población de Riobamba en el año 2024, presentado por Galeas Puente Lourdes Jacqueline, con cédula de identidad número 0202199717, bajo la tutoría de Dr./ Mg. Hernán Patricio Pillajo Borja certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 15 días del mes de julio del 2025 a la fecha de su presentación.

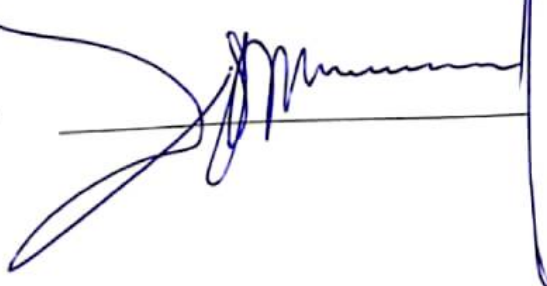
**Galo Vásconez Dr.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'G' followed by 'Vásconez'.

**Julio Bravo, PhD.  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Julio Bravo'.

**Paul Parra, Mgs  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Paul Parra'.



# CERTIFICACIÓN

Que la estudiante GALEAS PUENTE LOURDES JACQUELINE con CC: 0202199717 de la Carrera de **Comunicación**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “ **PERCEPCIÓN DEL MEDIO COMUNITARIO PURUWA TV EN LA POBLACIÓN DE RIOBAMBA EN EL AÑO 2024**”, cumple con el 1 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio Compilatio Magister, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 8 de julio del 2025



Firmado electrónicamente por:  
**HERNAN PATRICIO  
PILLAJO BORJA**

Validar únicamente con FirmaEC

---

Mgs. Hernán Pillajo  
**TUTOR**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación al amor de mi vida, mi madre, quien siempre estuvo presente en mi corazón, a pesar de la distancia. Sus palabras fueron abrazos invisibles que llenaron el vacío y me dieron fuerza para seguir adelante.

A mi padre, que sacrificó sus propios deseos para apoyarme y asegurarse de que nunca me faltara nada en esta nueva ciudad que se convirtió en mi hogar.

A mis hermanos, que fueron mi sostén emocional durante esta etapa. Darwin, mi hermano mayor, por sus mensajes de aliento y preocupación.

Adrián, mi segundo hermano, por ser una fuente de inspiración a través de su música.

Mauricio, por ser mi compañero de aventuras y desánimos, y por estar allí para darme ánimos cuando más lo necesitaba.

Juan, mi hermano menor, por enseñarme a mantener la tranquilidad en cualquier circunstancia y por sus palabras de aliento que me inspiraron a no desistir.

A todos mis hermanos, les dedico este logro con todo mi amor. Son un espejo y un opuesto, pero una combinación perfecta de amor.

Agradezco a Dios por permitirme tener una familia imperfecta, pero con un corazón gigante. Gracias por ser mi apoyo y mi inspiración en este camino.

## **AGRADECIMIENTO**

La vida es una montaña rusa, pero con vagones de personas que te acompañan a lo largo del camino.

A mi mejor amiga July, que es como mi hermana, por estar allí desde el colegio, apoyándome y dándome ánimos para seguir adelante. Ella es mi otra mitad y sabe exactamente cuándo necesito su apoyo. Somos polos opuestos que al juntarnos nos complementamos perfecto.

Agradezco a Silvanita, una persona llena de luz que, a pesar de las adversidades, no permitió que nuestro lazo se rompiera. De hecho, lo hizo más fuerte. Ahora somos una dupla perfecta que se motiva mutuamente todos los días para cerrar un ciclo más en nuestras vidas.

Jacky, mi amiga, fue la primera persona con la que hablé cuando ingresé, y se convirtió en mi confidente y apoyo emocional. Aunque ahora no estamos juntas, la quiero mucho porque crecimos, aprendimos y maduramos juntas, sin descuidar nuestra vida académica.

En mi camino, agradezco a un excelente profesional, Hernán Albán, que me ha guiado y enseñado cosas básicas para la vida. Sin embargo, me ha demostrado que nunca se debe rendir ante ningún obstáculo. Cada día aprendo algo nuevo de él.

Mis grandes amigos: Salvita, Maurito, Lisita, Dani, Pedrito y Gallito. Con sus actitudes, me han enseñado que la vida está llena de cosas buenas y que debemos luchar por alcanzar nuestros objetivos. También les agradezco por sus consejos, tanto personales como laborales, que me han ayudado a crecer como profesional.

Gratitud a mi guía, mi tutor Hernán Pillajo, por la paciencia y delicadeza que ha tenido conmigo. Su vocación en su profesión es admirable y hace que sus alumnos se enamoren de la carrera.

## ÍNDICE GENERAL;

DECLARATORIA DE AUDITORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

## CONTENIDO

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| CAPÍTULO I. INTRODUCCION.....                                      | 14 |
| 1.1 Planteamiento del problema .....                               | 15 |
| 1.2 Objetivos .....                                                | 17 |
| 1.2.1 Objetivo General.....                                        | 17 |
| 1.2.2 Objetivos específicos .....                                  | 17 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO. ....                                   | 18 |
| 2.1 Estado del arte .....                                          | 18 |
| 2.2 La comunicación .....                                          | 20 |
| 2.3 Teorías de la comunicación.....                                | 21 |
| 2.4 El estructuralismo.....                                        | 21 |
| 2.4.1 El signo, símbolo y la representación .....                  | 22 |
| 2.5 Cultura.....                                                   | 23 |
| 2.6 Teorías psicológicas. ....                                     | 24 |
| 2.6.1 La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick ..... | 24 |
| 2.6.2 La teoría del cultivo de Gerbner .....                       | 25 |
| 2.7 La percepción .....                                            | 27 |
| 2.7.1 Percepción social .....                                      | 29 |
| 2.8 Medios de comunicación Masiva.....                             | 30 |
| 2.8.1 Función de los medios de comunicación masiva .....           | 31 |

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.8.2 Tipos de Medios de Comunicación.....                                                    | 31 |
| 2.9 Medios de comunicación comunitarios.....                                                  | 32 |
| 2.10 Puruwa tv.....                                                                           | 33 |
| 2.11 Determinación de variables.....                                                          | 35 |
| CAPÍTULO III. METODOLOGIA.....                                                                | 38 |
| 3.1 Tipo de Investigación.....                                                                | 38 |
| 3.1.1 Por la finalidad.....                                                                   | 38 |
| 3.1.2 Por el alcance.....                                                                     | 38 |
| 3.2 Diseño de Investigación.....                                                              | 39 |
| 3.3 Técnicas de recolección de Datos.....                                                     | 40 |
| 3.4 Población de estudio y tamaño de muestra.....                                             | 41 |
| 3.5 Métodos de análisis y procesamiento de datos.....                                         | 44 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....                                                      | 46 |
| 4.1 Resultados de las encuestas realizadas.....                                               | 46 |
| 4.1.1 Datos sociodemográficos.....                                                            | 46 |
| 4.1.2 Conocimiento de objeto de estudio.....                                                  | 49 |
| 4.1.3 Aporte del objeto de estudio a la comunidad.....                                        | 53 |
| 4.1.4 Alineación política.....                                                                | 57 |
| 4.1.5 Ámbito religioso.....                                                                   | 58 |
| 4.1.6 Relación del medio con el cuidado medioambiental.....                                   | 60 |
| 4.1.7 Relación del medio con la comunidad.....                                                | 61 |
| 4.2 Resultados de las entrevistas realizadas.....                                             | 63 |
| 4.2.1 Entrevista realizada a directivos del medio de comunicación comunitario Puruwa Tv:..... | 63 |
| 4.2.2 Matriz de entrevista.....                                                               | 63 |
| 4.2.3 Entrevista realizada a profesionales en el área de comunicación:.....                   | 65 |
| 4.2.4 Matriz de entrevista.....                                                               | 66 |

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.2.5 Entrevista catedrático área de comunicación:                                                 | 69  |
| 4.2.6 Tabla comparativa de Entrevista                                                              | 71  |
| 4.3 Discusión de resultados                                                                        | 72  |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES                                                         | 75  |
| 5.2 Conclusiones                                                                                   | 75  |
| 5.2 Recomendación                                                                                  | 76  |
| CAPÍTULO VI. PROPUESTA                                                                             | 77  |
| Desarrollo del manual de estrategias de comunicación y mejoramiento de contenido de Puruwa Tv      | 77  |
| 6.1 Introducción                                                                                   | 77  |
| 6.2 Objetivo del manual                                                                            | 77  |
| 6.4 FODA                                                                                           | 77  |
| 6.4.1 Fortalezas                                                                                   | 77  |
| 6.4.2 Oportunidades                                                                                | 78  |
| 6.4.3 Debilidades y Amenazas                                                                       | 78  |
| 6.5 Guía del manejo adecuado de la programación en los diferentes espacios y horarios de Puruwa Tv | 80  |
| 6.5.1 Pautas de manejo adecuado de la comunicación                                                 | 80  |
| 6.6.2 Estrategias Comunicacionales para Puruwa TV                                                  | 81  |
| 6.6.2 Aplicación de las Estrategias en la Parrilla de Programación                                 | 83  |
| Noticiero Comunitario Kawsay Noticias                                                              | 83  |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS                                                                         | 86  |
| ANEXOS                                                                                             | 91  |
| Anexo 1: Cuestionario de encuesta                                                                  | 91  |
| Anexo 2: Cuestionario de entrevistas al area de producción de Puruwa Tv                            | 94  |
| Anexo 3: Cuestionario de entrevistas a expertos en el area de comunicación                         | 95  |
| Anexo 4: Análisis de la entrevista de la fuente oficial y experto académico                        | 96  |
| Anexo 5: Análisis de Expertos                                                                      | 105 |

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1. .... 36

Tabla 2. .... 43

Tabla 3. .... 46

Tabla 4. .... 47

Tabla 5. .... 49

Tabla 6. .... 51

Tabla 7. .... 53

Tabla 8. .... 55

Tabla 9. .... 57

Tabla 10. .... 58

Tabla 11. .... 60

Tabla 12. .... 61

Tabla 13. .... 63

Tabla 14. .... 66

Tabla 15. .... 69

Tabla 16. .... 80

Tabla 17. .... 81

## RESUMEN

El presente estudio, examina cómo perciben los habitantes de Riobamba al canal comunitario Puruwa TV, el único con estas características en toda la provincia de Chimborazo, conocido por su enfoque intercultural y por transmitir de forma permanente en kichwa y español, y a través de una metodología mixta que combinó encuestas y entrevistas, se pudo identificar que, aunque la audiencia valora el canal por su aporte en la conservación cultural, la inclusión de sectores históricamente marginados y la promoción del idioma kichwa, también existen percepciones más neutras y ciertas desconexiones, sobre todo con los jóvenes y con los sectores urbanos. La investigación muestra que el canal enfrenta varios retos, entre ellos la fuerte competencia con las plataformas digitales, una programación que aún no logra cubrir una amplia diversidad temática y una escasa interacción a través de redes sociales, aunque también se reconoce que Puruwa TV posee un valor simbólico importante para las comunidades y mantiene un compromiso claro con el fortalecimiento de la identidad local, por lo que como resultado del estudio se plantea un manual estratégico que incluye directrices y acciones concretas orientadas a mejorar la calidad del contenido, promover una mayor participación ciudadana, aumentar la presencia en espacios digitales y ampliar la variedad de la programación. Con esta propuesta se busca que Puruwa TV logre consolidarse como un ejemplo de comunicación comunitaria que sea sostenible, representativa y capaz de adaptarse a las exigencias tecnológicas actuales, sin dejar de lado su raíz intercultural ni su misión social, concluyendo que para reforzar el vínculo con su público se necesita una estrategia flexible, abierta a la participación y que integre herramientas digitales de forma inclusiva, valorando las voces de las propias comunidades y contribuyendo a democratizar la comunicación desde un enfoque territorial y culturalmente coherente.

**Palabras claves:** Interculturalidad, Percepción, Comunicación comunitaria, Identidad cultural, Puruwa TV

## ABSTRACT

This study examines how the inhabitants of Riobamba perceive the community channel Puruwa TV, the only one of its kind in the entire province of Chimborazo, known for its intercultural approach and for broadcasting continuously in Kichwa and Spanish. Using a mixed methodology that combined surveys and interviews, it was found that, although the audience values the channel for its contribution to cultural preservation, the inclusion of historically marginalized sectors, and the promotion of the Kichwa language, there are also more neutral perceptions and certain disconnections, especially among young people and urban sectors. The research shows that the channel faces several challenges, including strong competition from digital platforms, programming that still fails to cover a wide range of topics, and limited interaction through social media. However, it also recognizes that Puruwa TV has significant symbolic value for communities and maintains a clear commitment to strengthening local identity. As a result of the study, a strategic manual is proposed that includes guidelines and concrete actions aimed at improving content quality, promoting greater citizen participation, increasing presence in digital spaces, and expanding programming variety. This proposal seeks to consolidate Puruwa TV as an example of community communication that is sustainable, representative, and capable of adapting to current technological demands, without neglecting its intercultural roots or its social mission. It concludes that in order to strengthen the bond with its audience, a flexible strategy is needed that is open to participation and integrates digital tools in an inclusive manner, valuing the voices of the communities themselves and contributing to the democratization of communication from a territorial and culturally coherent approach.

**Keywords:** Interculturality, Perception, Community communication, Cultural identity, Puruwa TV



Reviewed by:  
Marco Antonio Aquino  
ENGLISH PROFESSOR  
C.C. 1753456134

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCION**

Puruwa TV es el único canal comunitario con señal abierta en toda la provincia de Chimborazo, funciona desde el cantón Riobamba y transmite de forma continua todos los días, las 24 horas, lo que le permite estar siempre presente en el día a día de quienes lo ven, según lo que indica su página oficial. Este medio se ha consolidado como un referente clave en la difusión de la interculturalidad porque incorpora activamente el idioma kichwa, las costumbres tradicionales y la forma de ver el mundo del pueblo Puruwa, a la vez que promueve la participación de la gente a través de contenidos que representan sus ideas, experiencias y modos de vida (Puruwa Tv, 2024).

Además de mostrar la riqueza cultural del territorio, este canal también se ha convertido en un lugar compartido donde quienes no suelen tener espacios para expresarse pueden hacerlo desde sus propias vivencias, con lo cual su programación busca fortalecer el vínculo con la comunidad y generar unidad, haciendo que Puruwa TV no sea solo un canal de entretenimiento, sino también una herramienta clave para mantener viva la identidad y hacer que la comunicación llegue de forma más justa a los sectores rurales e indígenas.

La función que cumple el medio de comunicación es dar a conocer los problemas de las comunidades rurales y actuar como un puente de comunicación entre los distintos sectores de la sociedad. Sin embargo, a pesar de su relevancia, aún existe una falta de estudios que analicen cómo la audiencia percibe sus contenidos y cuál es el impacto real que tiene en la comunidad. Comprender esta percepción permitirá medir el nivel de aceptación y la confianza que los ciudadanos depositan en este medio de comunicación. A su vez, esto abrirá el camino para diseñar estrategias que contribuyan a ampliar su alcance y aumentar su efectividad.

El objetivo general de la investigación expuesta en estas líneas es analizar la percepción que tiene la población del cantón Riobamba sobre el medio comunitario Puruwa TV, durante el año 2024.

Esta investigación está estructurada en seis capítulos, a lo largo de los cuales se desarrollan conceptos clave, se analiza la información recopilada, se expone una propuesta y, finalmente, se presentan conclusiones que dan respuesta a los objetivos y preguntas planteadas.

El primer capítulo corresponde a la introducción, donde se abordan los aspectos fundamentales para el desarrollo del estudio, incluyendo la formulación del problema y los objetivos generales y específicos.

El segundo capítulo contiene el marco teórico, en el que se recogen teorías, fundamentos y conceptos vinculados con temas como la comunicación, el discurso y los antecedentes del objeto de estudio, en este caso, Puruwa TV.

En el tercer capítulo se detalla la metodología aplicada, el enfoque seleccionado, el tipo de investigación y los métodos científicos utilizados. De la misma manera, se define la población, la muestra y la técnica empleada para la recolección de datos.

El cuarto capítulo expone los resultados de las muestras obtenidas (encuestas y entrevistas) así como sus matrices y debidas conclusiones.

El quinto capítulo corresponde a las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación planteada.

Finalmente, el sexto capítulo expone la propuesta, elaborada con base en los objetivos establecidos y los resultados obtenidos a partir de la información recabada tanto de los usuarios como de los expertos. Esta propuesta se plantea desde una perspectiva tanto investigativa como práctica.

## **1.1 Planteamiento del problema**

Los medios comunitarios en América Latina han surgido recientemente como una herramienta clave para fortalecer la identidad cultural (Noboa et al., 2018). En Ecuador, las primeras experiencias de radiodifusión comunitaria datan de la década de 1980; pese a aquello, la presencia de medios televisivos comunitarios sigue siendo limitada en comparación con los medios masivos; en ese orden de ideas, la Ley de Comunicación de 2013 impulsó un mayor desarrollo de estos medios, permitiendo así que reflejen las problemáticas, necesidades y talentos de sus comunidades, además de fomentar la creación de políticas sustentables para su crecimiento (Ordeñez et al., 2021).

Riobamba, con aproximadamente 260.000 habitantes, alberga una población mayoritariamente indígena, en la que el pueblo Puruwa mantiene el quichua como lengua materna, por tanto, Puruwa TV fue creado con la intención de preservar y difundir la cultura y tradiciones indígenas locales. No obstante, pese a su relevancia en la difusión de información y comunicación, no se ha profundizado en el análisis de la percepción de su audiencia, lo que justifica la pertinencia de este estudio. Lo que se puede señalar que el hecho de identificar el impacto que tiene el canal en su comunidad permitirá comprender mejor sus fortalezas y áreas de mejora, contribuyendo a su consolidación como un referente de comunicación comunitaria en la región (Milan, 2006).

A partir de esta problemática, se formula la siguiente pregunta de investigación: “¿Cómo perciben la población de Riobamba al medio comunitario Puruwa tv?”

Para poder responder a esta interrogante, el estudio adoptará un enfoque mixto; cualitativo, mediante la recopilación de experiencias de los usuarios del canal; y cuantitativo, a través de encuestas con cuestionarios estructurados, el análisis de datos se realizará con base en el método deductivo, todo esto con el fin de obtener una visión integral sobre la percepción de la audiencia, combinando datos estadísticos con testimonios y opiniones directas que reflejen la realidad del impacto del canal en la comunidad.

Con todo lo expuesto, se debe mencionar que este estudio permitirá evaluar el impacto de Puruwa TV en la sociedad, determinando si existe un vínculo real entre las comunidades y el medio, así como si la comunicación que ofrece es accesible y efectiva. Se analizará si la programación del canal responde a las necesidades de la población en general.

En la investigación se espera que los hallazgos contribuyan a mejorar la imagen del canal y su relación con la audiencia, promoviendo de esta manera una mayor participación de la comunidad en la generación de contenidos y en la toma de decisiones sobre su programación. La televisión comunitaria tiene el potencial de ser un agente de cambio social, y con base en los resultados de esta investigación, se podrán proponer estrategias para optimizar su impacto y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

## **1.2 Objetivos**

### ***1.2.1 Objetivo General***

- Analizar la percepción del medio comunitario Puruwa TV en la población de Riobamba en el año 2024

### ***1.2.2 Objetivos específicos***

- Caracterizar el concepto de percepción en el ámbito de la comunicación comunitaria.
- Determinar la percepción que tiene la población de Riobamba sobre el medio comunitario Puruwa TV.
- Elaborar un producto comunicacional con recomendaciones para mejorar la calidad de los contenidos de Puruwa TV.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

### 2.1 Estado del arte

El tema de la investigación permite conocer la percepción del medio comunitario Puruwa tv en la comunidad riobambeña. De este modo se ha tomado en consideración el trabajo de Mendoza (2025) *Análisis de los contenidos interculturales de Puruwa Tv Canal 38, Periodo enero - junio 2024*, en el cual señala cómo se producen los contenidos interculturales en Televisión Puruwa Canal 38 deja ver con claridad el papel tan importante que cumplen los medios comunitarios al impulsar procesos de comunicación que no solo responden a lo que establece la Ley Orgánica de Comunicación, sino que además promueven activamente la inclusión, el uso de lenguas ancestrales y el diálogo entre culturas, todo esto a través de programas como “Rimanakuy” y “Dialogado con Elvis”, que han llegado a convertirse en referentes locales en cuanto a comunicación intercultural desde una visión andina y comunitaria.

Para llevar a cabo esta investigación se aplicó el método de análisis de contenido planteado por Laurence Bardin, lo que permitió estudiar a fondo los programas seleccionados usando matrices analíticas bien organizadas por categorías, subcategorías y contextos, ayudando así a detectar temas recurrentes, su frecuencia y fuerza, y también cómo se relacionan con las situaciones sociales reales que vive la comunidad, y esto permitió entender que el canal no trabaja como un ente separado, sino que está conectado todo el tiempo con su comunidad, produciendo contenidos que nacen de la cosmovisión, los problemas y las aspiraciones propias del pueblo indígena de Chimborazo.

Del mismo modo se ha tomado en consideración el artículo de Pasmay & Rúales (2021) *Puruwa Tv y sus contenidos interculturales en pandemia*, en el cual muestra cómo, en medio de una crisis que afectó la salud, lo social y lo económico durante el año 2020, Puruwa TV tuvo un papel activo en producir contenidos interculturales a través de su promoción. La interculturalidad no fue tratada como un tema aislado, sino como algo cotidiano como la salud, la política, la educación, la cultura y el ambiente, lo que deja ver un compromiso real y constante con darle espacio a las voces indígenas y con fortalecer los lazos comunitarios.

Para lograr ese análisis se usó una metodología mixta bastante completa que combinó lo cuantitativo y lo cualitativo a través de la revisión de archivos televisivos, entrevistas y

un análisis de contenido que siguió los cinco elementos planteados por Bardin, y al estudiar 435 archivos, de los cuales 193 incluían entrevistas con enfoque intercultural, se pudieron construir tablas y matrices que no solo permitieron identificar los temas y la cobertura, sino también evaluar la calidad de lo que se transmitía, lo que dio lugar a un análisis profundo respaldado por datos concretos sobre cómo funciona y comunica el canal.

Los hallazgos reflejan un alto grado de compromiso social dentro de la línea editorial de Puruwa TV, que se caracteriza por promover un diálogo en el que todas las voces tienen el mismo peso, por la participación activa de la gente y por un uso constante y natural tanto del kichwa como del español, lo cual lo posiciona como un verdadero canal de entendimiento entre culturas, especialmente en momentos de crisis donde la comunicación con empatía y sensibilidad cultural se vuelve no solo útil sino indispensable.

Finalmente, también se ha tomado en consideración el artículo académico de Toro et al, (2019) *La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV*, en el cual se pone en evidencia cómo la televisión comunitaria tiene un valor profundo como herramienta de transformación social, ya que les permite a los pueblos crear sus propios espacios de expresión dentro del ámbito público, posicionándose como una alternativa real frente a los medios tradicionales al fomentar el diálogo en distintos niveles (social, cultural, político y económico) y al mismo tiempo cuestionar los modelos convencionales de comunicación dominados por grandes grupos, lo que le da voz a comunidades que por mucho tiempo han sido excluidas o invisibilizadas.

Desde una mirada cualitativa, el análisis se centra en entender el papel que cumple este tipo de televisión no solo desde el tipo de contenidos o formatos que utiliza, sino también desde el marco legal que la regula, en particular lo que establece la Ley de Comunicación, y a partir de eso se concluye que estos medios deben producir contenidos que reflejen valores fundamentales como la libertad de expresión, la equidad, la justicia social y la promoción de la diversidad cultural, mostrando así su compromiso con las realidades y necesidades concretas de quienes los ven y los escuchan.

Sin embargo, el estudio también señala un obstáculo importante que todavía no se resuelve: la falta de sostenibilidad económica, un problema de fondo que pone en riesgo la continuidad y autonomía de estos medios, ya que, aunque tienen un enorme valor social, siguen enfrentando muchas dificultades para mantenerse financieramente, lo cual limita su

crecimiento, impide una mayor profesionalización y amenaza con que no puedan seguir existiendo a largo plazo.

## **2.2 La comunicación**

La comunicación es un proceso amplio y con muchas formas, donde las personas o grupos comparten ideas y emociones usando símbolos o comportamientos que todos entienden. Este proceso, que puede parecer complicado, se puede analizar desde distintos puntos de vista, como el lenguaje, la psicología, la sociedad, la cultura o la forma en que manejamos la información (Gomez & Simón, 2018).

La comunicación se puede dividir en diferentes tipos según el canal que se use y la forma en que las personas interactúan. La comunicación verbal incluye las conversaciones en persona, las llamadas y cualquier forma de intercambio que utilice palabras habladas o escritas. En cambio, la comunicación no verbal se expresa con gestos, expresiones del rostro, posturas, el tono de voz y otros comportamientos que acompañan o sustituyen lo que se dice. La comunicación escrita se da a través de cartas, correos electrónicos, mensajes de texto y publicaciones en redes sociales. Por su parte, la comunicación visual usa elementos como imágenes, gráficos, videos y otros recursos que se ven (Ladino, 2020).

Una parte clave de la comunicación es la competencia comunicativa, que se refiere a la habilidad de una persona para expresarse e interactuar bien según la situación. Esto no solo implica manejar bien el idioma y sus reglas, sino también entender las normas sociales y culturales que influyen en cómo nos comunicamos. Además, saber escuchar con atención y empatía, ser claro y directo sin ser agresivo, y entender correctamente los gestos y señales no verbales, son aspectos muy importantes para lograr una comunicación efectiva (Naranjo, 2018, p. 16).

La comunicación es fundamental en todos los aspectos de la vida. En lo personal, permite expresar lo que sentimos, compartir emociones y hablar con los demás. En el trabajo, es clave para colaborar, resolver problemas, tomar decisiones y mantener buenas relaciones. En lo social y político, hablar y comunicarse une a las personas, las motiva a actuar juntas y permite difundir ideas y creencias.

Desde los primeros métodos como las señales de humo o los tambores, pasando por inventos como la escritura, la imprenta, el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión, cada

avance ha cambiado la manera en que la gente se conecta. Hoy en día, con la revolución digital, la comunicación ha dado un giro enorme, permitiendo hablar con cualquier persona del mundo al instante y acceder a muchísima información de forma rápida (Giraldo et al., 2018).

### **2.3 Teorías de la comunicación**

Las teorías de la comunicación son modelos y enfoques creados para explicar cómo se origina, transmite, recibe e interpreta la información en los procesos de comunicación. Las teorías que se verá a continuación abordan la comunicación desde diferentes áreas como la sociología, la psicología, la lingüística, la antropología y las ciencias de la información. Estas teorías nos ofrecen un modelo que nos ayuda a entender mejor lo compleja y dinámica que es la interacción humana (Ortiz, 2021).

### **2.4 El estructuralismo**

El estructuralismo no es una teoría de la comunicación como tal, pero tiene una gran relación con esta área, la misma señala que los fenómenos culturales y sociales deben ser entendidos como sistemas relacionados por reglas internas. En este modelo, el lenguaje, se ve como un sistema de signos que no tienen un significado fijo por sí mismos, sino que adquieren su sentido en relación con otros signos de manera aleatoria (Giraldo et al., 2018).

El concepto de signo lingüístico, dividido en:

- **significante** (la forma que percibimos)
- **significado** (el concepto mental asociado)

Los signos no solo están presentes en los intercambios comunicativos, sino que también los organizan y definen los límites dentro de los cuales se construye el significado. De este modo, la comunicación no ocurre en un vacío; siempre está presidida por una estructura que guía tanto la creación como la interpretación de los mensajes (Gonzales, 2022).

Roland Barthes tomó las ideas de Saussure y las aplicó al análisis de los medios, ayudando así a desarrollar el estructuralismo. Según Barthes, los signos no solo tienen un significado directo (denotativo), sino también uno simbólico o asociado (connotativo), lo

que dejó en claro que los mensajes en los medios están fuertemente cargados de valores e ideologías. En pocas palabras, las narrativas mediáticas suelen estar organizadas a través de oposiciones binarias, como naturaleza frente a cultura o héroe frente a villano, lo que ayuda a dar forma y sentido al mensaje que se transmite (Giraldo et al., 2018).

Sin embargo, el estructuralismo ha recibido críticas en cuanto a la aplicación al estudio de la comunicación. Al enfocarse en las estructuras subyacentes, puede volverse demasiado simplista y dejar de lado la acción individual y los detalles del contexto. Al colocar énfasis en la estabilidad y en cómo se conectan los elementos de un sistema, se corre el riesgo de ignorar la interacción entre individuos, las distintas perspectivas que existen y las situaciones específicas, influyen en cómo se desarrolla la comunicación (Gonzales, 2022).

#### ***2.4.1 El signo, símbolo y la representación***

Las ideas de signo, símbolo y representación forman la base para entender el significado y el lenguaje, ya sea desde la perspectiva de los signos como desde la del pensamiento. Cada uno de estos elementos funciona dentro de una manera de pensar que refleja cómo las personas perciben, entienden y se relacionan con el mundo. En este sentido, como lo menciona Contreras (2021), estas nociones son fundamentales para explicar ese vínculo:

**El signo.** El signo, según la teoría de Saussure (Citado por Contreras, 2021), se entiende como una unidad compuesta por dos partes: el significante y el significado. El significante es la parte que se puede percibir, como un sonido, una palabra escrita o una imagen. El significado, por su parte, es la idea o el concepto que esa forma representa en la mente. Lo interesante es que la relación entre ambos no es natural, sino arbitraria; es decir, no hay una conexión real entre la palabra y lo que representa. Por ejemplo, la palabra "sol" no tiene nada que ver directamente con la estrella del cielo; simplemente se ha aceptado así por una convención dentro de un idioma (Contreras, 2021).

**El símbolo.** El signo forma parte de un grupo más amplio llamado símbolos, que se caracterizan por ser totalmente imparciales y basados en acuerdos sociales. A diferencia de los íconos (que guardan cierto parecido con lo que representan, como un retrato de un individuo), o de los índices (que tienen una relación directa o causal con su referente, como

el humo y el fuego), los símbolos no tienen ningún vínculo natural con lo que significan (Cordero, 2020).

**La representación.** La representación, en pocas palabras, es la forma en que usamos imágenes, gestos, palabras u otras señales para poder entender lo que pasa a nuestro alrededor, aunque no siempre lo tengamos enfrente o esté ocurriendo en ese momento, y gracias a eso también podemos contar cosas que sentimos o vivimos, incluso si ya pasaron o si son difíciles de explicar, y lo interesante es que esta idea se puede ver desde varias formas diferentes que, aunque parecen separadas, en realidad se relacionan bastante entre sí (Contreras, 2021).

Desde el lado del arte y la estética, representar es como darle forma a lo que sentimos o pensamos usando cosas que otras personas puedan ver o tocar, por ejemplo, cuando alguien pinta un cuadro o escribe una historia, está convirtiendo algo invisible como una emoción o un recuerdo en algo que otros pueden mirar, leer o sentir, y ahí es donde entra la creatividad, porque permite que algo muy personal se vuelva compartible con los demás de una manera visual o tangible (Buitrago, 2023).

Visto desde la semiótica, que tiene que ver con los signos y lo que significan, la representación se basa en cómo usamos ciertos símbolos como palabras, dibujos, señales o movimientos para explicar algo que no está físicamente presente, como cuando una señal de tránsito indica que hay que frenar o cuando un dibujo representa una idea más grande, y eso ayuda a que cosas difíciles de explicar se vuelvan más claras y puedan compartirse de forma más sencilla (Buitrago, 2023).

Por el lado de lo cognitivo, representar tiene que ver con cómo cada persona construye en su mente imágenes o ideas a partir de lo que ha vivido o aprendido, y como cada uno tiene su propia forma de ver el mundo, al compartir esas ideas con otras personas, se genera una especie de entendimiento en común, porque ese intercambio de maneras de pensar y sentir hace que podamos aprender unos de otros y llegar a comprendernos mejor (Contreras, 2021).

## 2.5 Cultura

La cultura se puede entender como ese conjunto de saberes, creencias, valores, costumbres, normas, símbolos, formas de expresión, modos de vida y lenguajes que identifican a un grupo humano y que se van transmitiendo de una generación a otra, lo cual hace posible que las personas puedan comprender el entorno en el que viven, relacionarse con los demás, organizar la forma en que conviven y encontrarle un sentido a su vida, incluyendo tanto lo que es material (como las herramientas, la ropa o las construcciones) como lo que es simbólico o intangible, como la religión, el arte, las leyes, la moral o las tradiciones (Contreras, 2021).

Según el autor desde un enfoque más amplio, la cultura no es algo fijo que se mantiene sin cambios, sino que está en constante transformación, ya que se adapta a los procesos históricos, a las condiciones sociales y a los avances tecnológicos, y al mismo tiempo cumple un papel importante en la identidad de las personas, porque les da un sentido de pertenencia dentro de una comunidad. A su vez, marca diferencias con otros grupos sociales, permitiendo que cada sociedad construya su propia forma de ser y que dentro de ella existan diversas manifestaciones culturales que se mezclan, se enfrentan o conviven, mostrando así la diversidad que forma parte de la experiencia humana (Aguirre, 2019).

## **2.6 Teorías psicológicas.**

### ***2.6.1 La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick***

Paul Watzlawick (1921-2007), psicoterapeuta austriaco, fue una figura destacada en la teoría de la comunicación y en las terapias sistémicas, formó parte del reconocido grupo de la Escuela de Palo Alto, junto a Don Jackson y Gregory Bateson. (Torres A. , 2017).

Watzlawick propuso su conocida sentencia que dice “no se puede no comunicar”, lo que significa que toda acción humana transmite algo, incluso el silencio. Comunicar no se trata solo de hablar, también incluye gestos, expresiones y hasta los silencios, que pueden generar confusión si los mensajes no verbales no se interpretan bien (Torres A. , 2017).

El mencionado autor distinguió dos niveles en la comunicación: por un lado, está el contenido, que es lo que se dice de forma clara y directa; y por otro, la relación, que es cómo se interpreta ese mensaje según el contexto y la manera en que se transmite. Elementos como el tono de voz o los gestos influyen en cómo se entiende lo que se dice, lo que demuestra que ambos niveles están conectados y son esenciales para que la comunicación sea efectiva.

De igual manera identificó dos formas de comunicación: la digital y la analógica. La comunicación digital se enfoca en transmitir información de forma clara y precisa, usando palabras. En cambio, la analógica se relaciona con los aspectos emocionales y de actitud, que se expresan a través del lenguaje no verbal, como gestos o tonos de voz. Normalmente, el contenido del mensaje se da en forma digital, mientras que la parte que tiene que ver con la relación entre las personas se expresa de forma analógica, lo que permite transmitir más matices, aunque también puede prestarse a confusiones (Rizo, 2011).

### ***2.6.2 La teoría del cultivo de Gerbner***

En los años 60, George Gerbner desarrolló la Teoría del Cultivo, la cual plantea que los medios de comunicación, especialmente la televisión, influyen fuertemente en cómo las personas ven y entienden la realidad social. Según Gerbner, la televisión actúa como un “cultivador” de una forma particular de ver el mundo, y con el tiempo, quienes la consumen con frecuencia tienden a creer que lo que ven en pantalla refleja la realidad, aunque no siempre sea así (García, 2008).

El centro de la teoría señala que los medios (la televisión, por ejemplo), cuando se consume de forma constante, va moldeando una visión compartida de la realidad entre las personas, lo que influye en sus ideas y actitudes. Gerbner explicaba que, cuanto más medios consume alguien, más probable es que adopte creencias y actitudes distorsionadas que se transmiten. En ese sentido, los medios, al ser una de las principales fuentes de información, tienen un gran poder en cómo las personas entienden y se relacionan con el mundo (Universidad de las Américas Puebla, 2019).

Para Russo otro punto en la teoría del cultivo es lo que Gerbner llamó “realidad simbólica”, que es la forma en que los medios representan la realidad, sea verdadera o no, esta representación muchas veces está llena de estereotipos, violencia y versiones simples de situaciones complejas. Gerbner señalaba que, aunque cada persona vive experiencias distintas, la televisión tiende a mostrar una imagen muy uniforme del mundo, esa visión, con el tiempo, se percibe como la realidad social y va quedando en la mente de los espectadores, moldeando poco a poco sus creencias y actitudes a través de la repetición constante de ciertos mensajes (Russo, 2024).

De este modo Gonzales (2018) señala que:

Un aspecto importante en dicha teoría es el llamado "efecto de cultivo", que se refiere a cómo la exposición constante a los medios va moldeando poco a poco la manera en que las personas perciben temas como la violencia, el crimen o la política. Por ejemplo, alguien que ve muchos programas cargados de escenas violentas puede empezar a creer que el mundo es más peligroso de lo que realmente es, simplemente porque está expuesto todo el tiempo a esa imagen distorsionada. Este efecto puede dejar huellas duraderas en cómo la gente percibe su entorno, en su sentido de seguridad y en la forma en que se relaciona con los demás. (p. 21)

Para el autor el principio de resonancia en la teoría del cultivo señala que los efectos del cultivo se vuelven más fuertes cuando lo que se ve en los medios coincide con la experiencia personal del espectador. Es decir, si alguien ve en televisión situaciones que reflejan lo que vive en su día a día, el impacto del mensaje se intensifica.

Por ejemplo, una persona que vive en un barrio con altos niveles de criminalidad puede sentirse aún más expuesta o insegura al ver programas que muestran constantemente escenas de violencia. En ese caso, esos contenidos no solo refuerzan sus miedos, sino que los hacen crecer como en un ciclo que se alimenta a sí mismo (Buitrago, 2023).

Además de sus efectos en lo psicológico, esta teoría también tiene un lado social muy importante. La misma sostiene que los medios no solo influyen en cómo una persona ve la realidad, sino también en cómo se construyen las relaciones sociales y culturales. Al mostrar repetidamente ciertos valores, comportamientos y roles, los medios ayudan a establecer lo que se considera "normal" en la sociedad. Por ejemplo, cuando en la televisión se muestran una y otra vez roles de género tradicionales, eso refuerza los estereotipos sobre cómo deben ser o actuar los hombres y las mujeres, y contribuye a mantener la desigualdad social (Hernandez, 2021).

Según el autor muchas veces se ha cuestionado esta teoría, por simplificar demasiado cómo los medios afectan a las personas, sin tomar en cuenta que cada individuo es distinto, posee un criterio propio y que hoy en día los medios han cambiado mucho, especialmente con la aparición de internet y las redes sociales. Aun así, esta teoría sigue siendo una de las más importantes para entender cómo los medios pueden moldear la forma en que vemos la sociedad, así también ayuda a reflexionar sobre los posibles efectos negativos que puede

tener el consumo constante de medios en la manera en que pensamos y actuamos como sociedad a largo plazo (Comunicólogos, 2024).

## **2.7 La percepción**

La percepción es un aspecto clave dentro de la psicología de la comunicación. Es un proceso activo en el que las personas interpretan de manera constante los estímulos que reciben, según su propio marco de referencia, que está formado por sus experiencias y creencias. Un mismo acto de interpretación puede tomar diferentes significados dependiendo del contexto, las emociones y las expectativas de cada momento, lo que en ocasiones puede generar malentendidos (Martínez, 2022).

Según el autor la percepción es un proceso psicológico clave que forma parte esencial de cómo las personas viven y entienden el mundo que las rodea. Es una de las funciones mentales más complicadas y necesarias para poder adaptarse al entorno. No se trata solo de captar lo que pasa alrededor usando los sentidos, sino también de darle sentido a todo eso con ayuda de la memoria, la atención, las emociones y el pensamiento, lo cual deja claro que no es solo algo que pasa en el cuerpo a nivel físico, sino también un fenómeno influido por la mente, la cultura y la forma de ver el mundo de cada persona.

De acuerdo con Aguirre todo empieza cuando los órganos sensoriales reciben estímulos del exterior como la luz, los sonidos o los olores, que son detectados por receptores repartidos por el cuerpo (sobre todo en los ojos, oídos, lengua, piel y nariz). Los cuales transforman esa información en señales eléctricas que viajan por los nervios hasta llegar al cerebro, donde son dirigidas a zonas específicas como la corteza visual, auditiva o somatosensorial, dependiendo del tipo de estímulo recibido (Aguirre, 2019).

En este sentido señala Contreras (2021) :

Sin embargo, lo que hace que la percepción sea tan interesante y complicada no es solo esta primera parte en la que se detectan estímulos, sino todo lo que pasa después en el cerebro, cuando esa información se mezcla con recuerdos, ideas previas, emociones, creencias, valores culturales o incluso el estado de ánimo del momento, haciendo que la forma en que se interpreta un estímulo no sea igual para todos, pues puede cambiar mucho de una persona a otra dependiendo de lo que cada quien ha vivido o de lo que piensa o espera. (p. 41)

Esto significa que dos personas pueden ver lo mismo, pero entenderlo o sentirlo de formas totalmente distintas. En ese sentido, la percepción no es una copia fiel de lo que hay en el mundo real, sino una interpretación subjetiva construida a partir de muchos factores internos y externos, y por eso muchos expertos sostienen que lo que uno percibe no es la realidad tal como es, sino una versión personal y filtrada de esa realidad (Contreras, 2021).

Al mismo tiempo, es importante tener presente que la percepción puede alterarse por muchos motivos, en este aspecto señala Buitrago (2023):

Problemas en el cerebro, emociones muy intensas, consumo de drogas, trastornos mentales como la esquizofrenia o el trastorno de despersonalización, o incluso por ilusiones ópticas o auditivas que hacen que el cerebro se confunda y cree una experiencia que no se corresponde con lo que realmente está pasando, lo cual confirma que percibir no es algo totalmente exacto ni cien por ciento racional, ya que está condicionado tanto por el sistema nervioso como por lo que rodea a la persona en ese momento. (p. 23)

Aguirre afirma que la percepción, entendida como ese proceso mediante el cual las personas logran darle forma y sentido a todo lo que captan del entorno, tiene varias características que muestran lo compleja que es, lo activa que resulta y cómo siempre está influida por aspectos personales y subjetivos de la experiencia humana, ya que no es simplemente recibir estímulos, sino interpretarlos desde lo que uno piensa, siente o ha vivido.

Esto no solo explica por qué dos personas pueden ver lo mismo pero entenderlo de manera distinta, sino también cómo esta capacidad mental se adapta a lo que cada uno necesita, guía su forma de actuar y le permite relacionarse con el mundo de una manera significativa, aunque no siempre de forma exacta o libre de errores (Aguirre, 2019).

Según el autor primero, hay que decir que la percepción es selectiva, lo que quiere decir que, entre todo lo que hay alrededor, el cerebro escoge solo lo que considera más importante según lo que uno necesita en ese momento, ya sea por instinto, interés o atención, dejando fuera una gran parte de la información que no parece útil. Lo cual ayuda a que la mente no se sature con demasiados estímulos, pero también hace que uno no vea o note todo lo que realmente existe, sino solo aquello que pasa por los filtros mentales activados en ese instante (Aguirre, 2019).

La percepción es interpretativa, porque no se limita a recoger datos de forma automática, sino que los transforma en significados, y este proceso depende de lo que cada persona cree, ha vivido antes, siente, espera o ha aprendido de su cultura, lo que explica por qué distintas personas pueden tener formas muy diferentes de entender una misma situación o imagen, ya que lo hacen desde sus propios contextos y experiencias (Contreras, 2021).

### ***2.7.1 Percepción social***

Alonso señala que la percepción social es un proceso mental y comunicativo que permite a las personas entender el comportamiento de los demás dentro de un entorno social determinado, ya que a través de lo que ven, oyen o viven, las personas logran interpretar lo que hacen otros, se forman una idea de quiénes son, adivinan sus intenciones, sacan conclusiones y modifican su manera de actuar dependiendo de lo que captan.

A diferencia de la percepción sensorial, que responde a estímulos físicos como la luz o el sonido, en este caso intervienen también las emociones, las ideas y todo aquello que la cultura de cada uno va moldeando, por lo que se combinan cosas que se pueden ver con otras que no, como los valores, las creencias o las expectativas personales (Alonso, 2024).

Dentro de este proceso, uno de los puntos clave es la forma en que se generan las primeras impresiones, ya que desde el primer encuentro o al observar a alguien por primera vez, se construye una imagen mental sobre esa persona, una especie de retrato interior que muchas veces se basa en estereotipos, prejuicios o normas aprendidas (Cordero, 2020).

Esto hace que se utilicen atajos mentales para encajar rápidamente a la otra persona en una idea conocida, aunque esta percepción inicial puede cambiar si el trato continúa y hay más experiencias compartidas, porque mientras más interacciones haya y más diversas sean, mayor será la posibilidad de ajustar o confirmar esa impresión, que influye directamente en cómo se piensa, se decide y se construyen relaciones con los demás (Alonso, 2024).

Otro elemento importante en este proceso es la atribución causal, que se refiere a cómo se intenta entender por qué alguien actúa de determinada forma, es decir, si se cree que lo que hizo fue por algo dentro de su personalidad o intención o si fue por una situación externa (Cordero, 2020).

Cordero menciona que en este intento por explicar el comportamiento ajeno se pueden cometer errores, como el llamado error fundamental de atribución, que ocurre

cuando se culpa al otro por cómo es y se olvida el contexto en el que estaba, algo que suele pasar mucho cuando se evalúa a otras personas pero no cuando uno se evalúa a sí mismo, y esta forma de juzgar tiene efectos que van más allá de lo individual, porque puede afectar la manera en que se entiende, se empatiza o se trata a los demás.

Gómez y Simón afirman que la percepción social no sucede en un espacio neutro, sino que está profundamente marcada por la cultura, el idioma, los medios de comunicación y las experiencias vividas, porque todos estos elementos actúan como lentes que modifican lo que se ve y se entiende de las acciones ajenas.

Por ejemplo, en situaciones donde personas de distintas culturas interactúan, lo que para unos puede ser una señal de respeto o alegría, para otros puede parecer un gesto grosero o confuso, por lo que es fundamental desarrollar una mirada intercultural que permita reconocer esas diferencias y cultivar una actitud crítica y respetuosa que facilite una convivencia más comprensiva y justa entre personas de distintos orígenes (Gomez & Simón, 2018).

## **2.8 Medios de comunicación Masiva**

Según García (2008)

En las sociedades actuales, existen distintos caminos por los que viajan los mensajes que queremos compartir, y esos mensajes pueden tomar muchas formas, como textos, imágenes o videos, dependiendo de lo que se quiera decir y a quién se quiera llegar; a veces, esos canales se usan para hablarle a muchísima gente al mismo tiempo. (p. 41)

En los medios de comunicación masivos, la forma en que se transmite la información ya no sigue el esquema clásico de un emisor que habla y un receptor que escucha, porque en este caso los mensajes van dirigidos a muchísima gente al mismo tiempo (García, 2008).

Lo complicado es que no siempre se sabe con exactitud quién está del otro lado recibiendo ese mensaje, lo que hace difícil garantizar que todos lo entiendan de la misma manera; por eso, quienes crean los contenidos tienen que pensar en ciertos aspectos del público, como la edad, el género o el nivel económico, y con base en eso intentan organizar y adaptar los mensajes de forma más precisa, para que sean más claros, lleguen mejor a quienes se busca alcanzar y realmente generen el efecto deseado (Contreras, 2021).

### ***2.8.1 Función de los medios de comunicación masiva***

Los medios de comunicación masivos pueden entenderse desde varias perspectivas, ya sea por el papel que desempeñan dentro de la sociedad, por la fuerza que tienen para influir en las personas o por el tipo de contenido que comparten, que puede tener fines educativos, formativos, informativos o simplemente de entretenimiento (García, 2008).

Según lo que señalan Giraldo et al., (2018)

Aunque la función más evidente es comunicar e informar, no se puede pasar por alto que también cumplen otras tareas igual de importantes, como entretener a través de los espacios que ofrecen para distraerse, enseñar al brindar conocimiento sobre lo que pasa en el mundo, formar opiniones al generar conciencia o incluso manipular ciertas ideas en la sociedad. (p. 26)

Sin embargo, en la práctica, esta influencia muchas veces se ha utilizado más para fomentar el consumo excesivo que para promover valores o enriquecer la cultura, y este problema se nota especialmente en lugares como Huacho, donde gran parte del contenido que ofrecen los medios se enfoca más en entretener de forma superficial que en aportar algo significativo al desarrollo cultural de la población (García, 2008).

### ***2.8.2 Tipos de Medios de Comunicación***

- **Radio:** Es un tipo de medio que funciona solo con el sonido y permite compartir cosas como noticias, canciones o programas de entretenimiento usando ondas que viajan por el aire o por medios digitales, lo cual hace que muchas personas puedan escucharlo al mismo tiempo sin que sea necesario ver algo en una pantalla (Cisneros et al., 2021).
- **Prensa:** Es un medio que trabaja con textos y se dedica a dar a conocer hechos, reportajes, opiniones o avisos, y eso lo hace por medio de diarios, revistas o sitios web, siendo muy importante porque mantiene a las personas informadas y también influye en lo que piensan sobre distintos temas (Contreras, 2021).
- **Televisión (TV):** Es un medio que mezcla imágenes con sonidos para presentar noticias, programas educativos o entretenimiento, y gracias a que llega a tanta gente

y llama tanto la atención, se ha vuelto un canal muy fuerte para influir en cómo las personas entienden lo que pasa a su alrededor (Contreras, 2021).

## **2.9 Medios de comunicación comunitarios**

Para Aguirre (2019) dice que los medios de comunicación comunitarios tienen un papel muy importante dentro de la vida diaria de muchas comunidades porque no solo sirven para compartir noticias o avisos, sino que ayudan a que la gente se sienta parte de algo, fortaleciendo la unión entre quienes viven en un mismo lugar. Permitiendo que las personas puedan expresarse libremente y también sentirse escuchadas, sobre todo en aquellos sectores donde muchas veces han sido ignoradas o excluidas.

Para estos autores Más que ser solo una herramienta para informar, estos medios ayudan a formar una identidad propia, a recuperar tradiciones y a defender derechos que a veces no son tan visibles, y lo más valioso es que no se quedan en la idea de que uno solo recibe lo que otros dicen, sino que abren el espacio para que cualquiera pueda participar, crear contenido, dar su opinión y ser parte del mensaje que se comparte (Gomez & Simón, 2018).

En este aspecto señala García (2008):

Los medios comunitarios cumplen un papel clave dentro de la vida social, cultural y política de las comunidades, ya que sirven como base para que las distintas formas de expresión tengan un espacio propio y, gracias a eso, se pueda lograr una mayor unión entre quienes forman parte de ese entorno, permitiendo que todos se sientan incluidos. (p. 41)

No se trata solo de medios que funcionan a nivel local, sino que tienen un valor social muy fuerte porque ayudan a fortalecer las identidades propias de cada comunidad y también a defender los derechos de aquellas personas o grupos que muchas veces han sido olvidados o puestos a un lado. Además, lo más interesante es que no se limitan a dar información, sino que invitan a que la gente participe, hable, cree contenidos y sea parte del proceso de comunicación desde dentro, haciendo que ya no sean solo espectadores, sino verdaderos protagonistas (García, 2008).

Estos medios, van mucho más allá de los medios tradicionales como la radio, la televisión o los periódicos, porque también abarca plataformas digitales como las redes

sociales, que hoy en día forman espacios de la comunicación. Gracias a los avances tecnológicos, actualmente es posible que las comunidades (que antes estaban al margen) puedan crear sus propios medios, diseñando sus necesidades, su realidad y su forma de percibir el mundo (Gomez & Simón, 2018).

Los autores mencionan que hace especiales a estos medios es que no son cerrados ni controlados desde arriba, sino que permiten que cualquier persona, sin importar su edad, su origen o su nivel de conocimiento, pueda participar, opinar y ser parte activa del mensaje que se comparte, haciendo que todas las voces tengan un lugar

Los medios comunitarios son una pieza fundamental para que las culturas locales, las costumbres de siempre y los idiomas que casi ya no se hablan, muchos de ellos con raíces muy antiguas, no desaparezcan por culpa de la globalización que muchas veces arrasa con todo lo que es diferente (Gonzales et al, 2018).

Según los autores estos espacios ayudan a cuidar esa diversidad que hace única a cada comunidad y a darle valor a esos saberes y prácticas que hoy en día suelen dejarse de lado. Además, al mantener vivas esas formas de ser y de pensar, se fortalece la identidad de grupo, se genera un sentimiento real de pertenencia.

Los medios comunitarios, a pesar de su importancia, tienen que lidiar con muchas dificultades para funcionar bien, ya que no cuentan con los recursos necesarios para mantenerse o crecer como deberían (García, 2008).

Muchas veces trabajan con equipos viejos o muy básicos, no tienen suficiente dinero para sostenerse a largo plazo y, por si fuera poco, también enfrentan obstáculos que vienen de parte del gobierno o de grandes empresas que limitan lo que pueden hacer (Ladino, 2020).

Para Ladino estos medios se ven obligados a buscar la manera de sobrevivir con lo que tienen, mientras compiten con gigantes de la información que tienen mucho más poder y recursos, lo que hace que su desarrollo se vuelva más lento y su impacto, por muy valioso que sea, corra el riesgo de perder fuerza o no llegar tan lejos como realmente podría.

## **2.10 Puruwa tv**

Puruwa TV, que transmite por el canal 38 UHF, es un proyecto pionero en Chimborazo, ya que es el primer canal de señal abierta con un enfoque verdaderamente

intercultural, ofreciendo contenido en kichwa y español todo el día, todos los días, lo que fortalece y celebra la riqueza cultural de la zona. Este canal está liderado por jóvenes de comunidades indígenas y rurales, quienes han logrado convertirlo en un símbolo de comunicación comunitaria comprometida con su gente (Pasmay & Ruales, 2021).

Según la fuente oficial el propósito principal es servir a la población de Chimborazo respetando sus raíces, su lengua y su forma de ver el mundo, promoviendo además una economía basada en la solidaridad. Los programas que transmite no solo están pensados para entretener, sino también para defender los derechos de la niñez y adolescencia, fortaleciendo los lazos entre comunidades y fomentando el crecimiento educativo y cultural.

La visión de Puruwa TV es clara: ser un espacio donde se muestre la vida real de las comunidades, sus costumbres, sus luchas y su forma de entender el mundo. Busca darles voz y proyección, con ideas que no se quedan solo en palabras, sino que se enfocan en generar oportunidades reales para el desarrollo, convirtiéndose así en una ventana desde donde el país puede conocer y valorar a los pueblos indígenas de Chimborazo.

Puruwa TV funciona legalmente gracias a que recibió oficialmente el permiso para usar el espectro radioeléctrico, mediante un Título Habilitante que fue firmado el 23 de mayo de 2017 en las oficinas de Arcotel, en Quito; con este documento, se convirtió en el segundo canal autorizado de Chimborazo para transmitir en señal abierta, lo que le da no solo legitimidad, sino también un compromiso más fuerte con la gente a la que representa (Puruwa Tv, 2024).

Además de su transmisión por aire, el canal ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos al expandir su presencia en internet con su sitio web oficial [www.puruwatv.com](http://www.puruwatv.com), siendo el único canal de la provincia que transmite su señal en línea. También distribuye su contenido mediante IPTV y una aplicación para celulares llamada Puruwa Live, lo que ha hecho posible que más personas de diferentes lugares puedan verlo, conectarse e interactuar con lo que ofrece, fortaleciendo así el lazo con su audiencia (Toro et al., 2019).

El reto principal que enfrenta este medio es mantener viva la cultura, reforzar la identidad y apoyar los procesos de intercambio entre culturas, todo esto mientras incorpora herramientas digitales modernas para presentar programas educativos, musicales, deportivos, informativos y de opinión, entre otros. Puruwa TV no es solo una señal más, sino

un espacio que impulsa cambios reales y aporta al desarrollo de las comunidades que forman parte de su historia (Puruwa Tv, 2024).

### **2.11 Determinación de variables**

- Caracterizar el concepto de percepción en el ámbito de la comunicación comunitaria.
- Determinar la percepción que tiene la población de Riobamba sobre el medio comunitario Puruwa TV.





## **CAPÍTULO III. METODOLOGIA**

### **3.1 Tipo de Investigación**

#### ***3.1.1 Por la finalidad***

La investigación se clasifica como de tipo básica, según Gómez & Simón (2018) señalan que “la investigación básica, también llamada fundamental o pura, busca generar nuevos conocimientos teóricos sin una aplicación práctica inmediata. Su propósito es comprender mejor fenómenos o principios, sirviendo como base futura para investigaciones aplicada (p. 42).

#### ***3.1.2 Por el alcance***

Tomando en cuenta la naturaleza del estudio y los objetivos que se plantearon desde un inicio, se decidió aplicar un enfoque metodológico mixto porque permite observar el fenómeno que se investiga desde una mirada más amplia y completa, combinando herramientas cualitativas y cuantitativas que no se excluyen, sino que se complementan entre sí para lograr una comprensión más profunda y detallada de la realidad que se analiza (Buitrago, 2023).

En lo que corresponde a la parte cualitativa, se llevó a cabo un análisis bibliográfico-documental que incluyó la revisión de fuentes relevantes, lo cual fue clave para ubicar el problema dentro de un marco teórico claro, entender sus implicaciones y construir una base interpretativa sólida que permita explicar con claridad el fenómeno que se estudia.

En este aspecto señala Bernal (2010) “el enfoque cualitativo es una forma de investigación que busca comprender a profundidad fenómenos sociales o humanos a través del análisis de experiencias, significados y contextos, usando métodos no numéricos como entrevistas, observaciones o revisión documental” (p. 41)

Mientras tanto, la parte cuantitativa se apoyó principalmente en la aplicación de encuestas como herramienta para recolectar datos empíricos que permitan medir de forma objetiva ciertos aspectos vinculados a las variables del estudio, lo cual sirvió para recoger

información estadística que refleja cómo piensan, qué conocen o qué han experimentado los participantes, ayudando a detectar patrones, tendencias o relaciones que fortalecen los resultados del análisis y le dan al trabajo un respaldo más concreto y medible.

En este aspecto señala Monje (2021) “El enfoque cuantitativo es un tipo de investigación que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para medir variables y establecer patrones, relaciones o tendencias de manera objetiva y estadística.” (p. 34)

### **3.2 Diseño de Investigación**

Según lo expuesto por Mousalli (2021), la investigación descriptiva no experimental es aquella que obtiene los datos sin alterar o manipular directamente las variables, sino que se realiza básicamente para dar cuenta detallada y completa de cuestionamientos particulares de los fenómenos dentro de su contexto natural y de la vida real. En este sentido, se trata de conocer en profundidad cómo la población de Riobamba percibe el medio comunitario Puruwa TV; información que permita reflexionar sobre sus ideas, creencias y actitudes frente a los contenidos que se transmiten.

El diseño de esta investigación se plantea como un tipo de estudio descriptivo y no experimental, basado en el escrutinio y valoración de los fenómenos en su entorno natural, sin ningún tipo de intervención o manipulación de las variables; en este contexto, el estudio se realizará de forma discreta y no se intentará influir o condicionar el comportamiento de la población, por lo que los datos se obtendrán de forma aleatoria y realista, en donde los encuestados tendrán la oportunidad de expresar sus percepciones sin externalidades que puedan alterar sus puntos de vista o respuestas, garantizando así la pureza y veracidad de los resultados (Gomez & Simón, 2018).

Al no intervenir en las condiciones sociales ni en los hábitos de las personas, este estudio se centra de forma precisa y detallada en la relación entre los ciudadanos y el medio comunitario, por lo que en el diseño de la investigación se puede observar con claridad si los contenidos de Puruwa TV son percibidos o no por los televidentes, sin ninguna influencia o alteración en las actitudes y comportamientos de las personas involucradas.

Este enfoque no experimental, puramente observacional y de recolección de datos tal como surgen de los acontecimientos que se desenvuelven en los fenómenos naturales,

asegura una representación auténtica de la realidad comunicativa del entorno comunitario. En este sentido, el diseño se acerca al objetivo de comprender, sin distorsiones, el impacto e influencia de Puruwa TV en la comunidad de Riobamba en el período de octubre de 2023 a marzo de 2024.

### **3.3 Técnicas de recolección de Datos**

En el contexto de la presente investigación, se ha optado por la aplicación de técnica de recolección de datos mediante encuestas y entrevistas, por ser la manera más eficiente para obtener información (directa y objetiva) de la población analizada. La elección de dichas técnicas se debe a la necesidad de obtener una perspectiva amplia y cuantitativa de las opiniones que tiene la comunidad de las parroquias analizadas del Cantón Riobamba, sobre los programación, directivos y productores del medio de comunicación.

Las encuestas permiten, recopilar datos de forma estandarizada que facilitan el análisis y la interpretación de los resultados. Esto, a su vez, ayudará a comprender mejor las opiniones y actitudes de los encuestados, lo que permitirá ver desde una perspectiva panorámica su relación con el medio comunitario (Sánchez et al., 2021).

Por su parte, la entrevista se presenta como un proceso de comunicación en el que una persona (el entrevistador) realiza preguntas a otra (el entrevistado) con el propósito de obtener datos específicos sobre un tema. Sirve además para conocer opiniones, experiencias y perspectivas que se utilizarán en diversos (Sánchez et al., 2021).

Las herramientas elegidas para la obtención de datos serán:

Para el desarrollo de las encuestas, se ha optado por el cuestionario semiestructurado de preguntas cerradas en escala de Likert, optado por su flexibilidad, ya que mezcla preguntas cerradas, que ofrecen datos cuantitativos, con preguntas abiertas, que pueden ser utilizadas para indagar en profundidad las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes (Sánchez et al., 2021).

Para el desarrollo de las entrevistas se ha optado por un cuestionario de preguntas abiertas que facilita explorar las percepciones (Sánchez et al., 2021). Las preguntas abiertas permiten una mayor libertad en la expresión de ideas, lo que brinda un contexto amplio del tema planteado. Esto es fundamental para obtener datos específicos y el trasfondo que agreguen datos de interés a la investigación.

La recolección de datos e información se fundamentará en los siguientes criterios:

- Consumo del Medio
- Percepción del Contenido
- Impacto del medio en la comunidad
- Interacción con el Medio

Este diseño metodológico debe recoger datos tanto de carácter cuantitativo como cualitativo que permitan conocer mejor la dinámica comunicacional de Puruwa TV con la población de Riobamba, creando así una base de información lo suficientemente robusta como para soportar una correcta evaluación del impacto de este medio comunitario en y para la comunidad.

### **3.4 Población de estudio y tamaño de muestra**

La población de estudio estará integrada por los habitantes del cantón Riobamba, de las parroquias rurales Calpi con 6.223 habitantes, Licán con 7.499 habitantes y San Juan con 6.863 habitantes (Instituto Ecuatoriano de estadísticas y censos, 2023) donde se encuentra la mayor concentración de población de etnia indígena y mayor frecuencia de uso del canal comunitario Puruwa tv. Se optaron por estas parroquias para el análisis, por la facilidad logística (cercanía) y estratégica (contactos para poder realizar la toma de las muestras) por parte del investigador

Un estudio de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, Arcotel, señala que en Ecuador a febrero de 2025 existen 340.980 suscriptores de audio y video AVS. Es decir, seis de cada 100 hogares han contratado este servicio. Las provincias de Guayas y Pichincha son las que mayor concentración tienen; sumadas superan el 54 por ciento.

Mientras tanto, para el caso concreto de radio analógica en Amplitud Modulada (AM) existen 68 medios privados, seis de servicio público y siete comunitarias. En cuanto a radios de Frecuencia Modulada (FM) 826 son privadas, 194 públicas y 127 comunitarias. En el caso de televisión, la señal abierta analógica todavía representa la mayor cantidad: 257 privadas, 110 públicas y seis comunitarias, una de ellas Puruwa. Lo digital está en proceso

de construcción. Según los datos del mismo documento del organismo que controla el espectro radioeléctrico existen soles medos privados, tres públicos y ninguno comunitario.

De este modo, dando un total de 20.585 personas, al ser una población muy extensa, se plantea la obtención de una muestra.

La muestra se ha calculado a través de la fórmula de población finita que es:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (20,585 en este caso)

Z = nivel de confianza deseado (1.96 para un nivel de confianza del 95%)

p = proporción estimada de la población (0.5)

q = 1 - p

e = margen de error tolerado (0.05 para un margen de error del 5%)

Aplicación de la formula

$$n = \frac{20.585 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2 \cdot (20585 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{20585 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0.0025 \cdot 20584 + 3.8416 \cdot 0.252}$$

$$n = \frac{19816.448}{52.4204}$$

$$n = 378.12$$

La muestra para el estudio será entonces de 378 personas con un margen de error del 5%, además se tomarán datos estratificados de las tres parroquias rurales, de manera aleatoria, calculado a través de la fórmula:

$$n = \frac{\text{Población del lugar}}{\text{Población total}} \times \text{Tamalo de muestra}$$

Aplicando la formula se obtiene como resultado:

**Tabla 2.** Población del objeto de estudio

| <b>Parroquia</b>           | <b>Total, de población</b> | <b>Muestra estratificada</b> |
|----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| <b>Calpi</b>               | 6.223                      | 114                          |
| <b>Licán</b>               | 7.499                      | 138                          |
| <b>San Juan</b>            | 6.869                      | 126                          |
| <b>Total de la muestra</b> |                            | <b>378</b>                   |

*Nota.* Elaboración del autor

Para el desarrollo de las entrevistas, se ha optado por un muestreo simple, considerando la facilidad estratégica de la investigadora al momento de obtener la información. En este caso, se ha seleccionado al personal administrativo y de producción de Puruwa TV:

- Gabriel Rojas Manobanda (Profesor de comunicación comunitaria, Universidad San Gregorio de Portoviejo)
- César Mendoza, director del medio Puruwa Tv
- Manuela Cují, periodista de ERPE
- Jorge Guachamin, secretario de CORAPE

Seleccionar a estos individuos para la entrevista resulta fundamental, porque cada una de ellas cumple una función importante dentro del canal y eso les da una perspectiva directa y muy cercana sobre cómo se mueve todo por dentro, cuáles son sus objetivos y qué problemas enfrentan en el día a día; por ejemplo, César Mendoza, que forman parte del canal, explica de forma muy concreta cómo se arman los contenidos, cómo logran que lleguen a la gente y de qué manera mantienen el contacto con quienes los ven; por otro lado, Manuela Cují y Jorge Guachamin, dentro del área periodística, aportan una visión más reflexiva y crítica, enfocándose en cómo lo que hace el canal impacta en la vida cultural y social de la comunidad que representa.

### **3.5 Métodos de análisis y procesamiento de datos**

Cuando se efectúa una investigación de esta índole, los métodos que se usan para analizar y procesar la información tienen como finalidad principal organizar bien los datos, darles sentido y construir conocimiento a partir de textos que ya han sido publicados, ya que en este tipo de estudios no se trabaja con datos que se recogen directamente de la realidad, como ocurre en las investigaciones empíricas, sino que se parte de documentos como teorías, leyes, artículos científicos y otras fuentes académicas que sirven para darle sustento teórico al trabajo (Bernal, 2010).

Uno de los métodos más usados en este tipo de investigación es el análisis de contenido, que permite revisar con detalle los textos para poder encontrar ideas importantes, palabras clave, temas que se repiten o estructuras que ayudan a entender cómo está organizada la información, lo cual hace posible extraer los datos más útiles de forma ordenada (Bernal, 2010).

También es importante la síntesis teórica, que consiste en comparar distintas posturas o definiciones que se encuentran en las fuentes para construir una visión propia del tema, mientras que el análisis crítico ayuda a revisar qué tan válidas o relevantes son esas fuentes, tomando en cuenta quién las escribió, en qué contexto se hicieron y qué peso académico tienen. Por último, la categorización temática es una técnica útil que permite ordenar los contenidos similares en grupos o secciones, ayudando a identificar patrones, ideas centrales o tendencias dentro del material revisado, lo cual permite darle al estudio una estructura más clara y coherente (Bernal, 2010).

De esta manera, los datos obtenidos en la presente investigación se analizarán mediante la aplicación del enfoque mixto anteriormente señalado, y el uso del método inductivo deductivo, lo que permitirá observar el tema desde distintas perspectivas, tanto con datos numéricos como con opiniones más abiertas. Para los resultados de las preguntas cerradas del cuestionario, se aplicarán estadísticas (porcentajes y frecuencias) esa información se organizará en tablas y gráficos, lo que facilitará analizar cómo se distribuyen las respuestas.

En cuanto a las respuestas abiertas, se agruparán por temas parecidos, lo que ayudará a entender mejor lo que piensa la gente sobre Puruwa TV, especialmente en cuanto a su importancia cultural y social, y también cómo las personas se relacionan con el canal. Esta parte permitirá notar ciertos patrones o historias comunes, por ejemplo, cómo influye el entorno social de los entrevistados en la forma en que perciben y valoran al medio.

Una estrategia fundamental en la investigación será la triangulación de datos, que consiste en comparar los resultados obtenidos de la recolección de datos con los hallazgos de la investigación bibliográfica. Este proceso permitirá validar los resultados al contrastar los datos cuantitativos con los cualitativos, lo que reforzará la veracidad de la investigación y ofrecerá una visión más completa del fenómeno en estudio.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Resultados de las encuestas realizadas

#### 4.1.1 Datos sociodemográficos

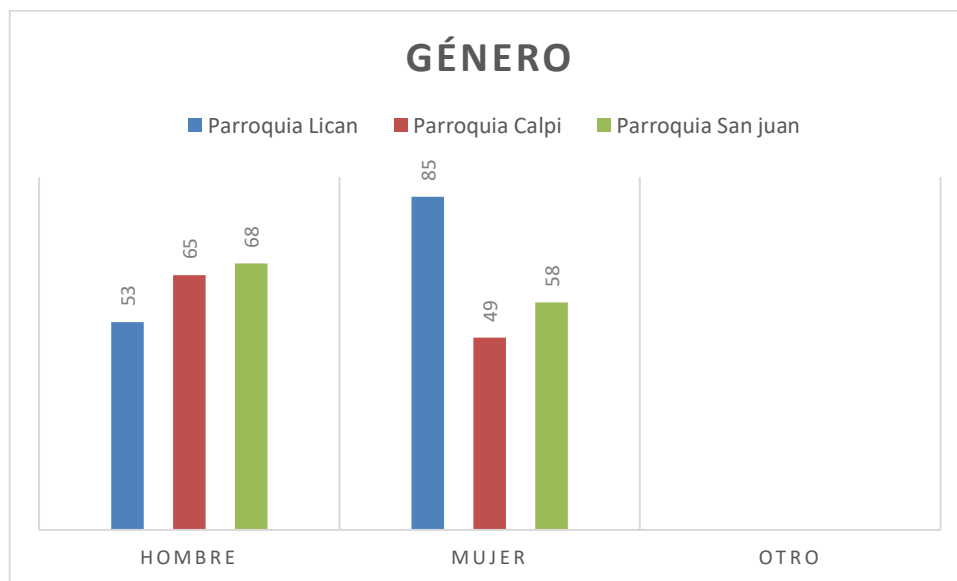
¿Con qué género se identifica?

Tabla 3

| Genero            |                 |                 |                    |             |
|-------------------|-----------------|-----------------|--------------------|-------------|
|                   | Parroquia Licán | Parroquia Calpi | Parroquia San juan | Suma total  |
| Hombre            | 53              | 65              | 68                 |             |
| Mujer             | 85              | 49              | 58                 |             |
| Otro              |                 |                 |                    |             |
| <b>Total</b>      | <b>138</b>      | <b>114</b>      | <b>126</b>         | <b>378</b>  |
| <b>Frecuencia</b> | <b>37%</b>      | <b>30%</b>      | <b>33%</b>         | <b>100%</b> |

Fuente: Resultados de entrevista

Elaborado por: Autora



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Autora

## Análisis e Interpretación

Cuando se revisa la forma en que las personas respondieron sobre cómo ven el medio comunitario Puruwa TV, se nota algo interesante relacionado con el tema del género de quienes participaron en el estudio, porque si bien, en general, la cantidad de hombres y mujeres que respondieron está bastante pareja (192 mujeres y 186 hombres, lo que da casi mitad y mitad), al fijarse en los datos por parroquia ya se ven diferencias más marcadas que vale la pena mirar con cuidado.

Por ejemplo, en la parroquia Licán, la mayoría de personas que respondieron fueron mujeres, un número claramente más alto con 85 respuestas frente a los 53 hombres, lo que llama la atención porque rompe el equilibrio general, mientras que en las parroquias Calpi y San Juan pasa lo contrario, ya que ahí hubo más hombres participando (65 y 68 respectivamente), en comparación con las mujeres (49 en Calpi y 58 en San Juan), así que no se mantiene esa igualdad que se ve cuando se suman todos los datos. Además, un detalle que también es importante mencionar es que ninguna persona se identificó con un género diferente a “hombre” o “mujer”, lo cual también dice algo sobre cómo se perciben o se viven esas identidades en este contexto.

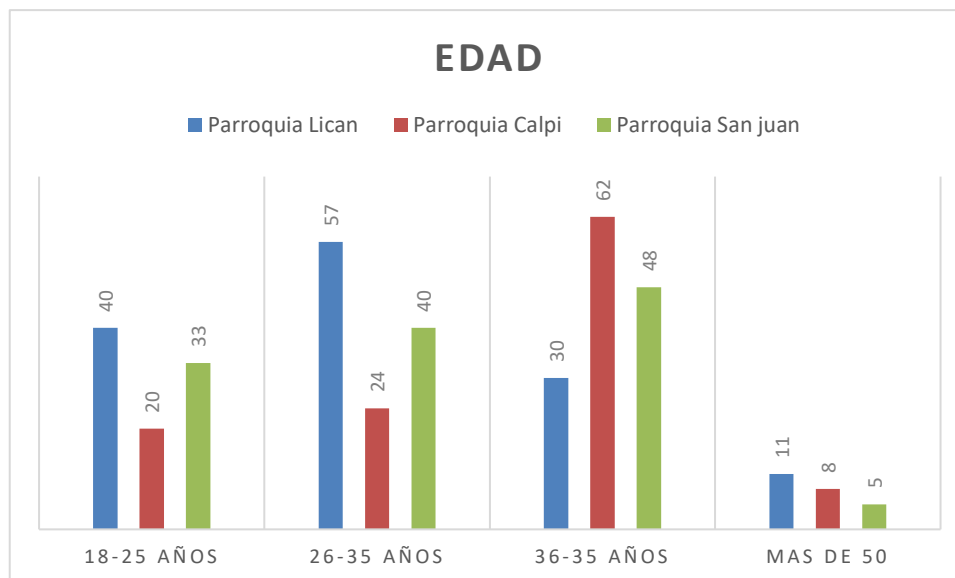
### ¿En qué grupo de edad se encuentra usted?

**Tabla 4**

| Edad              |                 |                 |                    |             |
|-------------------|-----------------|-----------------|--------------------|-------------|
|                   | Parroquia Licán | Parroquia Calpi | Parroquia San Juan | Suma total  |
| 18-25 años        | 40              | 20              | 33                 |             |
| 26-35 años        | 57              | 24              | 40                 |             |
| 36-35 años        | 30              | 62              | 48                 |             |
| más de 50         | 11              | 8               | 5                  |             |
| <b>Total</b>      | 138             | 114             | 126                | <b>378</b>  |
| <b>Frecuencia</b> | 37%             | 30%             | 33%                | <b>100%</b> |

**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora

### Análisis e Interpretación

Al revisar esta parte del estudio, lo que se busca es entender mejor cómo están distribuidas las edades de las personas que participaron en la encuesta y si hay alguna tendencia interesante sobre quiénes están más involucrados o presentes cuando se trata del medio comunitario.

Lo primero que salta a la vista es que la mayoría de los encuestados tienen entre 26 y 35 años, ya que ese grupo reunió a 121 personas, lo cual es bastante representativo; después vienen los jóvenes de 18 a 25 años, con 93 personas, y también los que están entre 36 y 45 años, que en este caso sumaron 140, lo que muestra que también hay una buena participación de adultos en edad media

. En cambio, se nota claramente que la gente mayor, o sea los que tienen más de 50 años, participaron mucho menos, ya que solo fueron 24 personas, lo que podría estar indicando que este grupo tiene menos interés o menos cercanía con este tipo de medio.

Si se mira por parroquias, se encuentran diferencias que ayudan a entender un poco más a fondo la situación: en Licán, por ejemplo, la mayoría de los encuestados están entre los 26 y 35 años, con 57 personas, y también hay un grupo grande entre los 18 y 25, con 40 personas, lo que hace pensar que hay una fuerte presencia de adultos jóvenes en esa zona.

En cambio, en Calpi el grupo más grande fue el de 36 a 45 años, con 62 personas, lo que podría indicar que allí hay una población un poco más madura o activa en esa franja de edad; mientras que, en San Juan, los grupos de 26-35 años y de 36-45 están casi parejos, con 40 y 48 personas respectivamente, lo que refleja una especie de equilibrio entre esos rangos etarios.

Algo que destaca bastante es que, en todas las parroquias, las personas mayores de 50 años casi no participaron, lo cual puede tomarse como una señal de que este grupo está menos conectado con el medio Puruwa TV o que simplemente no se sienten muy identificados con su contenido o su forma de comunicar.

Esto podría estar indicando la necesidad de replantear las estrategias de comunicación para incluir más a este público que, por lo general, está más acostumbrado a medios tradicionales, por lo que se podría pensar en formas más accesibles o familiares de llegar a ellos y lograr que también se interesen y participen más.

#### ***4.1.2 Conocimiento de objeto de estudio***

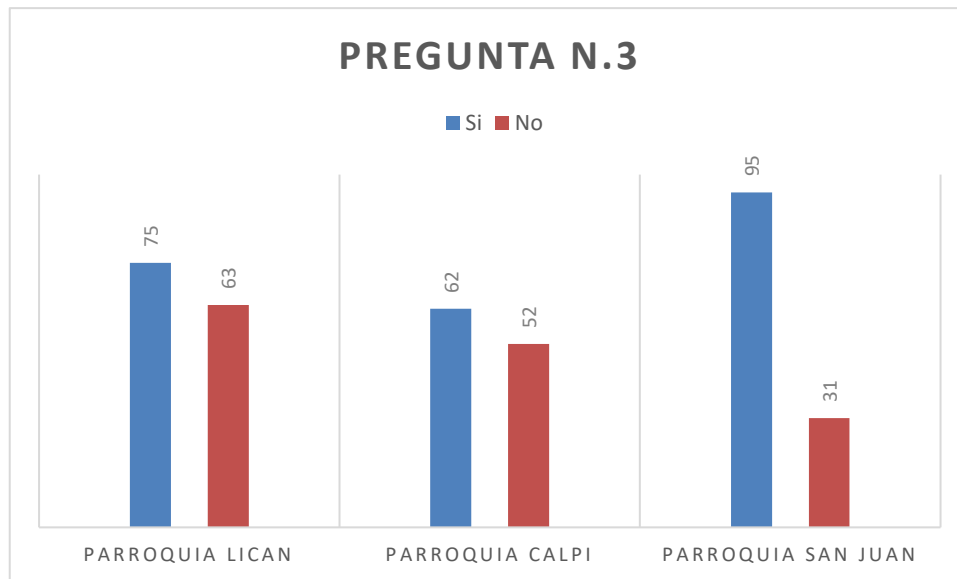
##### **Pregunta N. 3 ¿Conoce desde cuando trabaja Puruwa TV?**

***Tabla 5***

| <b>Pregunta N.3</b> |                        |                        |                           |                   |
|---------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------|
|                     | <b>Parroquia Licán</b> | <b>Parroquia Calpi</b> | <b>Parroquia San Juan</b> | <b>Suma total</b> |
| Si                  | 75                     | 62                     | 95                        |                   |
| No                  | 63                     | 52                     | 31                        |                   |
| <b>Total</b>        | 138                    | 114                    | 126                       | <b>378</b>        |
| <b>Frecuencia</b>   | 37%                    | 30%                    | 33%                       | <b>100%</b>       |

**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis e Interpretación**

Al Indagar sobre el conocimiento de las personas sobre sí conocen o no la trayectoria de Puruwa TV, se notan diferencias bastante claras entre las parroquias de Licán, Calpi y San Juan, lo cual ya nos empieza a dar una idea de cómo varía el reconocimiento del medio dependiendo del lugar. Por ejemplo, en Licán, hay un grupo importante (75 personas) que sí dijeron conocer el canal, pero también hay muchas (63) que no tienen idea o no lo reconocen, lo que muestra que ahí la situación está bastante dividida. En Calpi, las cosas están un poco más balanceadas todavía, con 62 respuestas afirmativas frente a 52 negativas, lo que quiere decir que hay casi el mismo número de personas que conocen Puruwa TV y que no. Sin embargo, en San Juan la cosa cambia bastante, porque ahí se nota una diferencia mucho más marcada: 95 personas dijeron que sí lo conocen y solo 31 dijeron que no, lo cual deja ver que en esa parroquia hay un conocimiento mucho mayor sobre el medio.

Todo esto nos lleva a pensar que el alcance de Puruwa TV no es el mismo en todas partes y que su presencia dentro de cada comunidad puede depender de varios factores, como lo cerca que esté la gente del lugar desde donde se transmite, si han participado o no en sus programas, o si han escuchado hablar del canal por medio de actividades o historias que se han difundido en la zona.

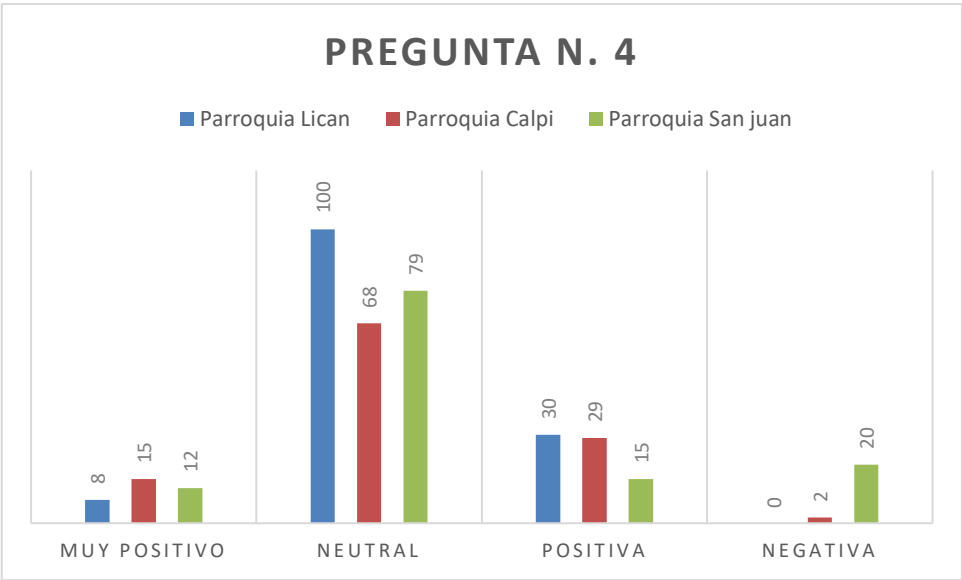
En el caso de San Juan, donde la mayoría dijo conocer bien al medio, puede que exista una relación más cercana con la comunidad, quizás porque el canal ha logrado una mejor cobertura, porque han tocado temas que de verdad le interesan a la gente del lugar o porque han hecho cosas concretas que han dejado huella, como proyectos locales o participación en eventos de la parroquia.

**Pregunta N. 4 ¿Qué valoración tiene del medio comunitario Puruwa tv?**

*Tabla 6*

| Pregunta N. 4     |                 |                 |                    |             |
|-------------------|-----------------|-----------------|--------------------|-------------|
|                   | Parroquia Licán | Parroquia Calpi | Parroquia San Juan | Suma total  |
| Muy positivo      | 8               | 15              | 12                 |             |
| Neutral           | 100             | 68              | 79                 |             |
| Positiva          | 30              | 29              | 15                 |             |
| Negativa          | 0               | 2               | 20                 |             |
| <b>Total</b>      | <b>138</b>      | <b>114</b>      | <b>126</b>         | <b>378</b>  |
| <b>Frecuencia</b> | <b>37%</b>      | <b>30%</b>      | <b>33%</b>         | <b>100%</b> |

**Fuente:** Resultados de encuesta  
**Elaborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de encuesta  
**Elaborado por:** Autora

**Análisis e Interpretación**

Los datos que salieron de la encuesta muestran que, en general, muchas personas tienen una opinión neutra sobre Puruwa TV, lo cual ya da una pista de que, aunque el medio es conocido en las comunidades, eso no siempre significa que esté generando un impacto real en la forma en que la gente lo percibe. Por ejemplo, en la parroquia Licán, la mayoría de quienes participaron, específicamente 100 personas, dijeron que no tenían una opinión clara sobre el canal, lo que puede interpretarse como una señal de que, si bien saben que existe, no sienten que tenga un papel muy importante o influyente en su día a día.

Aun así, también hubo 30 personas que sí dijeron que el trabajo del canal les parecía positivo, y 8 que incluso lo calificaron como muy positivo, lo cual es algo bueno. Algo curioso, y que vale la pena resaltar, es que nadie dio una opinión negativa, lo que quiere decir que, aunque el medio no sea el más fuerte en términos de impacto, al menos no genera rechazo, y su presencia parece ser vista más como algo bueno que como algo molesto o innecesario.

En el caso de Calpi, la situación se ve un poco mejor para el canal, ya que, aunque también hay bastantes respuestas neutras (en este caso fueron 68 personas), hay una mayor proporción de gente que lo valora bien: 38 personas lo ven de forma positiva y otras 8 lo consideran muy positivo, lo que podría indicar que ahí Puruwa TV ha logrado una conexión más fuerte con los vecinos. Sin embargo, también hay 8 personas que lo ven de forma negativa, lo que sugiere que, aunque el canal ha ganado cierto terreno, todavía hay quienes no se sienten representados o no conectan con lo que el canal ofrece.

Ahora bien, cuando se mira lo que pasa en San Juan, la situación cambia bastante, porque ahí el número de personas que no tienen una opinión definida sigue siendo alto (76 personas), pero además hay menos personas que valoran al canal de forma positiva (solo 18) o muy positiva (12), y lo más llamativo es que 20 personas sí dijeron tener una opinión negativa, lo cual es un número alto si se lo compara con las otras parroquias.

Esto podría significar que, en San Juan, Puruwa TV no ha logrado enganchar con la comunidad de la misma manera, tal vez porque su contenido no refleja lo que la gente de ahí espera, o porque simplemente no se sienten representados por la programación que se transmite.

Entonces, lo que estos resultados dejan ver es que, aunque Puruwa TV sí es un medio reconocido y tiene presencia en las distintas parroquias, su impacto real en la forma en que la gente lo ve y se relaciona con él todavía es muy variable y depende mucho de cada zona.

La gran cantidad de respuestas neutras puede estar mostrando una especie de desconexión con parte del público, por lo que sería importante pensar en nuevas formas de acercarse a la comunidad, entender mejor qué espera la gente y fortalecer los lazos con quienes todavía no sienten que el canal les habla directamente o los incluye.

#### ***4.1.3 Aporte del objeto de estudio a la comunidad***

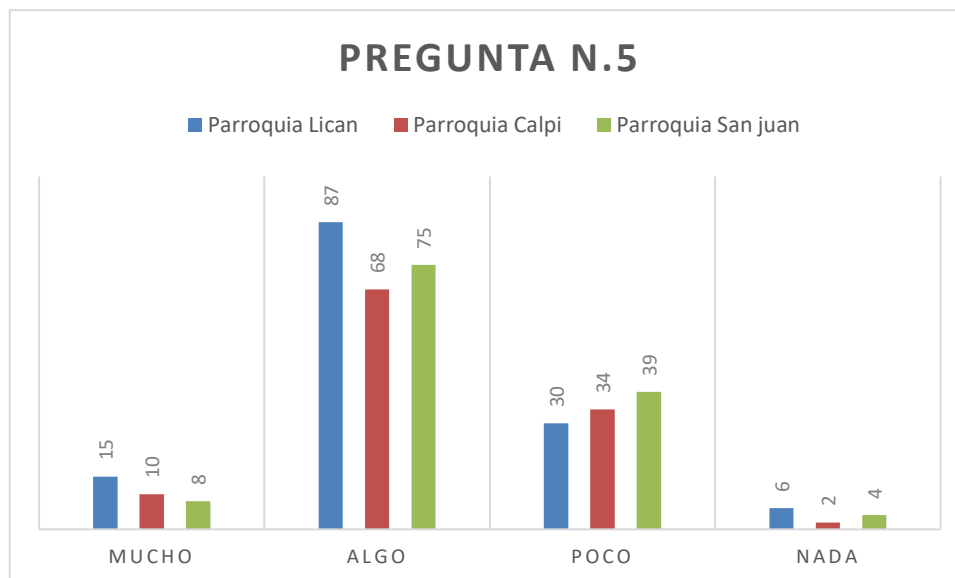
**Pregunta N. 5 Desde su perspectiva, ¿Cuánto ha aportado al fortalecimiento cultural de la comunidad el medio Puruwa tv?**

***Tabla 7***

| <b>Pregunta N. 5</b> |                        |                        |                           |                   |
|----------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------|
|                      | <b>Parroquia Licán</b> | <b>Parroquia Calpi</b> | <b>Parroquia San Juan</b> | <b>Suma total</b> |
| Mucho                | 15                     | 10                     | 8                         |                   |
| Algo                 | 87                     | 68                     | 75                        |                   |
| Poco                 | 30                     | 34                     | 39                        |                   |
| Nada                 | 6                      | 2                      | 4                         |                   |
| <b>Total</b>         | 138                    | 114                    | 126                       | <b>378</b>        |
| <b>Frecuencia</b>    | 37%                    | 30%                    | 33%                       | <b>100%</b>       |

**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis e Interpretación**

En la parroquia Licán, la mayoría de las personas encuestadas, unas 87, opinó que Puruwa TV ha contribuido "algo" al fortalecimiento de la cultura, lo que deja ver que hay una percepción moderada del impacto que el canal tiene en ese aspecto, es decir, no lo ven como algo que haya transformado por completo la identidad cultural, pero sí reconocen que ha tenido cierto papel. Por otro lado, hubo 30 personas que dijeron que el aporte ha sido "poco", lo que marca una visión algo más escéptica sobre el rol del canal en ese ámbito.

Mientras que solo 15 personas sintieron que el medio ha influido “mucho”, que si bien es una minoría, muestra que hay ciertos sectores que sí lo ven como un referente importante para la cultura local. También hay que decir que 6 personas consideraron que Puruwa TV no ha contribuido “nada” a la identidad cultural, lo cual, aunque es una cifra baja, señala que todavía hay quienes no sienten ninguna conexión cultural con lo que el medio transmite.

En Calpi, la situación no cambia demasiado, ya que también un buen grupo 68 personas señaló que el medio ha contribuido "algo", mientras que 34 creen que su impacto ha sido "poco". En esta parroquia, apenas 10 personas afirmaron que el canal ha tenido un aporte importante o fuerte en la parte cultural, lo cual es menor si se lo compara con Licán, pero al mismo tiempo solo 2 personas dijeron que no ha hecho ningún aporte, lo cual es positivo porque indica que el rechazo o la indiferencia es más baja. Todo esto muestra que,

si bien Puruwa TV es visto como un actor que participa en el aspecto cultural, aún no logra consolidarse como un pilar fuerte que realmente influya de forma directa en cómo la comunidad vive o valora su identidad cultural.

En San Juan, en cambio, se nota un panorama más marcado hacia la idea de que el impacto del canal ha sido limitado. Aunque 75 personas también respondieron que ha aportado “algo”, hay un número más alto que en las otras parroquias —39 personas— que piensa que su aporte ha sido "poco", lo que ya marca una percepción más distante o menos entusiasta frente a lo que el medio ofrece.

Además, solo 8 personas dijeron que el canal ha tenido un impacto fuerte, lo cual es la cifra más baja entre las tres parroquias, y hubo 4 que opinaron que no ha contribuido en nada. Este resultado puede estar diciendo que, en San Juan, Puruwa TV necesita trabajar más en conectar su contenido con las costumbres, tradiciones y expresiones culturales propias de la zona, quizás revisando el tipo de programación, la cercanía con la comunidad o la forma en que se representa la identidad local.

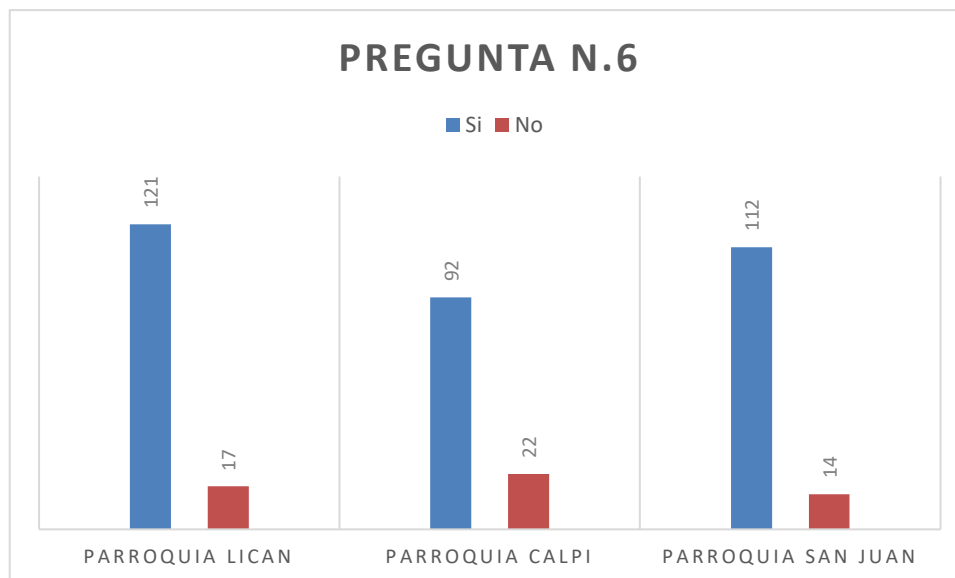
**Pregunta N. 6 ¿Considera que los programas de Puruwa TV apoyan el trabajo que realizan los habitantes de esta localidad?**

**Tabla 8**

| <b>Pregunta N.6</b> |                        |                        |                           |                   |
|---------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------|
|                     | <b>Parroquia Licán</b> | <b>Parroquia Calpi</b> | <b>Parroquia San Juan</b> | <b>Suma total</b> |
| Si                  | 121                    | 92                     | 112                       |                   |
| No                  | 17                     | 22                     | 14                        |                   |
| <b>Total</b>        | 138                    | 114                    | 126                       | <b>378</b>        |
| <b>Frecuencia</b>   | 37%                    | 30%                    | 33%                       | <b>100%</b>       |

**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora

### e Interpretación

A partir de las respuestas obtenidas en la encuesta, se puede ver que la mayoría de las personas reconoce que Puruwa TV sí ha tenido una participación positiva dentro de la comunidad, especialmente en lo que tiene que ver con apoyar las actividades locales, aunque ese reconocimiento no se da con la misma intensidad en todas las parroquias, ya que hay diferencias dependiendo del lugar.

Por ejemplo, en Licán, 121 personas dijeron que sienten que la programación del canal les ayuda o les facilita sus tareas dentro de la comunidad, lo que sugiere que hay una conexión clara entre lo que transmite el medio y la vida diaria de los habitantes, pero también hubo 17 personas que dijeron no sentirse representadas por lo que el canal muestra, lo cual señala que, aunque el canal está presente y es útil para muchos, todavía hay quienes no se ven reflejados del todo.

En el caso de Calpi, aunque también hay una buena cantidad de personas que reconocen el trabajo de Puruwa TV (en total 92), el número es un poco más bajo si se compara con Licán, y además, 22 personas respondieron que no consideran que el canal tenga un papel relevante en las actividades de su comunidad, lo que puede deberse a distintas razones como la cobertura del canal, los temas que se tratan en la programación o la representación de ciertos sectores que quizás no se sienten incluidos.

Por su parte, en la parroquia San Juan se registró un resultado un poco más balanceado, ya que 112 personas respondieron de forma afirmativa, reconociendo que el canal tiene un aporte al quehacer comunitario, mientras que 14 no lo perciben así, lo que quiere decir que, aunque la mayoría tiene una buena percepción del medio, todavía queda una parte de la población que no siente que la programación esté realmente conectada con su realidad, en especial con las actividades laborales o cotidianas que son parte importante de su vida.

#### 4.1.4 Alineación política

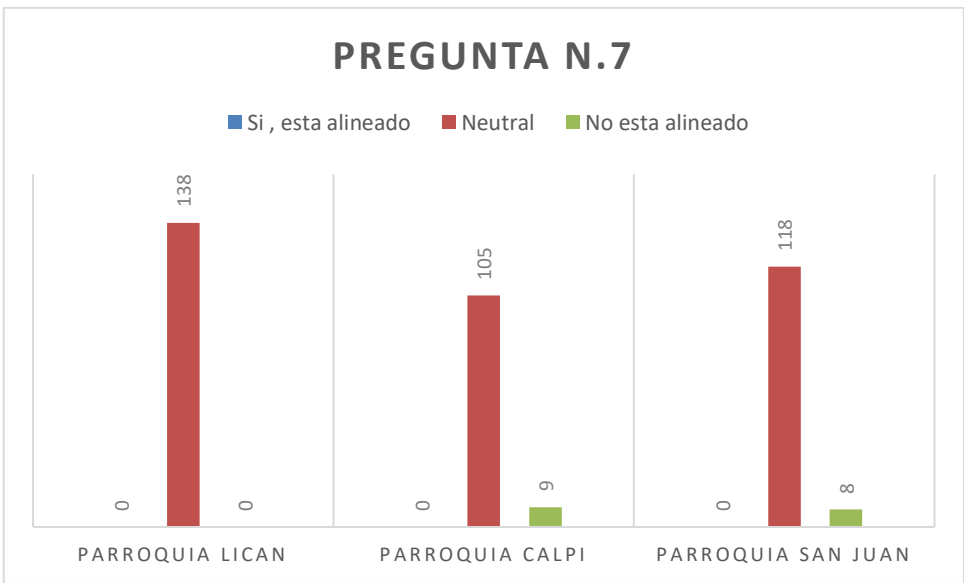
#### Pregunta N.7 ¿Usted cree que el medio esta alineado a una ideología política?

Tabla 9

| Pregunta N.7      |                 |                 |                    |             |
|-------------------|-----------------|-----------------|--------------------|-------------|
|                   | Parroquia Licán | Parroquia Calpi | Parroquia San Juan | Suma total  |
| Si, esta alineado | 0               | 0               | 0                  |             |
| Neutral           | 138             | 105             | 118                |             |
| No esta alineado  | 0               | 9               | 8                  |             |
| <b>Total</b>      | 138             | 114             | 126                | <b>378</b>  |
| <b>Frecuencia</b> | 37%             | 30%             | 33%                | <b>100%</b> |

Fuente: Resultados de encuesta

Elaborado por: Autora



Fuente: Resultados de encuesta

Elaborado por: Autora

## **Análisis e Interpretación**

Las respuestas dadas por las personas encuestadas muestran que en la parroquia Licán, todas las 138 personas que participaron señalaron una postura “neutral” respecto a si Puruwa TV tiene alguna inclinación política, lo que puede interpretarse de dos formas distintas.

Por un lado, esto podría significar que el canal mantiene una línea editorial independiente y que no está vinculado a ninguna corriente política; pero, por otro lado, también podría ser una señal de que su contenido no genera suficiente claridad o impacto como para que las personas se formen una opinión clara al respecto, lo que deja en evidencia una especie de distancia o indiferencia sobre ese tema por parte de la audiencia.

En el caso de las parroquias Calpi y San Juan, la mayoría de las personas también manifestó que no ven al medio como un canal que esté ligado a intereses políticos, ya que 105 personas en Calpi y 118 en San Juan afirmaron que, según su percepción, Puruwa TV no tiene inclinación política y que su contenido es imparcial en ese sentido, lo cual refuerza la idea de que el medio se mantiene al margen de los discursos o influencias partidistas.

Sin embargo, también hay un pequeño grupo (9 personas en Calpi y 8 en San Juan) que mencionó que el medio no tiene ninguna vinculación política, aunque esta frase puede parecer contradictoria, ya que en el fondo coincide con la mayoría que también ve al canal como independiente.

### ***4.1.5 Ámbito religioso***

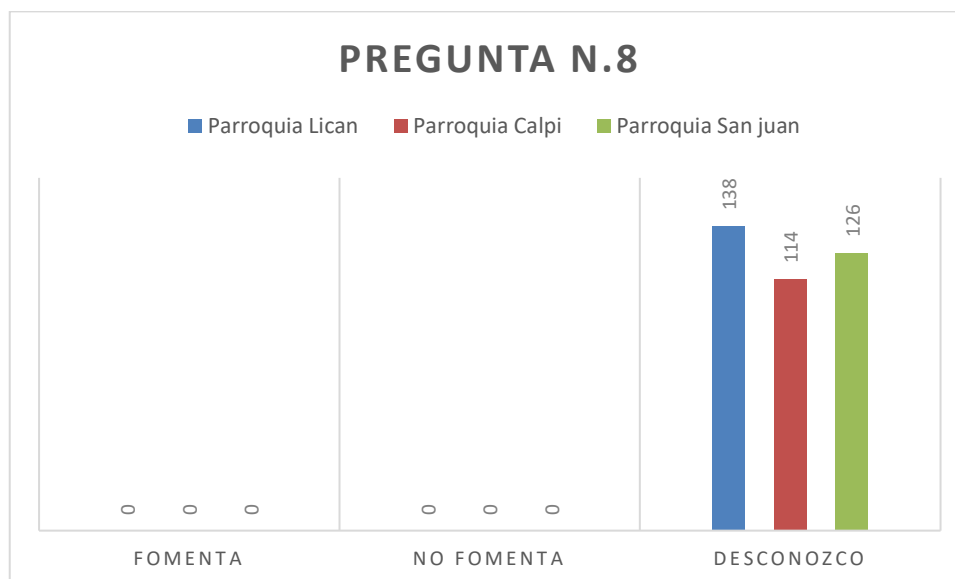
#### **Pregunta N.8 ¿Crees que Puruwa TV fomenta valores religiosos?**

**Tabla 10**

| <b>Pregunta N.8</b> |                        |                        |                           |                   |
|---------------------|------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------|
|                     | <b>Parroquia Licán</b> | <b>Parroquia Calpi</b> | <b>Parroquia San Juan</b> | <b>Suma total</b> |
| Fomenta             | 0                      | 0                      | 0                         |                   |
| No fomenta          | 0                      | 0                      | 0                         |                   |
| Desconozco          | 138                    | 114                    | 126                       |                   |
| <b>Total</b>        | 138                    | 114                    | 126                       | <b>378</b>        |
| <b>Frecuencia</b>   | 37%                    | 30%                    | 33%                       | <b>100%</b>       |

**Fuente:** Resultados de encuesta

**Elaborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de entrevista

**Elaborado por:** Autora

### **Análisis e Interpretación**

En la parroquia Licán, todas las 138 personas encuestadas eligieron la opción “desconozco” cuando se les preguntó si el canal promueve valores religiosos, lo que deja ver que no hay una percepción clara ni definida sobre si Puruwa TV tiene algún tipo de contenido o postura en relación con temas religiosos, y este mismo patrón se repite en Calpi, donde 114 personas también dijeron no tener conocimiento al respecto, así como en San Juan, donde 126 personas respondieron de la misma manera, lo que confirma una tendencia bastante clara: la mayoría de la gente, en las tres parroquias, no asocia al canal con la promoción de valores religiosos ni con programas que aborden esa temática de forma directa o evidente.

Esto podría explicarse de dos maneras; por un lado, es posible que Puruwa TV simplemente no tenga dentro de su programación ningún contenido que esté relacionado con religión o que haga énfasis en valores religiosos, y por lo tanto, la gente no lo percibe como un medio que toque esos temas.

Por otro lado, también puede que la forma en que se presentan los contenidos sea tan general o tan neutral que no genera en la audiencia la sensación de que hay un mensaje

religioso detrás, lo cual refuerza la idea de que, al menos durante el periodo en que se realizó este estudio, el canal no ha logrado transmitir o posicionar de forma clara una postura relacionada con lo espiritual o lo religioso ante su comunidad.

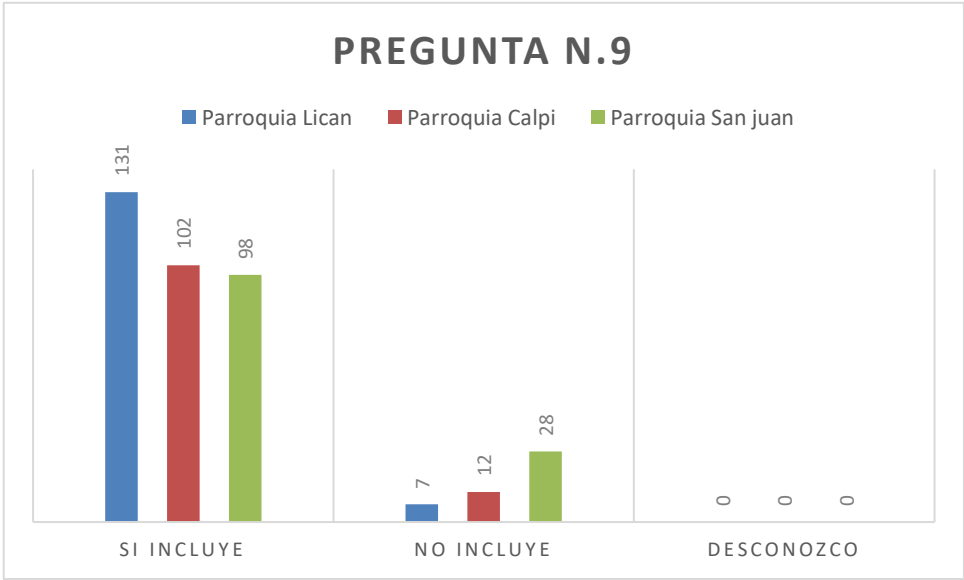
#### 4.1.6 Relación del medio con el cuidado medioambiental

**Pregunta N.9 ¿Crees que Puruwa TV incluye temas sobre reciclaje y cuidado ambiental?**

Tabla 11

| Pregunta N.9      |                 |                 |                    |             |
|-------------------|-----------------|-----------------|--------------------|-------------|
|                   | Parroquia Licán | Parroquia Calpi | Parroquia San Juan | Suma total  |
| Si incluye        | 131             | 102             | 98                 |             |
| No incluye        | 7               | 12              | 28                 |             |
| Desconozco        | 0               | 0               | 0                  |             |
| <b>Total</b>      | 138             | 114             | 126                | <b>378</b>  |
| <b>Frecuencia</b> | 37%             | 30%             | 33%                | <b>100%</b> |

**Fuente:** Resultados de encuesta  
**laborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de encuesta  
**Elaborado por:** Autora

#### Análisis e Interpretación

En la parroquia de Licán, una gran mayoría de personas (131 en total) respondió que sí ha notado que Puruwa TV incluye dentro de su programación temas relacionados con el

reciclaje y el cuidado del medio ambiente, lo que da a entender que el canal ha logrado insertar de manera efectiva mensajes que promueven la conciencia ambiental entre su audiencia, y si bien solo 7 personas dijeron que no han visto estos temas reflejados, la diferencia entre ambas cifras muestra que la percepción positiva es bastante fuerte en esa comunidad.

En el caso de Calpi, la tendencia se mantiene similar, aunque el número de respuestas afirmativas es un poco bajo (con 102 personas) que aseguran que el canal sí trata estos temas, mientras que 12 dicen que no, lo cual podría insinuar que, aunque la mayoría sigue reconociendo la presencia de contenidos ambientales, quizás no son tan visibles o frecuentes como en Licán, aunque tampoco se trata de una gran diferencia.

En San Juan, la situación cambia un poco más, ya que aunque 98 personas respondieron que sí se incluyen temas de reciclaje y cuidado del medio ambiente, hay un número más elevado —28 personas— que consideran que estos temas no están presentes en la programación, lo cual hace pensar que en esta parroquia en particular hay una percepción menos clara o una conexión más débil con este tipo de contenido, lo que podría deberse a la forma en que se presenta o a la frecuencia con la que se abordan estos asuntos.

Un detalle interesante y que se repite en las tres parroquias es que nadie respondió “desconozco”, lo que demuestra que la mayoría de los encuestados tiene una idea clara sobre si Puruwa TV toca o no temas ambientales, lo que también indica que, en mayor o menor medida, estas temáticas no pasan desapercibidas.

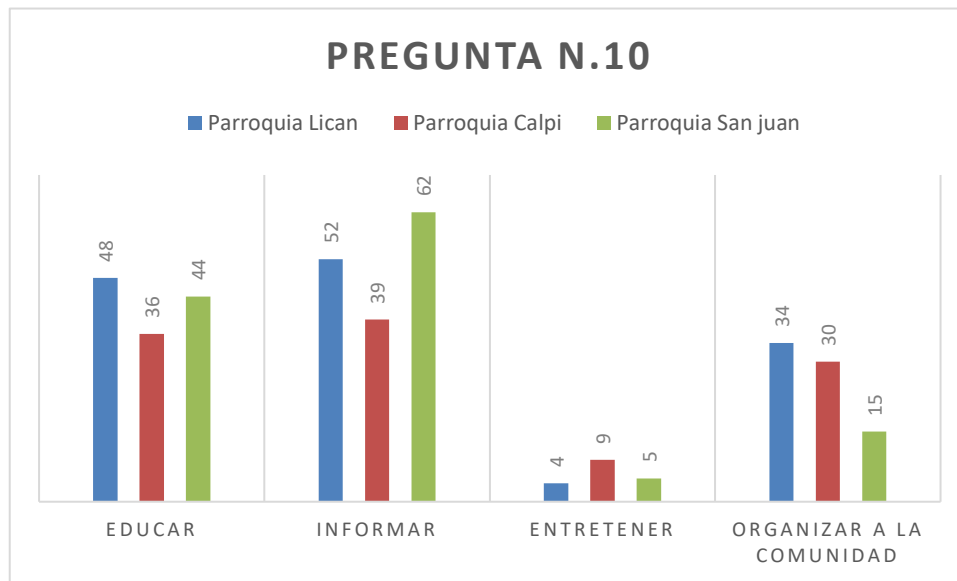
#### ***4.1.7 Relación del medio con la comunidad***

#### **Pregunta N.10 ¿Qué papel debe cumplir un medio comunitario?**

***Tabla 12***

| <b>Pregunta N.10</b>     |                            |                            |                           |                   |
|--------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------|-------------------|
|                          | <b>Parroquia<br/>Licán</b> | <b>Parroquia<br/>Calpi</b> | <b>Parroquia San Juan</b> | <b>Suma total</b> |
| Educar                   | 48                         | 36                         | 44                        |                   |
| Informar                 | 52                         | 39                         | 62                        |                   |
| Entretener               | 4                          | 9                          | 5                         |                   |
| Organizar a la comunidad | 34                         | 30                         | 15                        |                   |
| <b>Total</b>             | 138                        | 114                        | 126                       | <b>378</b>        |
| <b>Frecuencia</b>        | 37%                        | 30%                        | 33%                       | <b>100%</b>       |

**Fuente:** Resultados de encuesta  
**Elaborado por:** Autora



**Fuente:** Resultados de encuesta  
**Elaborado por:** Autora

### **Análisis e Interpretación**

En la parroquia Licán, la mayoría de las personas que participaron en la encuesta dijeron que, desde su punto de vista, lo más importante que debería hacer un medio comunitario es dar información y ayudar a educar, ya que 52 personas eligieron la opción de informar y 48 la de educar, lo que da a entender que para los habitantes de esta zona es muy valioso contar con un medio que les dé datos útiles y conocimientos que puedan servirles en su vida diaria.

Lo cual también deja ver que hay una necesidad real de estar bien informados y de tener acceso a contenidos educativos que les ayuden a mejorar como personas y como comunidad. En cuanto a la idea de que el medio también pueda servir para unir o organizar a la gente del lugar, hubo 34 personas que dijeron que sí, que también es importante, aunque no tanto como lo anterior, y por otro lado, solo 4 personas mencionaron que el medio debería centrarse en entretener, lo que muestra que en esta parroquia hay una preferencia clara por programas que enseñen o informen en vez de los que solo buscan hacer reír o distraer.

En Calpi pasó algo muy parecido, ya que 39 personas dijeron que el medio debe informar y 36 que debe educar, lo que nos muestra que los vecinos de esta parroquia también piensan que esas son las funciones más importantes, y aunque 30 personas también creen que el medio puede ayudar a organizar a la comunidad, eso quedó un poco más atrás en las prioridades, mientras que 9 personas dijeron que lo ideal sería que el canal ofreciera entretenimiento, lo cual es un poco más que en Licán pero no cambia mucho el panorama general, porque en ambos lugares se nota que la gente prefiere contenidos que les sirvan para aprender o estar bien informados, por encima de los que solo buscan divertirse.

Ya en San Juan, esta preferencia por la información es todavía más fuerte, ya que 62 personas eligieron esa opción como la principal, lo que deja claro que en esta parroquia hay un interés grande por recibir datos útiles y actualizados, además de que 44 personas también destacaron que la educación es clave, lo que sigue demostrando que la comunidad quiere que el medio los ayude a aprender.

En cuanto al entretenimiento, solo 5 personas lo mencionaron, lo que confirma que este tipo de contenidos no son tan importantes para la mayoría, mientras que la opción de organizar a la comunidad tuvo apenas 15 votos, lo que puede querer decir que en este lugar no se siente tan necesario que el canal promueva actividades colectivas o espacios de unión, o al menos no tanto como el acceso a información y educación.

## 4.2 Resultados de las entrevistas realizadas

### 4.2.1 Entrevista realizada a directivos del medio de comunicación comunitario Puruwa Tv:

- César Mendoza, director de comunicación de Puruwa Tv en la ciudad de Riobamba

### 4.2.2 Matriz de entrevista

**Tabla 13**

Matriz de entrevista

| Pregunta                                             | Respuesta de Cesar Mendoza                                                      | Análisis                                                                               |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Cuál considera que es la percepción que tiene en su | Señala que la audiencia tiene una percepción favorable del canal, destacando su | La audiencia percibe positivamente la programación de Puruwa TV, ya que responde a sus |

|                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>audiencia la programación de Puruwa TV?</b>                                                                        | importancia como medio alternativo que promueve la inclusión y representa la realidad local                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | necesidades informativas y culturales. Su enfoque inclusivo y la representación de diversas identidades culturales son clave en su aceptación y reconocimiento.                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>¿Qué estrategias de comunicación han recibido el apoyo de la población?</b>                                        | La cercanía con la audiencia y la adaptación a sus necesidades han sido claves. La comunidad participa activamente en la programación, sugiriendo cambios y proponiendo actividades, lo que fortalece la relación con el canal.                                                                                                                                                                 | Las estrategias más apoyadas priorizan la interacción, la identidad cultural y la inclusión. La participación ciudadana en la creación de contenidos y la apertura a nuevas voces consolidan el vínculo entre el medio y su audiencia.                                                                                                                                                           |
| <b>¿Cómo evalúa la participación ciudadana en los programas y actividades del medio?</b>                              | La ciudadanía no solo es una audiencia pasiva, sino un actor clave en la evaluación y desarrollo de contenidos. Aunque el canal informa y entretiene, el aporte ciudadano sigue siendo crucial para garantizar que la programación responda a las necesidades de la comunidad. Puruwa TV valora la retroalimentación para mejorar su labor e impacto.                                           | La participación ciudadana en Puruwa TV no se limita al consumo de contenidos, sino que también implica un involucramiento en la orientación del medio. Existe un modelo de comunicación bidireccional donde la opinión de la comunidad es valorada, lo que fortalece el vínculo entre el canal y su público, permitiéndole adaptarse a los cambios tecnológicos.                                |
| <b>¿Qué herramientas o métodos utilizan para medir la percepción del medio en la comunidad?</b>                       | Puruwa TV trabaja con una empresa en Ambato que realiza evaluaciones periódicas, lo que permite un análisis estructurado del alcance y recepción del canal. Además, al haber sido concesionado a nivel regional, ha ampliado su cobertura en Chimborazo y Cotopaxi. La medición de audiencia es clave para conocer la sintonía del canal y fortalecer su sostenibilidad mediante la publicidad. | Puruwa TV emplea una combinación de estrategias formales y métodos interactivos para medir su impacto. Su enfoque integra evaluaciones profesionales con mecanismos accesibles que involucran activamente a la audiencia. Esta diversidad en la medición permite un análisis tanto cuantitativo como cualitativo, asegurando una adaptación constante del medio a las necesidades de su público. |
| <b>¿Qué desafíos ha enfrentado Puruwa TV en términos de conexión y relevancia con la población local?</b>             | La migración de la audiencia a plataformas digitales ha reducido el consumo de televisión abierta. El acceso a internet y el uso de teléfonos móviles han cambiado los hábitos de consumo, aunque aún existe un segmento de la población que sigue viendo televisión de manera incidental.                                                                                                      | Puruwa TV enfrenta el desafío de competir con plataformas digitales y captar la atención de una audiencia que prioriza lo inmediato y lo impactante. Debe innovar en su programación sin perder su identidad intercultural, buscando estrategias para mantenerse relevante en la comunidad.                                                                                                      |
| <b>¿Qué acciones han tomado para fortalecer el vínculo con comunidades indígenas y otros sectores de la sociedad?</b> | Puruwa TV mantiene contacto con parroquias y comunidades, destinando un espacio semanal para que difundan su información. Además, trabaja en conjunto con autoridades locales, facilitando un puente                                                                                                                                                                                            | Puruwa TV fomenta la participación activa de las comunidades indígenas y otros sectores, actuando como un canal inclusivo e intercultural. Su estrategia fortalece la representación social y la identidad cultural en la región.                                                                                                                                                                |

|                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                    | entre la comunidad y el gobierno.                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>¿Cómo se promueve la inclusión y diversidad en los contenidos y en la plantilla de colaboradores del medio?</b>                                 | Puruwa TV aplica la inclusión en la práctica, integrando personas con discapacidad en su equipo. Además, cuenta con programación especial para sectores vulnerables, visibilizando sus problemáticas y derechos.                                            | Puruwa TV promueve la inclusión y diversidad tanto en su equipo como en su programación. Su enfoque intercultural y social garantiza representación, participación activa y la preservación del kichwa, consolidándose como un medio integrador.                     |
| <b>¿Qué innovaciones tecnológicas o digitales han adoptado recientemente para ampliar su alcance y mejorar la experiencia de los usuarios?</b>     | Puruwa TV ha integrado nuevas plataformas para adaptarse a la migración de la audiencia hacia entornos digitales. Ha expandido su programación a YouTube y la red social X, asegurando accesibilidad en distintos dispositivos y lugares.                   | Puruwa TV ha adoptado herramientas digitales para mantenerse relevante en el entorno mediático actual. La expansión a plataformas en línea y redes sociales ha ampliado su alcance y mejorado la interacción con los usuarios, consolidando su presencia digital.    |
| <b>¿Qué aspectos de la propuesta informativa de Puruwa TV deben reforzarse para lograr un mayor reconocimiento en el público al que se dirige?</b> | Puruwa TV trabaja constantemente en mejorar su propuesta informativa, con énfasis en ofrecer contenido más exclusivo y de última hora. Reconoce el impacto de la crónica roja, pero busca diversificar su programación para abarcar otros temas relevantes. | Puruwa TV debe equilibrar inmediatez y profundidad en sus noticias. La oferta informativa debe responder a la demanda de información rápida y exclusiva, pero también garantizar un tratamiento periodístico riguroso que refuerce su credibilidad y reconocimiento. |
| <b>¿Cree que ha existido otro medio comunitario aparte de Puruwa TV o es el único en la ciudad de Riobamba?</b>                                    | Puruwa TV es el único medio comunitario televisivo en Riobamba. Aunque existen radios comunitarias, no hay otro canal en el formato televisivo, lo que otorga al canal una posición única y una gran responsabilidad.                                       | Puruwa TV ocupa un espacio exclusivo en Riobamba y Chimborazo, lo que le permite desempeñar un papel clave en la comunicación comunitaria. Sin embargo, su sostenibilidad y crecimiento dependen de su relevancia continua y del apoyo institucional.                |

**Fuente:** Resultados de entrevista

**Elaborado por:** Autora

#### ***4.2.3 Entrevista realizada a profesionales en el área de comunicación:***

- Manuela Cují, periodista de ERPE
- Jorge Guachamin, secretario de CORAPE

#### 4.2.4 Matriz de entrevista

**Tabla 14**

Matriz de entrevista

| Pregunta                                                                                                                                                   | Respuesta de Manuela Cují                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Respuesta de Jorge Guachamin                                                                                                                                                                                                                                                                       | Análisis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>¿Qué características considera esenciales para que un medio comunitario como Puruwa TV se ha percibido como confiable y relevante por su audiencia?</b> | Puruwa TV debe estar enraizado en la comunidad, participando en luchas locales y defendiendo derechos, llevando contenido a lugares sin acceso a internet o televisión. La independencia financiera y el lenguaje accesible son claves para conectar genuinamente con la audiencia, especialmente con las comunidades indígenas.                 | La comunicación comunitaria se basa en identificar necesidades colectivas, generar contenidos que reflejen las realidades locales y promover la participación de la comunidad en la producción del mensaje.                                                                                        | La confianza y relevancia de Puruwa TV se derivan de su conexión directa con la comunidad, su independencia y enfoque en la unidad y la acción colectiva. La interacción constante y la representación de los intereses locales son esenciales para consolidar su rol en la sociedad.                                                     |
| <b>¿Cómo evalúa el papel de Puruwa TV en la promoción de la identidad cultural y la inclusión social en Riobamba?</b>                                      | Puruwa TV juega un papel crucial en la preservación de la identidad cultural, transmitiendo festividades y tradiciones locales como el Pawkar Raymi, educando sobre el respeto por la Madre Tierra y el idioma ancestral, contribuyendo a la perdurabilidad de las costumbres y valores culturales, especialmente entre las nuevas generaciones. | Se destaca la importancia de incluir contenidos interculturales en los medios como forma de reconocer la diversidad cultural, evaluando su compromiso mediante el porcentaje de programación dedicada a estos temas, especialmente tras la eliminación del mínimo legal anteriormente establecido. | Ambos entrevistados coinciden en que Puruwa TV es clave para preservar la identidad cultural local, promoviendo el respeto por las tradiciones y el idioma. El canal también juega un papel fundamental en la inclusión social, siendo un puente entre la comunidad y las autoridades, lo que refuerza su relevancia dentro de la región. |
| <b>¿Cuál cree que son los valores principales de un medio comunitario?</b>                                                                                 | Los valores esenciales de un medio comunitario se basan en el compromiso con la comunidad, defendiendo sus intereses sin priorizar el beneficio económico. Puruwa TV destaca por su enfoque en evitar publicidad comercial dañina, como la de bebidas alcohólicas, y su lenguaje accesible que permite conectar con diferentes sectores          | Los medios comunitarios comparten los mismos valores que los demás medios, como el acceso a la información y la participación ciudadana, diferenciándose únicamente por su estrecha relación con la comunidad.                                                                                     | Ambos entrevistados coinciden en que los medios comunitarios deben anteponer los intereses colectivos a los comerciales, defendiendo los derechos y necesidades de las comunidades vulnerables. También destacan la importancia de un lenguaje cercano y accesible que promueva la inclusión y cohesión social, además de un              |

|                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                               | sociales, garantizando que todas las voces, especialmente las más vulnerables, sean escuchadas.                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                | impacto positivo en la identidad colectiva.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>¿Cree que existió otro medio comunitario aparte de Puruwa TV o es el único que hay en Riobamba?</b>                        | Puruwa TV es el único canal comunitario en la provincia de Chimborazo que mantiene un contacto constante y directo con la audiencia local, destacándose por su capacidad para ofrecer programación adaptada a las necesidades de la comunidad. Aunque existen otras iniciativas como las escuelas radiofónicas, Puruwa TV ocupa una posición única en la región. | Puruwa TV es el único medio comunitario en Riobamba, y aunque existen 57 a nivel nacional, se plantea la necesidad de revisar los criterios de reconocimiento, priorizando la programación y el vínculo comunitario más allá del tipo de licencia.                             | Ambos entrevistados coinciden en que Puruwa TV es único en su rol como canal comunitario en Chimborazo. Manuela Cují resalta su contacto directo con la audiencia, mientras que Jorge Guachamin pone en perspectiva el crecimiento y el impacto de los medios comunitarios a nivel regional, especialmente en el contexto histórico de la comunicación popular. |
| <b>¿Creen que un medio comunitario representa una ideología política?</b>                                                     | Manuela Cují afirma que un medio comunitario no debe estar asociado con ninguna ideología política ni con partidos, y su principal labor debe ser difundir contenidos que favorezcan a la sociedad sin sesgo partidista, manteniendo su independencia e imparcialidad.                                                                                           | Los medios deben tener una línea editorial clara y transparente, basada en principios éticos, fomentando el diálogo plural y la diversidad de opiniones como parte de su responsabilidad democrática.                                                                          | Ambos entrevistados coinciden en que los medios comunitarios deben mantenerse independientes de cualquier ideología política, aunque pueden tratar temas políticos relevantes desde una perspectiva inclusiva, sin vincularse a partidos ni influencias externas. La misión principal es servir a la comunidad.                                                 |
| <b>¿Deben los medios comunitarios competir con otras opciones de comunicación masiva o digital?</b>                           | Manuela Cují destaca que los medios comunitarios deben adaptarse a los avances tecnológicos y aprovechar plataformas digitales como Facebook y YouTube para mantener su relevancia y ampliar su audiencia. La competencia no es con los medios masivos, sino con la evolución tecnológica que exige constante actualización.                                     | Los medios comunitarios se están adaptando al entorno digital con nuevas formas de comunicación, pero esta transformación revela vacíos legales, ya que la normativa vigente no regula los medios en internet ni exige estándares mínimos de veracidad o estructura editorial. | Ambos coinciden en que la competencia con los medios masivos no es necesaria. Manuela Cují sugiere que los medios comunitarios deben adaptarse a la tecnología para ser más relevantes, mientras que Jorge Guachamin destaca que su principal enfoque debe ser la eficiencia dentro de su comunidad y su propio nicho.                                          |
| <b>¿Cómo pueden los medios comunitarios como Puruwa TV medir y analizar de manera efectiva su percepción en la audiencia?</b> | Manuela Cují sugiere utilizar sondeos de audiencia directos para interactuar con las comunidades, recopilando información sobre preferencias,                                                                                                                                                                                                                    | Jorge Guachamin propone un enfoque centrado en el impacto social, midiendo el éxito no solo por la cantidad de audiencia, sino también por la capacidad                                                                                                                        | Se coinciden en que es crucial conocer las necesidades de la audiencia, pero con enfoques distintos en cuanto a la medición y análisis.                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                            | horarios y necesidades, lo que permite ajustar la programación a los intereses de la audiencia.                                                                                                                                                                                            | del medio para generar respuestas o soluciones a los problemas comunitarios.                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>¿Cómo puede un medio comunitario equilibrar su presencia en plataformas tradicionales y digitales?</b>                  | Manuela Cuji resalta la necesidad de adaptar su contenido tanto a plataformas tradicionales como digitales para mantener una conexión constante con la audiencia. Asegura que las plataformas digitales permiten una mayor interacción, lo que permite que el medio siga siendo relevante. | Jorge Guachamin enfatiza que el equilibrio se logra a través de la confianza y el respeto hacia la audiencia. Un medio comunitario debe mantener su autenticidad y enfoque en las realidades de la comunidad, más allá de las tendencias comerciales.                           | Ambos están de acuerdo en que la presencia en plataformas digitales es clave, pero la forma de mantener la relevancia y la conexión es distinta: uno a través de la adaptación y el otro a través de la seriedad y el respeto.                                                                                                  |
| <b>¿Qué recomendaciones le daría al equipo de Puruwa TV para fortalecer su impacto en Riobamba durante el próximo año?</b> | Manuela Cuji sugiere involucrar más a los líderes y representantes locales en los programas, lo que mejoraría la conexión con las realidades de la comunidad. Además, sugiere adaptarse a las demandas tecnológicas de las redes sociales sin perder su enfoque comunitario.               | Para fortalecer su impacto, los medios comunitarios deben tener claridad sobre su propósito, definir su rol territorial y línea editorial, y alinear sus acciones con ese objetivo, integrando estrategias de sostenibilidad, cohesión social y defensa de derechos colectivos. | Se aboga por una mayor conexión y relevancia local, pero desde diferentes perspectivas: una desde la inclusión de actores locales y la otra desde la investigación y acción.                                                                                                                                                    |
| <b>¿Cómo cree que es la percepción de la gente hacia el medio comunitario Puruwa TV?</b>                                   | Manuela Cuji destaca que Puruwa TV ha ganado la confianza de la comunidad al ofrecer espacios a representantes locales, lo que refuerza la conexión y genera un ambiente de respeto mutuo.                                                                                                 | Los medios comunitarios enfrentan el estigma de ser vistos solo como rurales o indígenas, lo que limita su reconocimiento, aunque han demostrado capacidad de crecimiento y un fuerte impacto comunicacional.                                                                   | Ambos entrevistados coinciden en que la percepción de Puruwa TV es positiva, basada en la confianza y cercanía con la comunidad. Cuji enfatiza el papel de los representantes locales en fortalecer el vínculo, mientras que Salazar se centra en la autenticidad y transparencia como pilares de la relación con la audiencia. |

**Fuente:** Resultados de entrevista

**Elaborado por:** Autora

#### 4.2.5 Entrevista catedrático área de comunicación:

- Gabriel Rojas, Profesor de comunicación. Universidad San Gregorio de Portoviejo.

**Tabla 15**

Entrevista catedrático

| Pregunta                                                                                            | Repuesta de Gabriel Rojas                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Análisis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>¿Cuál considera que es la percepción que tiene en su audiencia la programación de Puruwa TV?</b> | Gabriel Rojas menciona que los programas más influyentes son los de noticias y los de contenido cultural e intercultural, lo que resalta el valor del canal como el primer medio intercultural de Chimborazo.                                                                                                     | La gente tiene una opinión positiva sobre la programación de Puruwa TV porque responde bien a lo que buscan en cuanto a información y cultura, ya que se nota que es un canal inclusivo y que muestra diferentes formas de identidad cultural, lo que ha sido clave para que sea reconocida y bien recibida por el público.                                                                                      |
| <b>¿Qué estrategias de comunicación considera reciben el apoyo de la población?</b>                 | El bilingüismo ha sido una estrategia efectiva para conectar con sectores rurales y fortalecer la identidad cultural. También destaca la producción local y espacios como <i>Rimanakuy</i> , donde la ciudadanía puede expresarse libremente.                                                                     | Las estrategias que reciben mayor respaldo son las que ponen en primer lugar la interacción con el público, el valor de la identidad cultural y la inclusión, ya que cuando la gente puede participar en la creación de contenidos y se da espacio a nuevas voces, se fortalece la conexión entre el medio y quienes lo ven o lo escuchan.                                                                       |
| <b>¿Cómo evalúa la participación ciudadana en los programas y actividades del medio?</b>            | A pesar del avance de las redes sociales, la comunidad sigue aceptando a Puruwa TV, lo que indica que mantiene su relevancia. Aunque las nuevas plataformas digitales presentan desafíos, la confianza del público permite que el medio conserve su presencia e influencia en el entorno.                         | En Puruwa TV, la participación de la gente no se queda solo en ver o escuchar lo que se transmite, sino que también tiene un papel en cómo se dirige el canal, ya que funciona con una comunicación de doble vía donde la voz de la comunidad es tomada en cuenta, lo que hace que la relación entre el medio y su audiencia sea más fuerte y que el canal pueda ajustarse mejor a los cambios tecnológicos.     |
| <b>¿Qué herramientas o métodos utilizan para medir la percepción del medio en la comunidad?</b>     | Se utilizan encuestas, sondeos y la interacción con la audiencia en programas en vivo para obtener respuestas inmediatas y fomentar la participación. La interactividad permite a los televidentes expresar su opinión espontáneamente, reforzando el sentido de pertenencia y comunicación directa con el medio. | Puruwa TV utiliza tanto estrategias formales como métodos interactivos para saber cuál es su impacto, combinando evaluaciones técnicas con formas más cercanas y abiertas que permiten que la audiencia participe de manera activa, lo que da lugar a un análisis que no solo mide en números, sino también en calidad, y así el canal puede ir ajustándose continuamente a lo que su público necesita o espera. |

|                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>¿Qué desafíos considera enfrenta la televisión comunitaria en términos de conexión y relevancia con la población local?</b>                                | Las redes sociales y medios digitales han desplazado a los medios tradicionales. Cualquier persona puede generar contenido y captar audiencia. Además, la preferencia por contenido sensacionalista dificulta la competencia con producciones culturales o informativas. | Puruwa TV tiene como reto principal competir con los medios digitales, que atraen a un público que prefiere contenidos rápidos y llamativos, por eso necesita renovar su programación con ideas nuevas, pero sin dejar de lado su esencia intercultural, encontrando formas creativas que le permitan seguir siendo importante para su comunidad.                                            |
| <b>¿Qué acciones considera se deben tomar para fortalecer el vínculo con comunidades indígenas y otros sectores de la sociedad?</b>                           | Se ha dado mayor participación a líderes comunitarios, actores sociales y artistas indígenas, permitiendo la difusión de problemáticas, propuestas y la promoción de su cultura y tradiciones.                                                                           | Puruwa TV impulsa que las comunidades indígenas y otros grupos participen de forma activa, funcionando como un medio que incluye a todos y respeta la diversidad cultural, lo cual refuerza tanto la presencia social de estos sectores como el valor de la identidad cultural en la zona donde se transmite.                                                                                |
| <b>¿Cómo se promueve la inclusión y diversidad en los contenidos y en la plantilla de los medios comunitarios?</b>                                            | Se debe promover a los kichwa hablantes. El 80% habla kichwa y español, lo que fortalece la identidad intercultural y permite una comunicación más auténtica con la comunidad.                                                                                           | Puruwa TV impulsa la inclusión y la diversidad no solo dentro de su equipo de trabajo, sino también en los contenidos que transmite, ya que su enfoque intercultural y con compromiso social asegura que haya representación real, participación directa de la gente y que se mantenga vivo el idioma kichwa, lo que lo convierte en un medio que une a las distintas voces de la comunidad. |
| <b>¿Qué aspectos de la propuesta informativa de Puruwa TV, considera deben reforzarse para lograr un mayor reconocimiento en el público al que se dirige?</b> | Se requiere fortalecer el noticiero, mejorando la variedad y profundidad de la información. Es clave procesar, contrastar y analizar mejor las noticias para ofrecer contenido más riguroso y diferenciado de otros medios.                                              | Puruwa TV tiene que encontrar un punto medio entre dar noticias rápidas y ofrecer contenidos bien desarrollados, ya que su público espera información ágil y exclusiva, pero al mismo tiempo necesita que esa información esté bien investigada y sea confiable, lo cual es clave para que el canal mantenga su credibilidad y siga siendo valorado por la comunidad.                        |
| <b>¿Cree que ha existido otro medio comunitario aparte de Puruwa TV o es el único en la ciudad de Riobamba?</b>                                               | Puruwa TV es el único canal comunitario en Chimborazo y el segundo en Ecuador. Además, su permanencia está sujeta a renovación hasta 2025, lo que subraya la importancia de su sostenibilidad.                                                                           | Puruwa TV tiene una posición única en Riobamba y en la provincia de Chimborazo, lo que le da la oportunidad de ser un actor importante en la comunicación dentro de las comunidades, aunque para poder mantenerse y crecer en el tiempo necesita seguir siendo útil y cercano a la gente, además de contar con el respaldo de instituciones que apoyen su labor.                             |

*Nota.* Elaboración de la autora

#### 4.2.6 Tabla comparativa de Entrevista

**Tabla 16**

Tabla Comparativa

| <b>Categoría</b>                  | <b>Directivo de Puruwa TV (César Mendoza)</b>                                     | <b>Profesionales en Comunicación (Manuela Cují y Jorge Guachamin)</b>    | <b>Catedrático en Comunicación (Gabriel Rojas)</b>                         |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| <b>Percepción de la audiencia</b> | Positiva; se valora el enfoque intercultural y la representación local            | Positiva; se destaca la conexión emocional, cultural e histórica         | Positiva; los programas culturales y de noticias son los más valorados     |
| <b>Estrategias más valoradas</b>  | Participación ciudadana, identidad cultural, trabajo en conjunto con la comunidad | Participación activa, lenguaje claro, enfoque comunitario, independencia | Bilingüismo, producción local, espacios abiertos como <i>Rimanakuy</i>     |
| <b>Participación ciudadana</b>    | Activa, orientadora de la programación                                            | Fundamental; la comunidad es parte activa del mensaje                    | Participación en doble vía, aún con el desafío de las redes sociales       |
| <b>Desafíos principales</b>       | Migración a lo digital, competencia con contenido sensacionalista                 | Presión de medios digitales, necesidad de actualización tecnológica      | Preferencia del público por contenidos rápidos e impacto de redes sociales |
| <b>Propuesta informativa</b>      | Mejorar inmediatez sin sacrificar calidad; ampliar cobertura temática             | Diversificar contenidos; mejorar producción periodística                 | Reforzar noticiero con rigor, análisis y contraste                         |
| <b>Vínculo con comunidades</b>    | Espacios semanales, colaboración con autoridades locales                          | Inclusión de líderes, visibilidad de propuestas indígenas                | Inclusión de líderes y actores sociales;                                   |

|                               |                                                                               |                                                                   |                                                                         |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
|                               |                                                                               |                                                                   | difusión de cultura y problemáticas                                     |
| <b>Inclusión y diversidad</b> | Plantilla diversa (incluye personas con discapacidad), programación inclusiva | Lenguaje accesible, representación de todos los sectores sociales | 80% del equipo bilingüe; identidad cultural como eje transversal        |
| <b>Innovación digital</b>     | Uso de plataformas como YouTube, X y app móvil                                | Necesaria para conectar con jóvenes, sin perder lo comunitario    | Pionero en digitalización en la provincia; uso de transmisiones en vivo |

**Fuente:** Resultados de entrevista

**Elaborado por:** Autora

#### 4.3 Discusión de resultados

Al analizar los resultados que se obtuvieron tanto de las encuestas como de las entrevistas, se puede confirmar que Puruwa TV tiene un sitio especial dentro del ecosistema de medios de Riobamba. Se demuestra además que el medio que ha logrado un reconocimiento considerable por el simple hecho de existir, aunque todavía la forma en que las audiencias lo hacen suyo por completo muestra ciertos grados de neutralidad o cierta distancia, lo cual, si se lo observa desde el enfoque de la percepción social que explican autores como Aguirre (2019) y Contreras (2021), puede ser visto como una muestra de que la percepción tiene un comportamiento activo, selectivo y muy subjetivo, porque las personas no forman su visión del medio únicamente por ver o consumir sus contenidos, sino que suman sus propios filtros culturales, históricos, emocionales y del contexto en el que viven para darle un sentido a lo que ven.

En este sentido, se puede ver que aunque Puruwa TV ha logrado ser un referente en lo intercultural, mostrando el kichwa, las fiestas indígenas y las tradiciones locales como lo mencionan Mendoza (2025), Pasmay & Ruales (2021) y Toro et al. (2019), todavía le cuesta crear un efecto de cultivo constante como lo explica Gerbner (García, 2008; Russo, 2024), ya que la teoría del cultivo muestra que, si bien hay grupos que ven al canal como un espacio propio, otros (especialmente los jóvenes y los que viven en parroquias como San Juan) aún

no tienen ese nivel de identificación continua que ayude a formar una idea común sobre la realidad mediática, por lo que aquí se puede decir que hay un "cultivo parcial" o que apenas empieza, lo cual es al mismo tiempo un punto a favor y un reto pendiente para el canal.

Las entrevistas realizadas demostraron que la mayoría tiene una visión muy positiva del canal, ya que lo ven como un medio comunitario que realmente está comprometido con dar valor a la cultura del pueblo Puruwa, especialmente por su esfuerzo en mantener vivo el idioma kichwa, compartir contenidos educativos y abrir espacios donde la gente pueda participar, lo que hace que sea visto como un ejemplo de comunicación intercultural que da visibilidad a saberes, costumbres y voces que antes no se tomaban en cuenta, fortaleciendo así el sentido de unión dentro de los pueblos indígenas.

A pesar de estos aspectos buenos, también se notaron algunas debilidades que afectan la manera en que el canal llega al público. De este modo señala García (2008) “estos aspectos siguen siendo una de las principales la poca renovación en los programas, que muchas veces se sienten repetidos o poco atractivos, sobre todo para los jóvenes” (p. 41). Además, se señaló que la presencia del canal en medios digitales todavía es baja, lo que limita su alcance en un entorno donde la mayoría consume contenido por internet, y también se mencionó que hay problemas técnicos en la producción y que falta trabajar más con instituciones que podrían ayudar a mejorar su desarrollo.

Como respuesta a estos puntos, se recomienda que se amplíe la variedad de los programas, incluyendo contenidos nuevos, en kichwa y en español, pensados especialmente para atraer a los jóvenes, sin dejar de lado la visión intercultural que caracteriza al canal, y también se considera importante que el canal tenga más presencia en redes sociales, con contenidos cortos, visuales y fáciles de compartir, para así conectar con audiencias que se mueven más en lo digital.

Además, como lo sugiere Mendoza (2025) “sería útil ofrecer espacios de formación en comunicación comunitaria y producción de contenido, dirigidos sobre todo a jóvenes indígenas” (p. 16), lo que ayudaría no solo a mejorar la parte técnica, sino también a asegurar el futuro del canal con nuevas generaciones que puedan seguir con el proyecto, y también se sugiere buscar alianzas con escuelas, grupos culturales y organizaciones que puedan apoyar con recursos y conocimiento.

Por último, es clave que se creen formas permanentes para que las comunidades participen en la planificación y revisión de lo que se transmite, ya que, si el canal escucha activamente a su audiencia y construye sus contenidos junto con ella, se refuerza la relación con el público y Puruwa TV puede seguir creciendo como un medio comunitario activo, representativo y conectado con su cultura (Ordeñez et al., 2021).

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.2 Conclusiones**

En primer lugar, con respecto al objetivo que buscaba describir cómo se entiende la percepción dentro del campo de la comunicación comunitaria, se comprobó que el marco teórico sirvió de manera clara y firme para entender que la percepción es un proceso que no solo pasa por la mente de las personas, sino que también está influido por su cultura, sus símbolos y sus vivencias individuales. Por lo que, al revisar distintas teorías sobre comunicación, percepción social y enfoques interculturales, quedó claro que la manera en que los habitantes de Riobamba interpretan lo que ven en Puruwa TV varía bastante entre unos y otros, dependiendo principalmente de su entorno, de su historia cultural y de cuánto se sienten identificados con el canal, y gracias a esto fue posible establecer una base teórica que ayudó a interpretar los datos recogidos más adelante en el estudio.

En segundo lugar, en lo que tiene que ver con el objetivo de conocer cómo perciben los habitantes de Riobamba al medio comunitario Puruwa TV, los datos recolectados mediante entrevistas y encuestas mostraron que, en general, las comunidades rurales tienen una opinión positiva del canal. Lo valoran por su esfuerzo en mantener vivo el idioma kichwa, por compartir contenidos que muestran la interculturalidad y por darle espacio a los problemas que afectan a sus comunidades. También se notó que algunos sectores, sobre todo jóvenes y personas que viven en zonas urbanas, tienen una relación más lejana con el canal. Eso se debe a cosas como la poca presencia en redes sociales, la falta de variedad en los temas que se tratan y la escasa promoción digital, lo cual confirma que la percepción del canal no es uniforme, sino que cambia según las características sociales y culturales de cada grupo.

Por último, en cuanto al objetivo de crear un material comunicacional con propuestas para mejorar los contenidos de Puruwa TV. Se logró a través del desarrollo de un manual estratégico que plantea varias acciones concretas, como mejorar la programación, involucrar más a la comunidad en el contenido, usar mejor las plataformas digitales e incluir nuevos formatos que sean atractivos para diferentes tipos de público. Todo esto basado en lo que se descubrió durante el trabajo de campo y con la intención de corregir las debilidades encontradas, con el fin de que Puruwa TV se proyecte como un medio más fuerte, más representativo y cercano a la gente.

De esta manera, los tres objetivos planteados al inicio fueron cumplidos de forma clara y completa, permitiendo conocer a fondo cómo se percibe el canal y también generando propuestas realistas para que pueda fortalecerse su papel como medio comunitario dentro de la provincia de Chimborazo.

## **5.2 Recomendación**

- Se recomienda realizar una investigación más amplia en las demás parroquias que tiene Riobamba para conocer el punto de vista y la percepción de la ciudadanía hacia el medio comunitario.
- Es necesario realizar un análisis de contenido sobre los contenidos que está emitiendo el medio comunitario Puruwa tv durante este 2025 para ver si ha cambiado en algunos aspectos o no el punto de vista de las personas.
- Realizar estudiosos de casos enfocados en los medios comunitarios en Ecuador debido a la ausencia de investigaciones científicas similares a este tema con el objetivo de enriquecer las próximas indagaciones académicas.

## **CAPÍTULO VI. PROPUESTA**

### **Desarrollo del manual de estrategias de comunicación y mejoramiento de contenido de Puruwa Tv.**

#### **6.1 Introducción**

El presente manual nace como una propuesta completa que busca reforzar su papel como medio comunitario e intercultural en la provincia de Chimborazo, tomando como punto de partida el análisis sobre cómo la audiencia de Riobamba percibe su programación, su alcance y el grado en que se siente representada, y considerando los retos actuales que tiene el canal frente a los cambios digitales, la fragmentación de públicos y la necesidad de acercarse más a los jóvenes y a quienes viven en sectores urbanos, se plantean aquí acciones concretas para mejorar tanto la calidad técnica como la narrativa de los contenidos, asegurar que la comunidad participe activamente y fortalecer su presencia en plataformas digitales.

A partir de los datos recogidos en encuestas y entrevistas con personas clave del entorno, se organiza una hoja de ruta que combina principios de comunicación, estrategias que incluyan a todos y herramientas tecnológicas enfocadas en que el canal crezca de forma institucional, con el objetivo principal de convertir a Puruwa TV en un espacio representativo y sostenible que se adapte a las nuevas realidades de los medios, pero que al mismo tiempo conserve su esencia como canal que da voz a las culturas originarias, promueve el uso del kichwa y defiende la participación ciudadana en la construcción colectiva del contenido.

#### **6.2 Objetivo del manual**

Reforzar la manera en que Puruwa TV se comunica y mejorar tanto la calidad como el impacto de lo que transmite, creando e implementando estrategias que motiven a la gente a participar más, incorporando nuevas tecnologías y resaltando el enfoque intercultural, para que el canal se convierta en un verdadero ejemplo de comunicación comunitaria en Chimborazo.

#### **6.4 FODA**

##### **6.4.1 Fortalezas**

Puruwa TV destaca por tener una identidad cultural bien marcada, ya que promueve con fuerza el idioma kichwa y da visibilidad a las costumbres y formas de vida del pueblo Puruwa, lo cual ayuda a que las comunidades se sientan representadas y más unidas. Lo valioso también es que su equipo está conformado por jóvenes de las mismas comunidades indígenas, lo que le da un toque auténtico y muy cercano al público.

Además, el canal tiene presencia tanto en señal abierta como en plataformas digitales, lo que le permite llegar a la gente del campo y también a quienes se conectan por internet. Así mismo, es importante recalcar que cuenta con respaldo legal desde el año 2017, lo cual le proporciona legitimidad como medio comunitario reconocido oficialmente.

#### ***6.4.2 Oportunidades***

Actualmente hay un ambiente favorable para que medios comunitarios crezcan, ya que cada vez más personas (sobre todo los jóvenes), buscan contenidos diferentes, que muestren lo local y lo cultural de forma clara y transparente. Las herramientas digitales también abren muchas puertas, porque a través de redes sociales, transmisiones en vivo y aplicaciones, el canal puede ampliar su alcance y conectar mejor con la gente. Además, hay oportunidad de trabajar en conjunto con universidades, ONGs u organizaciones sociales que pueden aportar ideas, capacitación y recursos. El interés juvenil que se encuentra actualmente en apogeo por temas educativos y culturales también puede ayudar a renovar la programación con propuestas frescas y útiles.

#### ***6.4.3 Debilidades y Amenazas***

Entre las debilidades se puede hacer mención, a la baja calidad técnica de algunos programas, ya sea por la falta de equipos adecuados o por la escasa formación técnica del personal, lo cual afecta cómo se ven y se “digieren” los contenidos. También hace falta una planificación clara para que el canal tenga una dirección más sólida y no dependa de acciones aisladas. En redes sociales la interacción con el público es baja, y eso hace que se pierda una oportunidad clave para conectar y crecer.

Puruwa TV tiene que enfrentarse a medios grandes que cuentan con mucho dinero, equipos modernos y una presencia fuerte, lo que hace que muchas veces su señal quede en segundo plano o pase desapercibida, además, al no contar con una fuente de financiamiento segura y constante, su futuro puede volverse incierto, y a esto se suma que en varias

comunidades rurales todavía hay problemas para acceder a internet, lo que limita bastante que más personas puedan ver el canal o involucrarse de forma activa en sus espacios digitales.

**Tabla 17**

| <b>Fortalezas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Oportunidades</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identidad cultural sólida con fuerte promoción del kichwa y tradiciones del pueblo Puruwa.</li> <li>- Equipo joven proveniente de comunidades indígenas.</li> <li>- Presencia en señal abierta y plataformas digitales.</li> <li>- Respaldo legal desde 2017 como medio comunitario oficial.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creciente interés por medios culturales e interculturales, especialmente en jóvenes.</li> <li>- Expansión mediante redes sociales, apps y transmisiones en vivo.</li> <li>- Posibilidad de alianzas con universidades, ONGs y organizaciones sociales.</li> <li>- Tendencia educativa y cultural juvenil puede renovar la programación.</li> </ul> |
| <b>Debilidades</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Amenazas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad técnica limitada por falta de equipos y formación.</li> <li>- Débil planificación estratégica y baja interacción en redes sociales.</li> <li>- Dependencia de iniciativas aisladas y falta de continuidad institucional.</li> </ul>                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia con medios grandes mejor financiados y más visibles.</li> <li>- Ausencia de financiamiento estable pone en riesgo su sostenibilidad.</li> <li>- Limitado acceso a internet en zonas rurales restringe su alcance digital</li> </ul>                                                                                                    |

**Fuente:** FODA

**Elaborado por:** Autora

## 6.5 Guía del manejo adecuado de la programación en los diferentes espacios y horarios de Puruwa Tv

Tomando en cuenta lo antes expuesto, se ha determinado que la guía de manejo de estrategias contenga las siguientes secciones:

- Pautas de manejo adecuado de la comunicación
- Estrategias comunicacionales para Puruwa TV
- Aplicación de estas estrategias en la parrilla de programación

### 6.5.1 Pautas de manejo adecuado de la comunicación

Estas pautas son principios orientadores que garantizan que la comunicación del canal sea coherente, ética, participativa y culturalmente pertinente.

**Tabla 18**

| Pautas a tratar                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Claridad y coherencia en los mensajes</b> | Es importante que lo que se comunique sea fácil de entender, con palabras claras, directas y que tengan sentido para todas las personas que ven el canal, sobre todo porque muchas vienen de distintos contextos culturales, así que lo mejor es evitar hablar con palabras muy técnicas o usar un lenguaje muy formal, especialmente cuando se trata de temas delicados como la salud o la política, porque la idea es que todos comprendan bien el mensaje y que la información llegue de manera sencilla y efectiva |
| <b>Lenguaje inclusivo y respetuoso</b>       | Puruwa TV debe hablar de forma que nadie se sienta excluido o menospreciado, y para eso es fundamental evitar expresiones que puedan sonar ofensivas o que discriminen, además, usar tanto el español como el kichwa no solo ayuda a que más personas entiendan el contenido, sino que también demuestra respeto por la diversidad y fortalece la identidad intercultural del canal, reconociendo la                                                                                                                   |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                           | importancia de todas las culturas, géneros y formas de pensar dentro de la comunidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Participación comunitaria real</b>     | El canal no puede funcionar como un espacio cerrado, sino que tiene que abrir sus puertas para que la gente de las comunidades realmente se involucre en lo que se transmite, lo que significa dar espacio a personas de todas las edades y roles —como sabios, jóvenes, mujeres, agricultores y estudiantes— para que participen activamente como presentadores, reporteros, entrevistados o colaboradores, de forma que los contenidos reflejen lo que la comunidad piensa, siente y quiere compartir |
| <b>Responsabilidad informativa</b>        | Antes de transmitir cualquier noticia o contenido, es necesario que se confirme que esa información es verdadera, porque uno de los compromisos más importantes de Puruwa TV con su audiencia es mantener la confianza, y eso solo se logra si se trabaja con fuentes seguras, se revisan los datos con cuidado y se evita difundir rumores o cosas que no se puedan comprobar, ya que la responsabilidad en lo que se comunica es clave para que la gente siga creyendo en el canal.                   |
| <b>Cuidado de la imagen institucional</b> | Todo lo que se muestra en pantalla, desde los colores hasta los logotipos y la forma en la que hablan o actúan los representantes del canal, debe reflejar orden, respeto y compromiso con la comunidad, porque cuando la imagen del canal está bien cuidada, se proyecta profesionalismo y se refuerza la idea de que Puruwa TV es un medio serio, culturalmente comprometido y digno del apoyo de quienes lo ven cada día.                                                                            |

**Fuente:** Pautas del manejo adecuado de la información

**Elaborado por:** Autora

## 6.6.2 Estrategias Comunicacionales para Puruwa TV

**Tabla 19**

Estrategias

| Estrategias                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Identidad “Cultural Viva”</b> | El canal debe seguir mostrando todo aquello que hace único al pueblo Puruwa, desde cómo siembran la tierra y celebran sus fiestas, hasta cómo visten, hablan y luchan por sus derechos, y esto se puede hacer de muchas formas sencillas pero poderosas, como con pequeños documentales, cápsulas informativas o segmentos dentro de los programas que ya existen, todo con el objetivo de que la cultura esté siempre presente en la pantalla y siga viva en el corazón de la gente      |
| <b>Participación Activa</b>      | La comunidad debe sentirse parte del canal, no solo como espectadora sino como protagonista, y para eso hay que buscar maneras prácticas para que la gente opine, proponga ideas, denuncie problemas o simplemente se exprese, ya sea con entrevistas en las calles, grupos de WhatsApp donde puedan enviar audios o videos, buzones comunitarios, encuestas o transmisiones en vivo, todo eso ayuda a que el canal escuche y construya con la gente, no desde afuera sino desde adentro. |
| <b>Digital y Multiplataforma</b> | Hoy en día es imposible crecer sin estar en internet, así que Puruwa TV tiene que estar muy presente en redes sociales, no solo subiendo videos, sino adaptándose a lo que más ve la gente ahora, como historias, videos cortos, transmisiones en vivo, y también actualizando su sitio web y mejorando la aplicación “Puruwa Live” para que los usuarios puedan comentar, votar o escribir directamente desde ahí, creando así un espacio más cercano y participativo.                   |
| <b>Formación Comunitaria</b>     | El canal puede convertirse en un espacio para aprender todos los días, sin necesidad de ir a una escuela, simplemente viendo pequeños programas de pocos minutos donde se enseñen cosas útiles como cómo hacer videos, cómo hablar en kichwa, cuáles son los derechos de las mujeres, cómo cuidar la alimentación, el medio ambiente, o cómo los jóvenes pueden ser líderes, todo de forma sencilla, práctica y accesible para cualquier persona que encienda el televisor.               |
| <b>Diversificación Temática</b>  | No hay que quedarse solo con los temas de siempre, porque hay muchas otras realidades que viven las comunidades y que merecen ser contadas, como por ejemplo la migración, la salud mental, el emprendimiento de los jóvenes, los derechos laborales o la educación sexual, y hablar de estas cosas no solo amplía la variedad de contenidos, sino que también permite que más personas se sientan representadas, escuchadas y conectadas con el canal.                                   |

**Fuente:** Estrategias comunicacionales

**Elaborado por:** Autora

### **6.6.2 Aplicación de las Estrategias en la Parrilla de Programación**

Una estrategia de comunicación se activa cuando deja de ser una simple idea y empieza a aplicarse dentro de una rutina diaria, convirtiéndose en algo que se siente en cada programa, en cada palabra al aire, en cada imagen que se transmite.

En el caso de Puruwa TV, llevar a la práctica todo lo que se plantea en este manual significa que las estrategias no se queden en teoría, sino que atraviesen por completo toda la programación del canal, de forma que cada espacio (sea de noticias, educación, cultura o entretenimiento) tenga un propósito claro que esté en sintonía con lo que representa el canal: el respeto por las culturas, la participación de la comunidad, el fortalecimiento de la identidad, el aprendizaje colectivo y el compromiso con la gente.

La parrilla de programación no debería verse como una simple lista de horarios o programas colocados por orden, sino como una herramienta que permite pensar y organizar lo que se quiere comunicar, como una especie de espejo donde la comunidad puede reconocerse y, al mismo tiempo, mostrarse al resto del mundo. Por eso es importante que cada franja esté pensada con intención, tomando en cuenta a quién va dirigida, qué se quiere lograr con ese contenido y cuál es el mejor formato para llegar, asegurándose de que todas las voces tengan un espacio y que nadie se quede fuera.

Por eso, más allá de la teoría, lo que sigue es proponer ejemplos concretos de programas donde se puedan aplicar estas estrategias de forma real, visible y efectiva, con contenidos que sean útiles, representativos y que estén hechos con el corazón, desde la comunidad y para la comunidad:

#### ***Noticiero Comunitario Kawsay Noticias***

Este informativo puede convertirse en una voz fuerte de la región si deja de enfocarse solo en contar lo que pasa y empieza a mostrar lo que sienten, viven y piensan las comunidades. La idea es que no solo se repitan titulares, sino que se armen historias reales desde lo local. Para eso, es importante que las noticias salgan en español y en kichwa, que se escuche a los líderes de los barrios y que se hablen temas que importan de verdad, como el agua, la

producción de la chacra, la migración o los problemas en las escuelas, pero siempre desde la mirada de la propia gente.

El noticiero también se pueden incluir pequeñas reseñas con fechas importantes para la comunidad, entrevistas espontáneas a pie de calle y secciones donde los abuelitos cuenten saberes antiguos. Así, el noticiero no solo informa: también enseña, emociona, representa y da valor a lo que muchas veces se ignora.

### **Franja Educativa *Yachaykuna***

Aprender no tiene que ser aburrido ni complicado. Esta franja educativa puede ser una gran oportunidad para compartir conocimientos de forma simple y cercana, con programas cortitos de 5 a 15 minutos que hablen de temas útiles para la vida, pero desde lo que la gente conoce y necesita.

Por ejemplo, se pueden hacer clases de kichwa para grandes y chicos, contar historias de Chimborazo con los propios cronistas del pueblo, explicar derechos con abogados del lugar, enseñar cómo sembrar sin químicos con los propios agricultores o ayudar a los abuelos a usar el celular. Para que esto funcione mejor, se pueden usar gráficos fáciles de entender, escenas actuadas con niños y jóvenes de las escuelas o grabaciones desde las mismas comunidades. Con esto, el canal se convierte en una especie de escuela abierta, hecha a la medida de su gente.

### **Programas Juveniles *Puruwa Ñukanchik***

Los jóvenes no solo son el futuro, también son el presente. Por eso, este programa debe estar hecho por y para ellos. Lo ideal es que lo presenten chicos de diferentes lugares, con ayuda técnica del canal, para que sean ellos mismos quienes digan lo que sienten y piensan. Se pueden hacer debates sobre temas actuales como la identidad, el amor, los problemas de salud mental o el acoso escolar; mostrar el talento joven en música, danza o poesía; conectar con las redes sociales con retos, encuestas o concursos, y entrevistar a jóvenes que estén haciendo algo chévere en sus comunidades, como emprender, estudiar o regresar del extranjero con ideas nuevas. Este espacio tiene que ser fresco, rápido, visual, con el ritmo que les gusta a los jóvenes, y, sobre todo, participativo.

### **Franja Cultural Sumak *Kawsay TV***

La cultura no solo es para mostrarla, es para vivirla y sentirla. Esta franja debe estar dedicada por completo a las raíces del pueblo indígena. Aquí pueden salir rituales importantes contados por los sabios, música tradicional explicada con detalle, historias de lucha, personajes del pasado que marcaron camino y relatos contados por la misma gente, con su forma de hablar y su propia emoción.

También se pueden hacer programas sobre comida de antes, medicina de las abuelas o cómo se vestían los mayores. Esta franja ayuda a recuperar lo nuestro, a sentirse orgullosos de dónde venimos y a hacer que todo eso no se pierda con el tiempo.

### **Espacios Abiertos (Fines de Semana)**

Los fines de semana son perfectos para soltar un poco la estructura y dejar que la gente tome el canal. En esta franja se puede dar espacio a lo que propongan los barrios, las escuelas, los grupos de mujeres, los jóvenes artistas o los agricultores. Se pueden hacer transmisiones en vivo desde ferias, fiestas o mingas; pasar videos grabados por la misma comunidad desde sus celulares; lanzar convocatorias para que la gente proponga temas; y hacer domingos interactivos con llamadas, mensajes y encuestas en tiempo real.

Este bloque convierte al canal en algo realmente comunitario, no solo porque muestra lo que pasa, sino porque lo construyen entre todos, como una casa abierta donde todos tienen algo que decir.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, D. (2019). Psicología de la comunicación en el aula. *Revista de la Facultad de ciencias medicas Finlay Albarran*, 1-9.
- Alonso, D. (2024). Percepción.
- Arango, M., Rodriguez, A., Benavides, M., & Ubaque, S. (2019). Los axiomas de la comunicación humana en Paul Watzalwick. *Revista Fundación Universitaria Luis Amigó*, 1-18.  
<https://revistas.ucatolicaluisamigo.edu.co/index.php/RFunlam/article/view/1887/1500>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Medellin: Pearson Education.  
<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Buitrago, A. (2023). *Teoría efecto cultivo*.  
<https://genowhirl12.wixsite.com/rincomun/post/teor%C3%ADa-e-fecto-cultivo>
- Cisneros, A., Guevara, A., Urdingo, J., & Garces, J. (2021). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia. *Revista Dominio de las ciencias*, 1-21.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>
- Comunicólogos. (2024). *Modelo de Gerbner*.  
<https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-gerbner/>
- Contreras, R. (2021). Comunicación y cultura. *Obra digital*, 1-4.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7500601.pdf>
- Cordero, L. (2020). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 1-7.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322018000300013](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000300013)
- Escudero, C., & Cortez, L. (2019). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. *Redes* 2019, 1-106.  
<https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- García, H. (2008). Vivir con la televisión. 30 años de análisis de cultivo. *Anagramas*, 1-16.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4851587.pdf>

- Giraldo, C., Naranjo, S., Tovar, E., & Córdoba, J. (2018). *Teorías de la comunicación*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. [https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field\\_attached\\_file/pdf-teorias\\_de\\_la\\_comunicacion-pag.-\\_web-11-15\\_0.pdf](https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf-teorias_de_la_comunicacion-pag.-_web-11-15_0.pdf)
- Gomez, J., & Simón, F. (2018). La comunicación. *Salus*, 1-3. <https://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>
- Gonzales, S. d. (2018, Julio 14). *George Gerbner y la teoría del cultivo*. <https://lamenteesmaravillosa.com/george-gerbner-y-la-teoria-del-cultivo/>
- Gonzales, S. d. (2022, febrero 01). *Paul Watzlawick y la teoría de la comunicación humana*. <https://lamenteesmaravillosa.com/paul-watzlawick-y-la-teoria-de-la-comunicacion-humana/>
- Hernandez, W. (2021). *La televisión y el análisis del cultivo (Gerbner)*. <https://politicaymedios.net/la-televison-y-el-analisis-del-cultivo-gerbner/>
- Instituto Ecuatoriano de estadísticas y censos. (2023). *471.933 personas viven en Chimborazo*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/471-933-personas-viven-en-chimborazo/>
- La Rosa, A. (2022). Reflexión sobre psicología de la comunicación como área especializada. *Revista de psicología*, 1-10. <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/download/317/235/1180>
- Ladino, P. (2020). *Teorías de la comunicación*. Bogotá: Fundación Universitaria del área andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>
- Martinez, M. (2022). *Psicología de la comunicación*. Barcelona: Repositorio de la Universidad de Barcelona. [https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez\\_M.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMMartinez_M.pdf)
- Matamoras, A. (2022). *Elementos de la comunicación y descontextualización de la información en la directiva del barrio 16 de Julio del cantón La Libertad*. La libertad: Repositorio de la Universidad Estatal de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8532>
- Mendoza, J. (2025). *Análisis de los contenidos interculturales de Puruwa Tv Canal 38, Periodo enero-junio 2024*. Riobamba: Repositorio de la Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/14956/1/Mendoza%20G.%20C%20Julio>

%20C.%20%282025%29%20An%C3%A1lisis%20de%20los%20contenidos%20interculturales%20de%20Puruwa%20Tv%20Canal%2038%2C%20Periodo%20enero%20-%20%20junio%202024.pdf

Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo*, 1-25.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26814202>

Monje, C. (2021). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva: Facultad de ciencias sociales y humanas.  
<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Mousalli, G. (2021). *Métodos y diseño de investigación cuantitativa*. Mérida: Episteme.

Naranjo, M. (2018, diciembre 2). Perspectivas sobre la comunicación. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 1-33.  
<https://www.redalyc.org/pdf/447/44750218.pdf>

Noboa, M., Loor, M., & Del Pozo, V. (2018). Televisión Comunitaria: factores de éxito para el crecimiento en Ecuador. *Killkana*, 27-32.  
[https://killkana.ucacue.edu.ec/index.php/killkana\\_social/article/view/181](https://killkana.ucacue.edu.ec/index.php/killkana_social/article/view/181)

Ordeñez, K., Rodríguez, A., & Suing, A. (2021). La televisión local y la programación como refuerzo de Identidad cultural. *GIGAPP: Estudios Working Papers*, 189-206.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9321364>

Ortiz, N. (2021). *Estrategia de comunicación para canal 27*. Tegucigalpa: Repositorio de la Universidad de San Carlos de Guatemala.  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_0944.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0944.pdf)

Pasmay, H., & Ruales, R. (2021). *Puruwa TV-Contenidos interculturales en pandemia*. Quito: Revista de la Universidad Técnica Equinoccial.  
<https://revistas.ute.edu.ec/index.php/tsafiqui/article/view/933/754>

Pérez, G. (2017). Elementos del proceso de comunicación que orientan el discurso de los profesores universitarios. *Vivat Academia*, 1-29.  
<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752945003.pdf>

Perez, R. (2008). *Estrategias de la Comunicación*. Editorial Ariel.  
<https://www.casadellibro.com/libro-estrategias-de-comunicacion-4-ed/9788434413085/1214947>

Puruwa Tv. (2024). Puruwa Tv: <https://puruwatv.com/contactanos/>

- Rivadeneira, R. (2017). Comunicación y Cultura. *Revista Ciencia y Cultura*, 1-17.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-33231997000200010](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33231997000200010)
- Rizo, M. (2011). Reseña de "Teoría de la comunicación humana" de Paul Watzlawick. *Razon y palabra*, 1-14. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706028.pdf>
- Ruiz, J. (2021). *Los procesos comunicacionales en la participación ciudadana, estudio situacional del gobierno seccional del canton La Libertad*. La Libertad: Repositorio de la Universidad estatal Península de Santa Elena.  
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/630/1/TESIS%20JOSE%20RUIZ%20ESTRELLA.pdf>
- Russo, S. (2024). Explorando la Teoría del cultivo Impacto en la percepción y comportamiento social. *Temas de comunicación*, 62-68.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9609994>
- Sáenz, M. (2014, abril 23). *Comunicación: elementos de la comunicación*. MSG Psicología:  
<https://msgpsicologia.com/comunicacion-elementos-de-la-comunicacion/>
- Sánchez, M., Fernández, & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 1-21.  
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2631-27862021000300107](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862021000300107)
- Toro, J., Mullo, A., & Hinojosa, M. (2019). La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1-16. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7319390.pdf>
- Torres, A. (2017, mayo 17). *La teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick*.  
<https://psicologiaymente.com/social/teoria-comunicacion-humana-paul-watzlawick>
- Torres, T. (2020). *Diseño de una estrategia de comunicación para posicionar el Centro de Capacitación Corazonando Líderes, empresa de preparación para postulantes a las Fuerzas de Seguridad Nacional con presencia en 12 ciudades del Ecuador*. Quito: Repositorio de la Universidad Andina Simon Bolivar.  
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7264/1/T3148-MCE-Torres-Dise%C3%B1o.pdf>
- Universidad de las Américas Puebla. (2019). Teoría del Cultivo. *Repositorio de la Universidad de las Américas Puebla*, 1-27.  
[https://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/lara\\_r\\_k/capitulo3.pdf](https://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/lara_r_k/capitulo3.pdf)

- Viera, J. (2016). *“Estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013.* Riobamba: Repositorio de la Universidad de Chimborazo.  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/1481/1/UNACH-FCP-CS-2016-0015.pdf>
- Yang, Y., Saldrigas, H., & Torres, D. (2019, agosto). *Procesos de comunicación.* Scielo: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n2/rus21216.pdf>

## **ANEXOS**

### **Anexo 1: Cuestionario de encuesta**

Estimado/a participante,

Gracias por tomarse el tiempo para participar en esta encuesta. Su opinión es muy valiosa para entender la percepción de la población de Riobamba sobre el medio comunitario Puruwa TV. Esta información nos permitirá mejorar y ajustar los contenidos y servicios que ofrece el canal, para que siga cumpliendo con las necesidades e intereses de la comunidad.

#### **Objetivo de la encuesta:**

El objetivo de esta encuesta es recopilar información sobre la percepción que tienen los habitantes del cantón Riobamba acerca de Puruwa TV, su contenido, impacto y su relación con la comunidad. Sus respuestas serán utilizadas de manera anónima y confidencial para mejorar la programación y el alcance de este medio comunitario.

#### **Género**

**1. ¿Con qué género se identifica?**

- a. Hombre
- b. Mujer
- c. Otro

#### **Edad**

**2. En qué grupo de edad se encuentra usted**

- a) Entre 18 y 25 años
- b) Entre 26 y 35 años
- c) Entre 36 y 50 años
- d) Más de 50

**3. ¿Conoce desde cuando trabaja Puruwa TV?**

- a) SI
- b) NO

#### **Percepción**

#### **Juicio moral**

**4. ¿Qué valoración tiene del medio comunitario Puruwa tv?**

- a) Muy positiva
- b) Positiva
- c) Neutral
- d) Negativa

### **Identidad local**

**5. Desde su perspectiva, ¿Cuánto ha aportado al fortalecimiento cultural de la comunidad el medio Puruwa tv?**

- a) Mucho
- b) Algo
- c) Poco
- d) Nada

### **Apoyo material**

**6. Considera que los programas de Puruwa TV apoyan el trabajo que realizan los habitantes de esta localidad**

- a) Si
- b) NO

¿De ser NO la respuesta, en qué deben cambiar los programas de PTV?

- a. Contenidos
- b. Presentadores
- c. Idioma
- d. Otro

### **Ámbito Político**

**7. ¿Usted cree que el medio esta alineado a una ideología política?**

- a. Si
- b. Neutral
- c. No

### **Ámbito Religioso**

**8. ¿Crees que Purawa TV fomenta valores religiosos**

- a) Si promueve
- b) No promueve
- c) Desconozco

### **Ámbito ambiental**

**9. ¿Crees que Purawa TV incluye temas sobre reciclaje y cuidado ambiental?**

- a. Sí
- b. No

### **Cómo debe ser un medio comunitario**

**10. ¿Qué papel debe cumplir un medio comunitario?**

- a. Educar a la comunidad
- b. Informar a la comunidad
- c. Entretener a la comunidad
- d. Organizar a la comunidad

Gracias por su tiempo y colaboración. Sus respuestas nos ayudarán a mejorar el impacto de Puruwa TV en la comunidad. ¡Apreciamos mucho su participación

### Fotos San Juan



### Calpi



## Licán



### Anexo 2: Cuestionario de entrevistas al area de producción de Puruwa Tv

Nombre del entrevistado.....

Area donde se desempeña.....

**Objetivo:** Determinar la percepción de los contenidos transmitidos por el medio comunitario Puruhá Tv. en la población de Riobamba.

#### Cuestionario de entrevista

1. Cuál considera que es la percepción que tiene en su audiencia la programación de Puruwa TV
2. ¿Qué estrategias de comunicación han recibido el apoyo de la población?

3. **¿Cómo evalúa la participación ciudadana en los programas y actividades del medio?**
4. **¿Qué herramientas o métodos utilizan para medir la percepción del medio en la comunidad?**
5. **¿Qué desafíos ha enfrentado Puruwa TV en términos de conexión y relevancia con la población local?**
6. **¿Qué acciones han tomado para fortalecer el vínculo con comunidades indígenas y otros sectores de la sociedad?**
7. **¿Cómo se promueve la inclusión y diversidad en los contenidos y en la plantilla de colaboradores del medio?**
8. **¿Qué innovaciones tecnológicas o digitales han adoptado recientemente para ampliar su alcance y mejorar la experiencia de los usuarios?**
9. **¿Qué aspectos de la propuesta informativa de Puruwa TV deben reforzarse para lograr un mayor reconocimiento en el público al que se dirige?**
10. **¿Creé que ha existido otro medio comunitario aparte de Puruwa TV o es el único en la ciudad de Riobamba?**

Muchas gracias por su atencion

### **Anexo 3: Cuestionario de entrevistas a expertos en el area de comunicación**

**Nombre del entrevistado.....**

**Area donde se desempeña.....**

**Objetivos:** Caracterizar los criterios de evaluación de la percepción del contenido de los medios de comunicación comunitarios.

1. **¿Qué características considera esenciales para que un medio comunitario como Puruwa TV se ha percibido como confiable y relevante por su audiencia?**
2. **¿Cómo evalúa el papel de Puruwa TV en la promoción de la identidad cultural y la inclusión social en Riobamba?**

3. **¿Cuál cree que son los valores principales de un medio comunitario?**
4. **¿Cree que existió otro medio comunitario aparte de Puruwa tv o es el único que hay en Riobamba?**
5. **¿Creen que un medio comunitario representa una ideología política?**
6. **¿Deben los medios comunitarios competir con otras opciones de comunicación masiva o digital?**
7. **Desde una perspectiva técnica, ¿cómo pueden los medios comunitarios como Puruwa TV medir y analizar de manera efectiva su percepción en la audiencia?**
8. **En un entorno mediático cada vez más digital, ¿cómo puede un medio comunitario equilibrar su presencia en plataformas tradicionales y digitales?**
9. **¿Qué recomendaciones le daría al equipo de Puruwa TV para fortalecer su impacto en Riobamba durante el próximo año?**
10. **¿Como cree que es la percepción de la gente hacia el medio comunitario Puruwa tv?**

Muchas gracias por su atención.

**Anexo 4:** Análisis de la entrevista de la fuente oficial y experto académico

**Entrevista de Cesar Mendoza director de Comunicación de Purawa y de Gabriel Rojas Manobanda (Profesor de comunicación comunitaria, Universidad San Gregorio de Portoviejo)**

#### **Pregunta N.1**

##### **1. Cuál considera que es la percepción que tiene en su audiencia la programación de Puruwa TV**

Puruwa TV, ha logrado posicionarse con una percepción favorable entre su audiencia, según la opinión de César Mendoza; reconocimiento que evidentemente no es un hecho menor, ya que resalta la importancia de los medios alternativos en la construcción de espacios informativos más inclusivos y representativos de la realidad local; partiendo de lo

mencionado, la programación de este canal parece generar un impacto importante dentro de la comunidad, lo que sugiere que ha sabido responder a las necesidades y expectativas de su público.

Por otro lado, Gabriel Rojas destaca que los programas más impactantes son los de noticias y los de contenido cultural e intercultural, lo cual es bastante relevante si se toma en cuenta que Puruwa TV se ha consolidado como el primer canal intercultural de la provincia de Chimborazo; teniendo en cuenta que su propuesta programática abarca el mundo urbano e incorpora espacios dedicados a la interculturalidad y la temática evangélica; sugiriendo así que su audiencia valora la diversidad de contenidos y la oportunidad de contar con un medio que no sigue el mismo esquema de los canales tradicionales.

En este sentido, se puede deducir que la percepción de la audiencia sobre la programación de Puruwa TV es mayormente positiva, en vista de que logra cubrir tanto las necesidades informativas como las culturales de la comunidad; su enfoque inclusivo y su apuesta por visibilizar las diferentes identidades culturales de la provincia parecen ser factores determinantes en la aceptación del canal.

## **Pregunta N.2**

### **2. ¿Qué estrategias de comunicación han recibido el apoyo de la población?**

Las estrategias de comunicación que han logrado recibir el respaldo de la población en el caso de Puruwa TV parecen estar directamente relacionadas con la cercanía del medio con su audiencia y la capacidad de adaptación a sus necesidades y sugerencias, de acuerdo a lo que menciona César Mendoza, el canal mantiene una comunicación activa con la comunidad, logrando que esta participación se ha convertido en una de las bases para el desarrollo de su programación

Partiendo de lo mencionado, se debe tener en cuenta que la retroalimentación constante de los ciudadanos, quienes plantean inquietudes, sugiere cambios en la identidad visual del canal e incluso proponen actividades para fortalecer la vinculación con la sociedad, demuestra que existe un nivel de compromiso y apropiación por parte de la audiencia, lo que refuerza la legitimidad del medio dentro de su entorno.

Por su parte, Gabriel Rojas resalta que una de las estrategias más efectivas ha sido el uso del bilingüismo como herramienta para alcanzar sectores rurales de la provincia, lo que

ha permitido diferenciarse de la televisión convencional y fortalecer la identidad cultural y el acceso a la información en comunidades que, de otra manera, podrían quedar al margen del circuito mediático tradicional.

Adicionalmente a lo mencionado, destaca el impulso a la producción local, por ejemplo el espacio de opinión Rimanakuy, que se ha convertido en una plataforma accesible y gratuita donde la ciudadanía puede expresarse.

Partiendo de dichos elementos, se puede concluir que las estrategias que han recibido el mayor apoyo por parte de la población son aquellas que priorizan la interacción, la identidad cultural y la inclusión; es así que la participación ciudadana en la construcción de contenidos, la apertura a nuevas voces y la diversificación de lenguas han sido aspectos fundamentales que han permitido consolidar la relación entre Puruwa TV y su público, fortaleciendo su papel como un medio de comunicación comunitario con arraigo y relevancia en su contexto local.

### **Pregunta N.3**

#### **3. ¿Cómo evalúa la participación ciudadana en los programas y actividades del medio?**

La participación ciudadana en los programas y actividades de Puruwa TV parece desempeñar un papel importante en lo que respecta a la construcción y validación del trabajo que realiza el medio, esto debido a que, según lo expresado por César Mendoza, la ciudadanía además de ser una audiencia pasiva es un actor relevante en la evaluación y el desarrollo de los contenidos.

Por otro lado, Gabriel Rojas destaca que, a pesar de la transformación digital y el avance de las redes sociales, la aceptación de Puruwa TV dentro de la comunidad sigue siendo alta, lo que implica que, más allá de los cambios en la forma de consumir información, el medio ha logrado mantener una conexión efectiva con su audiencia, lo que refuerza la idea de que su propuesta comunicativa sigue siendo relevante en un contexto mediático en constante evolución.

En cuanto a la referencia a la absorción de la señal de aire por parte de las nuevas plataformas digitales sugiere que, si bien existen desafíos tecnológicos que pueden afectar la difusión tradicional del canal, la confianza y el respaldo ciudadano continúan vigentes, lo

que permite que el medio se mantenga activo y con una presencia importante dentro de su entorno.

A partir de estos elementos, se puede inferir que la participación ciudadana en Puruwa TV no se limita solo a la audiencia que consume sus contenidos además de todo, se manifiesta en el involucramiento directo de la comunidad en la evaluación y orientación del medio; partiendo de lo mencionado, la relación entre el canal y su público parece estar basada en un modelo de comunicación bidireccional, donde la opinión de la ciudadanía es valorada, además de necesaria para que el medio continúe cumpliendo su función social y adaptándose a las nuevas dinámicas tecnológicas y comunicacionales.

#### **Pregunta N.4**

#### **4. ¿Qué herramientas o métodos utilizan para medir la percepción del medio en la comunidad?**

Según lo que comentó César Mendoza, el canal trabaja con una empresa que está en Ambato y que cada cierto tiempo les hace evaluaciones, lo que da la idea de que tienen una forma bien organizada y profesional de revisar cómo les está yendo y qué tanto impacto tienen, mientras que por otro lado, Gabriel Rojas mencionó que también usan formas más cercanas y directas, como hacer encuestas, preguntar cosas a la gente y dejar que el público participe en los programas en vivo, así que, juntando ambas cosas, se puede decir que Puruwa TV está usando una manera de medir su trabajo que mezcla lo formal, como contratar expertos, con lo más directo, que es escuchar y hacer participar a la comunidad de una forma más activa y cercana.

#### **Pregunta N.5**

#### **5. ¿Qué desafíos ha enfrentado Puruwa TV en términos de conexión y relevancia con la población local?**

Puruwa TV ha enfrentado retos importantes en su intento por mantener la conexión y la relevancia con la población local, especialmente en un contexto donde las redes sociales y los medios digitales han transformado radicalmente la forma en que las personas acceden a la información y al entretenimiento; conforme a lo expresado por César Mendoza, uno de los mayores retos ha sido precisamente la migración de la audiencia hacia plataformas digitales, lo que ha generado un cambio en la manera en que se consume contenido.

Partiendo de lo dicho, la facilidad de acceso a internet y el uso generalizado de teléfonos móviles han hecho que muchas personas dejen de depender de la señal abierta, lo que evidentemente afecta de manera directa la audiencia tradicional del canal; pese a aquello, también menciona que, a pesar de este cambio, todavía existe un segmento de la población que sigue recurriendo a la televisión, especialmente aquellos que se encuentran en movimiento y consumen contenido de manera más incidental.

Por su parte, Gabriel Rojas refuerza esta idea al señalar que la creciente presencia de redes sociales y otros medios digitales ha terminado por opacar el trabajo de los medios de comunicación convencionales; destaca el hecho de que, con solo un teléfono celular, cualquier persona puede generar contenido y lograr incidencia en la opinión pública, lo que ha reducido la necesidad de recurrir a medios tradicionales para informarse o expresarse.

Adicionalmente, plantea una crítica interesante sobre los hábitos de consumo de la audiencia, señalando que muchas veces el público prefiere contenidos sensacionalistas, polémicos o morbosos en lugar de producciones de mayor calidad, lo que pone en evidencia otro de los grandes retos que enfrenta Puruwa TV, esto es la necesidad de competir contra la inmediatez de las redes sociales y contra un tipo de consumo que prioriza el impacto emocional y el escándalo sobre la profundidad y el contenido cultural o informativo.

Dicho lo cual, se puede concluir que el principal reto para Puruwa TV, lo que es la competencia con las plataformas digitales y la lucha por mantener la atención de una audiencia que cada vez más busca contenidos breves, inmediatos y sensacionalistas; el medio enfrenta la necesidad de adaptarse a estas nuevas dinámicas sin perder su identidad y su enfoque intercultural, lo que implica un esfuerzo constante por innovar en su programación y por encontrar estrategias que le permitan seguir siendo un referente dentro de la comunidad.

## **Pregunta N.6**

### **6. ¿Qué acciones han tomado para fortalecer el vínculo con comunidades indígenas y otros sectores de la sociedad?**

Para fortalecer el vínculo con las comunidades indígenas y otros sectores de la sociedad, Puruwa TV ha implementado acciones que buscan garantizar una mayor participación de estos grupos dentro de su programación, consolidando así un espacio donde

sus voces puedan ser escuchadas y sus problemáticas visibilizadas; conforme a lo señalado por César Mendoza, el canal mantiene un contacto frecuente con las parroquias y comunidades, destinando un espacio semanal para que estos sectores puedan difundir su propia información.

En este sentido, Puruwa TV va más allá de la labor de informar desde su propia línea editorial, debido a que se convierte en una plataforma abierta donde la comunidad tiene la posibilidad de compartir sus mensajes y dar a conocer sus necesidades, proyectos y actividades; adicionalmente, menciona que existe un trabajo articulado con autoridades locales, como juntas parroquiales, lo que demuestra que el medio busca generar un puente entre la comunidad y las instancias de gobierno, facilitando así un mayor alcance y una comunicación más efectiva.

Por otro lado, Gabriel Rojas destaca que una de las acciones relevantes ha sido otorgar mayor participación a líderes y dirigentes comunitarios, así como a actores sociales y artistas pertenecientes a los pueblos y nacionalidades, lo que permite que las comunidades indígenas tengan un espacio para la difusión de sus problemáticas y propuestas, y también fomenta la exposición de su cultura y tradiciones, fortaleciendo la identidad intercultural del medio; partiendo de lo dicho, dar protagonismo a estos sectores dentro de la programación implica un reconocimiento de su importancia dentro del tejido social y una apuesta por construir contenidos que reflejen la diversidad de la región.

A partir de estos elementos, se puede concluir que Puruwa TV ha logrado establecer una estrategia de vinculación basada en la apertura y la participación activa de las comunidades indígenas y otros sectores de la sociedad, su labor es informar, además de que actúa como un canal de comunicación directa entre la ciudadanía y las autoridades, promoviendo un modelo de comunicación más inclusivo y representativo.

Dicho lo cual, al ofrecer un espacio para que las propias comunidades difundan su información y al brindar mayor protagonismo a sus líderes y artistas, el medio refuerza su identidad como un canal intercultural comprometido con el reconocimiento y la promoción de la diversidad cultural en la región.

## **Pregunta N.7**

## **7. ¿Cómo se promueve la inclusión y diversidad en los contenidos y en la plantilla de colaboradores del medio?**

Puruwa TV ha armado una forma de trabajar en la que se nota que le dan mucha importancia a incluir a todos y a mostrar la diversidad, no solo en lo que sale en pantalla, sino también en la gente que trabaja dentro del canal, y eso demuestra que realmente se toman en serio eso de representar a diferentes sectores de la sociedad, como lo cuenta César Mendoza, que dice que el canal no solo habla de inclusión como una idea bonita, sino que lo lleva a la práctica, porque en su equipo hay personas con discapacidad.

En este medio comunitario pueden abrir espacios reales para que todas las personas, sin importar sus condiciones, puedan tener un rol activo y aportar al crecimiento del canal; además, también comenta que tienen programas pensados especialmente para los grupos más vulnerables, lo que deja ver que el canal no solo los tiene presentes en su equipo, sino que también les da espacio en su programación para que puedan mostrar sus realidades y defender sus derechos.

Por otro lado, Gabriel Rojas resalta que la mayoría del equipo de trabajo está formado por personas indígenas de Chimborazo, lo cual refuerza el carácter intercultural del canal y hace que lo que se transmite tenga que ver directamente con lo que vive y piensa la comunidad, y además, que más del 80% del personal hable tanto kichwa como español es algo clave, porque eso permite que la comunicación sea más fluida y que los programas tengan una mirada más cercana y real, basada en la cultura, la forma de ver el mundo y la lengua de los pueblos originarios, lo que también ayuda mucho a que la gente se sienta parte del canal y se fortalezca el uso del kichwa como una parte importante de la identidad cultural de la zona.

Entonces, viendo todo esto, se puede decir que en Puruwa TV la inclusión y la diversidad no son solo palabras bonitas o ideas generales, sino cosas que se ven tanto en cómo se organiza el canal como en lo que ofrece al público, porque el hecho de tener personas con discapacidad trabajando, contar con una fuerte presencia de pueblos indígenas y usar el kichwa como un idioma activo dentro del medio demuestra que están haciendo un esfuerzo real por crear un espacio donde se informe, se entretenga y, al mismo tiempo, se ayude a que la sociedad esté más unida y conectada con su cultura.

## **Pregunta N.8**

**8. ¿Qué innovaciones tecnológicas o digitales han adoptado recientemente para ampliar su alcance y mejorar la experiencia de los usuarios?**

Puruwa TV ha comprendido que la transformación digital es un proceso inevitable en el panorama actual de los medios de comunicación, razón por la cual ha adoptado diversas innovaciones tecnológicas y digitales con el propósito de ampliar su alcance y mejorar la experiencia de los usuarios; de acuerdo a lo expresado por César Mendoza, la integración de nuevas plataformas ha representado un verdadero desafío, principalmente porque la audiencia ha migrado masivamente hacia las redes sociales y otros entornos digitales.

Ante esta realidad, el canal ha buscado estrategias para enlazar su programación con diferentes espacios virtuales, no limitándose únicamente a la transmisión en señal abierta, expandiéndose a plataformas como YouTube y la red social X (anteriormente Twitter); con esta iniciativa, el objetivo ha sido garantizar que la mayor cantidad posible de personas pueda acceder a los contenidos de Puruwa TV, sin importar el dispositivo o el lugar en el que se encuentren, lo que demuestra un esfuerzo por adaptarse a las nuevas dinámicas de consumo de información.

Por su parte, Gabriel Rojas destaca que la apuesta por la digitalización no es un fenómeno reciente dentro del medio, sino que desde el inicio de sus operaciones en 2018 se estableció una visión innovadora en la telecomunicación de Chimborazo; menciona que Puruwa TV fue pionero en la provincia en la emisión de su programación a través de la web y aplicaciones móviles, diversificando las formas de acceso a sus contenidos. De la misma manera, resalta la transmisión en vivo mediante redes sociales como Facebook y YouTube, lo que permite llegar a una audiencia más amplia y permitir una interacción directa con los televidentes.

**Pregunta N.9**

**9. ¿Qué aspectos de la propuesta informativa de Puruwa TV deben reforzarse para lograr un mayor reconocimiento en el público al que se dirige?**

Puruwa TV, como medio de comunicación comprometido con su audiencia, reconoce la necesidad constante de evolución y adaptación en su propuesta informativa para lograr un mayor reconocimiento y alcance dentro del público al que se dirige; de acuerdo a lo señalado por César Mendoza, existe un esfuerzo diario por introducir mejoras en el sistema

informativo, lo que implica una interacción directa con la ciudadanía para conocer sus expectativas y demandas respecto al contenido que se les ofrece; uno de los aspectos que resalta es la necesidad de generar información más exclusiva y de última hora, lo que responde a la inmediatez con la que actualmente las audiencias consumen noticias.

Si bien menciona que la crónica roja tiene un impacto relevante en la audiencia y no puede ser ignorada dentro de la programación, también hace énfasis en la importancia de diversificar la oferta informativa, asegurándose de cubrir distintos ámbitos de interés que mantengan el nivel de relevancia del medio en el ecosistema mediático.

Por su parte, Gabriel Rojas señala que el noticiero es un área que requiere un refuerzo importante, específicamente en términos de variedad y profundidad en el tratamiento de la información, la referencia a la necesidad de procesar, tratar y contrastar las noticias sugiere que el canal debe centrarse en ofrecer contenido periodístico más elaborado, donde la verificación de datos y el análisis detallado de los acontecimientos sean elementos importantes, lo cual permitiría brindar información más confiable y estructurada, además contribuiría a diferenciarse de otros medios, ofreciendo un producto de mayor calidad y rigor informativo.

A partir de estas respuestas, se puede concluir que la propuesta informativa de Puruwa TV necesita un equilibrio entre inmediatez y profundidad en el tratamiento de las noticias; por un lado, es fundamental que el medio mantenga la capacidad de ofrecer información de última hora, que responda a los intereses y necesidades de su audiencia.

Mientras que, por otro lado, también es esencial fortalecer el trabajo periodístico en términos de análisis y contraste de la información, lo que permitiría consolidar una identidad informativa más sólida y confiable; el reconocimiento del medio dentro de su público objetivo dependerá en gran medida de su capacidad para innovar y mejorar constantemente sus contenidos, asegurándose de que estos sean oportunos relevantes, verificables y de alto impacto.

#### **Pregunta N.10**

**10. ¿Creé que ha existido otro medio comunitario aparte de Puruwa TV o es el único en la ciudad de Riobamba?**

Puruwa TV se ha convertido en el único canal de televisión comunitario que existe en toda la ciudad de Riobamba, y eso hace que tenga un papel muy importante, porque no solo informa, sino que también da voz a la gente de la comunidad y les permite verse representados en la pantalla, según comenta César Mendoza, aunque sí hay radios comunitarias en la provincia de Chimborazo que también hacen una buena labor al mantener conectada a la población con temas importantes.

En lo que se refiere en televisión no hay otro medio parecido, lo que hace que Puruwa TV sea único en su estilo dentro del medio local, y eso, por un lado, le da una gran responsabilidad porque mucha gente confía en ellos, y por otro, también le da una gran oportunidad para seguir creciendo, construir una identidad fuerte y convertirse en un ejemplo de lo que puede ser una televisión hecha por y para la comunidad.

También, Gabriel Rojas explica que Puruwa TV no solo es único en la provincia, sino que es el segundo canal comunitario en todo el país que funciona con este modelo, lo que deja claro que su existencia tiene un gran valor dentro del mundo de los medios alternativos en Ecuador; así que, tomando en cuenta lo que dicen ambos, se puede entender que este canal ocupa un lugar muy especial en Riobamba y Chimborazo, y que gracias a eso tiene la posibilidad de crear y compartir contenidos que realmente reflejan las culturas, los intereses y las necesidades de su gente, con un enfoque que respeta lo intercultural y lo social, haciendo que su trabajo tenga un impacto real en la vida de las personas.

## **Anexo 5: Análisis de Expertos**

### **Entrevista de Manuela Cuji de la ERPE y Jorge Guachamin de CORAPE**

#### **Pregunta N.1**

#### **1. ¿Qué características considera esenciales para que un medio comunitario como Puruwa TV se ha percibido como confiable y relevante por su audiencia?**

Para que un medio comunitario como Puruwa TV sea percibido como confiable y relevante, es fundamental que esté enraizado en la comunidad, participando activamente en las luchas locales y en la defensa de los derechos, tal como lo señala Manuela Cují, el canal debe ir más allá de la mera transmisión de información, llevando contenido a lugares donde otros medios no llegan, como zonas sin acceso a internet o señal de televisión.

Por otro lado, la independencia financiera del medio, al depender de actividades productivas comunitarias, como granjas o emprendimientos, le permite mantener su autonomía y ser un reflejo genuino de las necesidades locales, sin presiones externas, el uso de un lenguaje claro y accesible, así como el acercamiento constante a las comunidades indígenas, asegurando que sus voces sean escuchadas, son elementos relevantes para que el medio logre una conexión verdadera y cercana con su audiencia.

Como menciona, Jorge Guachamin, quien es secretario de CORAPE, entiende que lo que hace que un medio comunitario como este sea confiable y tenga sentido para la comunidad es que primero sepa escuchar y detectar lo que realmente necesita comunicar la gente, luego construya contenidos que hablen directamente de lo que vive esa comunidad, ya sea en lo político, cultural o social, y finalmente permita que sean las propias personas quienes se involucren activamente en contar sus historias o plantear sus temas, porque así se crea un mensaje compartido que no solo informa, sino que también fortalece el lazo entre el medio y quienes lo ven o escuchan.

## **Pregunta N.2**

### **2. ¿Cómo evalúa el papel de Puruwa TV en la promoción de la identidad cultural y la inclusión social en Riobamba?**

Señala Manuela Cují, que el canal transmite información, educa y conecta a las generaciones actuales con sus raíces de origen, difundiendo eventos como el Pawkar Raymi y otras festividades tradicionales, resaltando los valores de la comunidad y la importancia del idioma ancestral, lo que asegura que las costumbres y prácticas culturales perduren a través de su programación.

Por otro lado Jorge Guachamín, resalta que este medio cumple un rol clave al promover tanto la identidad cultural como la inclusión social, ya que al ofrecer contenidos con un enfoque intercultural demuestra un compromiso real con el respeto y la exposición de las tradiciones de los pueblos, lo cual cobra aún más importancia si se considera que ya no existe la obligación legal de incluir al menos un 5% de programación intercultural, por lo que ahora es el propio criterio del medio y el espacio que decide dar a esa diversidad lo que deja ver si realmente se está garantizando el derecho de las comunidades a tener una comunicación que sea incluyente y represente su cultura.

### **Pregunta N.3**

#### **3. ¿Cuál cree que son los valores principales de un medio comunitario?**

Los valores fundamentales de un medio comunitario, como se desprende de las respuestas de Manuela Cují y Jorge Guachamin, se fundamentan en el compromiso con la comunidad y la defensa de sus intereses. Puruwa TV, al igual que otros medios comunitarios, se distingue por su enfoque en servir a la sociedad sin caer en las prácticas comerciales que han prioridad al beneficio económico, de este modo se refleja la rigurosa selección de la publicidad que transmite, (productos de los sectores sociales); así también su lenguaje accesible y cercano conecta directamente con los barrios y comunidades.

Por otro lado Jorge Guachamin, entiende que los principios que deben guiar a los medios comunitarios no son distintos a los que rigen a los medios públicos o privados, ya que todos tienen la obligación de asegurar que la gente pueda acceder libremente a la información, participar activamente, ejercer su derecho a comunicar y contar con un periodismo que actúe con responsabilidad, pero lo que hace único al medio comunitario es que mantiene un vínculo cercano y directo con la comunidad a la que pertenece, y es justamente esa conexión tan fuerte lo que le da mayor legitimidad y lo vuelve más valioso y significativo para quienes lo siguen.

### **Pregunta N.4**

#### **4. ¿Cree que existió otro medio comunitario aparte de Puruwa tv o es el único que hay en Riobamba?**

El análisis de las respuestas proporcionadas por Manuela Cují y Jorge Guachamin sugiere que, aunque existen otros medios comunitarios en el país y en el marco internacional, Puruwa TV se presenta como el único canal comunitario en la provincia de Chimborazo que brinda un servicio directo a la sociedad; de acuerdo a Cují, el medio se distingue por su compromiso con la comunidad, destacando que aunque otras iniciativas como las escuelas radiofónicas también forman parte de este entramado, Puruwa TV es el canal que realmente mantiene un contacto constante y directo con la audiencia local, lo que coloca a Puruwa TV en una posición privilegiada dentro de la región, especialmente por su capacidad de ofrecer una programación que responde a las necesidades de la comunidad.

Por otro lado, Jorge Guachamin hace referencia a que el único medio comunitario activo en Riobamba es Puruwa Tv, aunque a nivel nacional existen 57 medios de este tipo, lo que refleja un avance desde el reconocimiento constitucional del derecho a la comunicación en 2008; sin embargo, advierte que ciertos medios con licencias privadas adoptan prácticas propias de la comunicación comunitaria, lo cual plantea la necesidad de replantear los criterios de clasificación y reconocimiento de los medios, priorizando factores como la programación, la participación ciudadana y la relación efectiva con la comunidad por encima del tipo de concesión.

### **Pregunta N.5**

#### **5. Creen que un medio comunitario representa una ideología política?**

El análisis de las respuestas de Manuela Cují y Jorge Guachamin refleja una clara postura sobre el papel de los medios comunitarios frente a la política. Ambos coinciden en que un medio comunitario no debe ser identificado con ninguna ideología política específica, ya que su misión principal es estar al servicio de la comunidad y promover el bienestar social sin involucrarse en la politiquería o las disputas electorales.

Para Cují, el medio no se asocia ni con partidos políticos ni con autoridades, y su labor está orientada a la difusión de contenidos que favorezcan a la sociedad en general sin ningún sesgo partidista, lo que busca mantener la independencia y la imparcialidad, características esenciales para ser percibido como un canal genuinamente comunitario.

Por otro lado, Jorge Guachamin amplía la perspectiva al señalar que, aunque un medio comunitario no se adscribe a ninguna ideología política, sí puede abordar temas políticos, sociales y culturales relevantes para la comunidad, la diferencia radica en que estos temas se tratan desde una perspectiva que busque la inclusión y la representación de la realidad de la población, sin que ello implique una afiliación o apoyo a una corriente política, de este modo, el medio se convierte en un espacio para el debate y la reflexión, pero siempre con el objetivo de servir y fortalecer a la comunidad, sin comprometer su independencia.

### **Pregunta N.6**

#### **6. ¿Deben los medios comunitarios competir con otras opciones de comunicación masiva o digital?**

Las respuestas de Manuela Cují y Jorge Guachamin ofrecen perspectivas similares sobre la relación que los medios comunitarios deben tener con otras opciones de comunicación masiva o digital. Cují destaca la necesidad de adaptarse a los avances tecnológicos y aprovechar plataformas digitales como Facebook y YouTube para mantenerse relevantes y alcanzar una audiencia más amplia; en este sentido, la competencia no es tanto con los medios masivos, más bien con la propia evolución tecnológica que exige una constante actualización para lograr el impacto deseado y no quedar obsoletos, lo que permite que los medios comunitarios amplíen su visibilidad sin perder su esencia.

Por su parte, Guachamin considera que los medios comunitarios no deben necesariamente competir con los medios masivos o digitales, ya que cada tipo de medio tiene su propio espacio y público objetivo; en un contexto donde la digitalización y la inteligencia artificial están redefiniendo las dinámicas comunicacionales, cada medio debe centrarse en hacer bien su trabajo en su territorio específico, si un medio comunitario logra ser eficiente y efectivo en su labor, sin importar los avances tecnológicos, obtendrá buenos resultados y será valorado por su audiencia, de manera tal, la competencia no debe verse como un factor relevante, más bien como una oportunidad de crecimiento dentro de su propio nicho.

#### **Pregunta N.7**

#### **7. Desde una perspectiva técnica, ¿cómo pueden los medios comunitarios como Puruwa TV medir y analizar de manera efectiva su percepción en la audiencia?**

Desde una perspectiva técnica, los medios comunitarios como Puruwa TV pueden medir y analizar la percepción de su audiencia mediante métodos directos que facilitan la conexión con las comunidades; Manuela Cují señala que se utilizan sondeos de audiencia en los cuales se interactúa directamente con los pueblos y las comunidades, recopilando información sobre qué piensan, qué escuchan, y en qué horarios, lo que permite conocer las preferencias y necesidades de la audiencia, lo que mejora la oferta informativa, permitiendo identificar áreas de oportunidad para ajustar la programación según lo que la comunidad desea escuchar, de manera tal que se logra una retroalimentación que garantiza que el medio se mantenga alineado con los intereses de su público.

Por otro lado, Jorge Guachamin destaca un enfoque más centrado en la efectividad del medio al generar un impacto tangible en la comunidad; de acuerdo a lo que menciona Salazar, la verdadera medición del éxito de un medio comunitario radica en si logra dar voz

a los problemas de la comunidad y si, mediante esa exposición, se generan respuestas o soluciones a los problemas planteados; en este sentido, el medio se evalúa por el número de personas que lo siguen y por su capacidad para generar cambios reales y palpables en los sectores a los que sirve; así, el análisis de la percepción de la audiencia no se limita a lo cuantitativo, sino que también involucra lo cualitativo, evaluando el impacto social y la relevancia del medio en la resolución de los problemas de la comunidad.

#### **Pregunta N.8**

#### **8. En un entorno mediático cada vez más digital, ¿cómo puede un medio comunitario equilibrar su presencia en plataformas tradicionales y digitales?**

En un entorno mediático cada vez más digital, los medios comunitarios como Puruwa TV enfrentan el reto de equilibrar su presencia en plataformas tradicionales y digitales. Manuela Cuji destaca la necesidad de abrir más espacios en sus programas para aprovechar las plataformas digitales.

Lo cual les permite mantenerse más presentes y conectados con la audiencia; la tecnología, al permitir que las personas estén siempre conectadas a través de sus teléfonos, ha transformado la interacción, haciendo que la audiencia no dependa tanto de los medios tradicionales como antes, pero sí sigan necesitando espacios donde compartir y comunicarse, por tanto, adaptar su contenido tanto a las plataformas tradicionales como digitales les permite seguir siendo relevantes.

Jorge Guachamín, al hablar sobre cómo fue vista Puruwa TV por la población de Riobamba en 2023, menciona que uno de los desafíos más grandes que enfrentan hoy los medios comunitarios es encontrar un punto medio entre conservar lo tradicional y avanzar hacia lo digital.

Sí bien muchos siguen utilizando medios como la radio en frecuencia abierta, también están apostando por expandirse a redes sociales, YouTube, televisión estatal y otras plataformas virtuales, lo cual muestra que hay un esfuerzo consciente por adaptarse a los cambios y llegar a más personas, sobre todo a los jóvenes, quienes esperan una forma de comunicación mucho más dinámica, participativa y distribuida por diferentes canales.

#### **Pregunta N.9**

**9. ¿Qué recomendaciones le daría al equipo de Puruwa TV para fortalecer su impacto en Riobamba durante el próximo año?**

Para fortalecer su impacto en Riobamba el próximo año, Manuela Cuji sugiere que Puruwa TV debe involucrar más a los representantes y líderes locales en sus programas, lo que enriquecería el contenido y permitiría que el medio se conecte de manera más directa con las realidades y necesidades de la comunidad.

En un contexto donde la competencia con las redes sociales es cada vez más fuerte, este enfoque permitiría al medio adaptarse a las exigencias tecnológicas, y de esta forma mantener su compromiso con las demandas sociales de la ciudad, sin perder su esencia comunitaria.

En el contexto del análisis sobre cómo fue percibido Puruwa TV en Riobamba en 2023, Jorge Guachamín, secretario de CORAPE, plantea que para que este medio logre un mayor impacto en su entorno es clave que tenga bien claro para qué existe, es decir, que defina de forma precisa cuál es su propósito, cuál es el mensaje que quiere transmitir y qué tipo de cambio busca generar en su comunidad, ya que tener esa claridad le permite construir una línea editorial firme.

Además fortalece la unión entre las personas, apoyar el desarrollo de las economías locales, tener una presencia política activa y también asegurar que pueda sostenerse económicamente, todo esto a través de propuestas educativas y de comunicación que abran espacios para que la gente participe, que hagan valer los derechos colectivos y que impulsen transformaciones sociales desde las propias necesidades y aspiraciones de la comunidad.

**Pregunta N.10**

**10. ¿Como cree que es la percepción de la gente hacia el medio comunitario Puruwa tv?**

La percepción de la gente hacia Puruwa TV parece ser, en términos generales, positiva, de este modo Manuela Cuji señala que el medio ha logrado ganar la confianza de la sociedad al ofrecer espacios a representantes de diversas comunidades, lo que permite que se exprese lo que está sucediendo en esas localidades, lo que contribuye a fortalecer el vínculo entre el medio y sus audiencias, generando un respeto mutuo y un ambiente de confianza que se refleja en la receptividad de la comunidad hacia el canal.

Jorge Guachamín, explica que uno de los retos más grandes ha sido dejar atrás esa idea limitada que muchas veces encasilla a los medios comunitarios como si solo fueran rurales o exclusivamente indígenas, ya que esta forma de verlos impide que se les reconozca como actores con verdadera capacidad para influir, crecer y sostenerse a largo plazo, aunque a pesar de estos estereotipos que siguen presentes, Puruwa TV ha ido construyendo poco a poco un camino que demuestra que es un espacio legítimo y fuerte de comunicación social que va más allá de las etiquetas y que sigue reforzando su relación directa con la ciudadanía.