

LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOS MEDIOS EN LAS AREAS RURALES: LA EXPERIENCIA DE “TODAS LAS VOCES”

Delma Perdomo Deniz

Milton Gianonni

RESUMO

“**Todas las Voces**” es una propuesta innovadora en el país, que procura asociar una potente herramienta como lo son los medios de comunicación, con los procesos de promoción del desarrollo local. Procura otorgar protagonismo a las organizaciones sociales locales, profundizando la democracia y estimulando el ejercicio de los derechos cívicos de los ciudadanos, especialmente de aquellos que se encuentran en condición de mayor vulnerabilidad. Se ubica en áreas rurales del centro de Uruguay donde la actividad económica predominante es la producción ganadera extensiva. Comunicadores, en su mayoría integrantes de organizaciones sociales de seis localidades - previamente capacitados - producen y emiten semanalmente una revista radial y publican un semanario integrado al diario regional.

PALABRAS – CHAVES : Radio, Comunicación Comunitaria

1.-Introducción

El Proyecto “**Todas las Voces**”, representa una experiencia pionera en Uruguay, que tienen por fin último el **Desarrollo regional y local** de las comunidades involucradas, incorporando los Medios de Comunicación Social – en especial la Radio y la Prensa– como instrumentos promotores de ese proceso. La experiencia, organizada y puesta en marcha por la **Asociación Cristiana de Jóvenes del Uruguay** a través de su **Instituto de Desarrollo Humano** (IDHU), es coordinada por el Ing. Agr. Milton Gianonni, quien requirió para el abordaje de los temas que propone el Proyecto, la visión académica procedente del área de las Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República. Mi participación en el desarrollo del mismo, se vincula a las actividades de **capacitación de los actores sociales** involucrados, integrando el equipo de profesionales de la comunicación, que procura optimizar la creación de productos destinados a un amplio sector de audiencia y de lectores del interior del país. El Proyecto, abierto a nuevos aportes e innovaciones que puedan darse en su transcurso, ha requerido de **acciones de reformulación**, en las que también he tomado parte.

2.-La Institución responsable

La Asociación Cristiana de Jóvenes, responsable del Proyecto, tiene 92 años de vida en Uruguay. Posee un sólido prestigio institucional legitimado por su permanente vinculación a las más destacadas tradiciones democráticas y de tolerancia civil. Expresa su preocupación por los problemas sociales que afectan a sectores importantes de la población, a través de su Instituto de Desarrollo Humano (IDHU), llevando a cabo proyectos de desarrollo social en zonas urbanas y rurales desde hace más de 30 años. El financiamiento de los mismos se constituye con recursos solidarios del exterior, propios y los aportes locales de las poblaciones objetivo.

La estrategia de intervención en tanto actor externo, se basa en estimular la participación organizada de las personas como protagonistas principales de los procesos de crecimiento y desarrollo. La sustentabilidad (política, económica y operacional) constituye un criterio central que orienta los procesos de promoción y acompañamiento, evitando las prácticas paternalistas y subsidiaristas. Con tal propósito, se procura fortalecer los proyectos a través de acuerdos y convenios con otras instituciones, organizaciones sociales y grupos promoviendo el fortalecimiento del liderazgo local.

3.- Marco Teórico.

América Latina ha logrado importantes avances en la consolidación democrática, si bien aún resta un largo camino por recorrer. Este proceso implica necesariamente que todos los sectores de la sociedad puedan participar, opinar, decidir y en ese contexto, la comunicación y los medios en general desempeñan un papel muy importante. Los diferentes sectores instrumentan su utilización con distintos fines y dentro de ellos hoy asistimos a un aumento muy importante del número de organizaciones e individuos que con esfuerzo y voluntad, se organizan para hacer conocer sus necesidades, aspiraciones, su cultura, costumbres, su patrimonio natural.

Este espacio, que aspira a que estén todos los rostros de la sociedad que la componen, es la comunicación comunitaria, que sin fines de lucro y con vocación social, realiza un gran aporte ocupándose de las necesidades del conjunto. Esta comunicación descubre capacidades “ocultas” de las personas, liderazgos, ideas y opiniones que se expresan directamente por medios masivos. Genera la atención de las autoridades, posiciona mejor a las localidades en sus planteos y

contribuye así al desarrollo. La comunicación entre protagonistas locales, rompe el aislamiento geográfico y genera vínculos, permite un inicio de integración regional.

Sin embargo, por sus propias características, la comunicación comunitaria enfrenta muchas dificultades para obtener recursos, no existen marcos regulatorios que apoyen y muchas veces se pierden oportunidades de fortalecer estos valiosos emprendimientos que ya cuentan con formación y experiencia ó que se están iniciando. Se trata entonces de construir relaciones con el Estado, las Universidades, las empresas, los medios comerciales, no como una alternativa sino como una complementación que fortalece al conjunto de la sociedad.

La comunicación comunitaria, asociada al desarrollo de las comunidades o abocada a la resolución de problemáticas puntuales, tiene entre sus cometidos la misión de:

- Favorecer el diálogo y las distintas formas de comunicación entre los actores involucrados en el proceso, quienes generalmente conviven bajo el signo de la “incomunicación”, retardando o anulando así los avances en el logro de los objetivos pre-establecidos.
- Adecuar los códigos y los lenguajes para hacerlos más comprensibles y efectivos.
- Facilitar el intercambio entre los actores ciudadanos frente a los del campo; de los sectores urbanos de clase media y alta, frente a los urbanos periféricos; de los técnicos o especialistas, frente a los trabajadores; o de los órganos estatales, dirigiéndose a los pobladores marginales.
- Promover la **toma de decisiones** más conscientes por parte de los integrantes de cada comunidad.
- Capacitar y poner a su alcance los recursos necesarios para el uso adecuado de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, como instrumentos de desarrollo.

“Todas las Voces” procura incorporar estos cometidos a la realidad cotidiana de las comunidades rurales.

4.-El Contexto

La República Oriental del Uruguay, es un país de 177.410 Km cuadrados, ubicado en el cono sur, entre Argentina y Brasil, con una población de 3.167.000 habitantes, de los cuales el 43 % vive en Montevideo, concentrados sobre todo en la capital, y el resto se distribuye entre los restantes 18 departamentos del interior del país. El 91% de la población habita las áreas urbanas y

sólo el 9 % ocupa las áreas rurales. A partir de estos datos se observa un fenómeno de alta concentración poblacional en el medio urbano, remarcando la distancia existente entre la capital (Montevideo) y el interior del país, así como la ruptura entre lo urbano y lo rural, en el propio interior del país. Esta “distancia” no se debe, sin embargo, a factores geográficos que planteen obstáculos a la interacción, sino a que históricamente Montevideo ha sido el núcleo central, económico, cultural, financiero y político del país.

La producción agropecuaria, tradicionalmente el mayor rubro de exportación del país y por ende la más importante fuente de ingresos, se ha visto relegada en estos últimos años. Esta problemática – de orden económico, productivo y agrícola - oculta otras tan importantes como las anteriores por su complejidad social y humana, que se traducen en la existencia de menos oportunidades para un significativo núcleo de población.

Las encuestas llevan a constatar un alto índice de emigración desde el medio rural hacia los espacios urbanos, con cifras muy significativas: en 25 años la población rural se redujo en un 35% mientras que el número de trabajadores rurales decreció en un 27% (Datos PRONAPPA). El índice de pobreza en el medio rural, es de un 42% en los hogares de los productores y de un 41% en los hogares de los trabajadores asalariados, que se encuentran por debajo de la línea de pobreza.

Como consecuencia de las particulares características de Uruguay, algunas comunidades rurales se encuentran en una situación de aislamiento y marginación que se intenta revertir promoviendo nuevas formas de desarrollo regional o local. “Todas las Voces” es uno de los proyectos que asume ese desafío, impulsado por la A.C.J- Uruguay.

La Región.

El área geográfica del proyecto se ubica en el centro del país y mayormente en el interior del departamento de Durazno donde se constataron altos índices de Necesidades Básicas Insatisfechas (Censo de Población y Viviendas, 1996, Instituto Nacional de Estadísticas), en particular en el área rural.

4.1. Las áreas urbanas

Comprenden núcleos poblados de pequeño tamaño, menores de 7.000 habitantes, que en general han incrementado su población en los últimos años como consecuencia de la emigración del campo, aún, hacia pequeños poblados. La relación hombres/mujeres es equilibrada en todos los casos. Las fuentes de ocupación principales son los servicios y las tareas rurales.

Por su parte, se observa que la población económicamente inactiva es, en general, una proporción significativa de la población total.

Las categorías de ocupación muestran un predominio del empleo privado, el empleo público y el trabajo por “cuenta propia”.

El nivel educativo predominante es primario. Comparativamente, Sarandí del Yi muestra una media de años de educación formal más alta que las otras ciudades, en las que la población con educación secundaria y superior es reducida. Las de mayor población presentan, en general, más y mejores servicios, pero las demás tienen serias carencias en cuanto a servicios de educación, salud, comunicaciones, empleo.

4.2. Las áreas rurales

La producción predominante es la ganadería extensiva, con presencia importante del rubro lanar y la cría de la ganadería vacuna, con baja generación de empleo rural.

Predomina el campo natural, no cultivado, en el 90 % del área (Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca, Dirección de Estadísticas Agropecuarias, 2000).

En los últimos años, en concordancia con una política estatal de fuertes estímulos a la implantación forestal, el área dedicada a esta actividad ha aumentado considerablemente pasando en 10 años de un área insignificante a 500.000 hectáreas plantadas. El 80% de lo plantado pertenece a eucalipto y el resto pino (ídem). Si bien la mayor parte de la producción forestal se exporta solo como rolo (para la elaboración de pasta de papel), sin valor agregado en el país, se ha generando cierta demanda de mano de obra para los trabajos de viveros, plantación y mantenimiento de las mismas. Salvo en alguna de las grandes empresas, las condiciones de vida y trabajo son muy malas.

4.3- Las organizaciones sociales ¹

¹ Por razones de espacio no se incluye una tabla descriptiva por localidad que contiene las distintas organizaciones sociales, sus actividades principales y los problemas ó necesidades que atienden (ACOR, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Uruguay, 1996).

Las organizaciones sociales en general, mantienen un importante nivel de actividad y con resultados muy destacables. Su apoyo llega a ser determinante para el funcionamiento de una escuela, una policlínica, una secundaria, un equipo de fútbol, etc.

Más recientemente se han sumado formas organizativas más específicas, como infancia, mujer, tercera edad y otros, con contenidos y prácticas sociales renovadores.

Algunas poseen personería jurídica propia otorgada por el Estado.

5.-En la Radio: “Todas las Voces”

Todo proceso de desarrollo implica la participación y organización de las comunidades involucradas, para lograr afianzarse no sólo en el aspecto económico, sino también en el ámbito de lo cultural y comunicacional, como forma de reafirmar sus valores individuales y colectivos . En el momento actual, a los medios de comunicación les cabe una importante cuota de responsabilidad al respecto.

En una primera instancia, la Radio ha sido el medio de elección privilegiado para el desarrollo de este Proyecto, por su presencia decisiva en las zonas rurales del país.

A pesar de su reducida superficie, en Uruguay existen más de 130 emisoras (AM y FM).Esto asegura una potencial cobertura radial del 99% de los habitantes del país, incluyendo medio urbano y medio rural.

En el interior del país, por otra parte, se observa una mejor disposición de las emisoras a aportar un espacio significativo para atender a los gustos, los intereses, las necesidades, y las costumbres de la población rural. Es un medio accesible, que le resulta familiar y que goza de respeto y prestigio entre la audiencia. Esto hace de la radio un medio propicio para colaborar efectivamente en la superación del aislamiento de los sectores rurales en materia comunicacional.

Mario Kaplún, resume las ventajas del medio y de los programas destinados a las comunidades rurales, diciendo: *“Ayudarán al oyente a tomar conciencia de la realidad que lo rodea, tanto física como social; se integrarán en esa realidad, partirán de su propia problemática concreta, de su situación vivencial (...) Se identificarán con las necesidades y los intereses de la comunidad popular a la que se dirigen. Procurarán que ella descubra esas necesidades e intereses...”*(1987: 17)

Sin embargo, este proceso de inserción comunicativa radial también presenta dificultades: a pesar de que en el Uruguay existe una larga tradición radiofónica, el marco legal vigente no ha

permitido el desarrollo de radios comunitarias o educativas, como en la mayoría de los países de América Latina. El país tiene una fuerte concentración de población y de medios de comunicación en la capital, determinando que las zonas rurales alejadas, con malos caminos, en condiciones de aislamiento y alto índice de necesidades básicas insatisfechas, tengan pocas posibilidades de comunicación y crecimiento.

En estas zonas donde la imagen de la televisión llega a bajos porcentajes de la población, la radio adquiere un papel muy destacado en la socialización cotidiana. Es una ventana que se abre en la vida doméstica, a la información de lo que ocurre en el mundo, una compañía para quienes están muchas horas en el hogar, el trabajo o en el campo. Los medios nacionales no dedican tiempo de su programación a informar sobre la realidad del interior salvo que haya alguna noticia espectacular.

Paralelamente, en muchas localidades rurales las personas se vinculan y se organizan, en mayor o menor grado, tratando de mejorar sus condiciones de vida. A veces lo hacen desde instituciones u organizaciones formales, con sedes físicas y alguna infraestructura, y en un gran número de casos desde comisiones o grupos informales que durante muchos años procuran la resolución de problemas concretos. No es un proceso lineal sino un largo camino con una trama compleja, de relacionamientos, de demandas, de trabajo individual y en grupos, de articulaciones, de un aprendizaje con avances y retrocesos pero que en definitiva va construyendo escuelas, liceos, policlínicas, clubes y canchas de fútbol, comunidades.

6. Descripción del Proyecto

Este proyecto, recogiendo demandas locales, articula el trabajo de grupos y organizaciones con los medios de comunicación existentes en la región centro del país, para crear espacios de expresión ciudadana y educativos, como parte de un proceso general que contribuya al desarrollo social y económico. Espacios donde las organizaciones sociales y las personas individualmente se puedan expresar, integrando dinámicamente el ejercicio de los derechos y las responsabilidades. Se estructura a partir de dos grandes componentes que procuran realimentarse mutuamente:

- 6.1. Comunicación Radiofónica y en Medios Escritos.
- 6.2. La Promoción del Desarrollo Local

Comunicación Radiofónica y en Medios Escritos.

La etapa inicial se articuló a partir de 3 acciones simultáneas, fundamentales para la puesta en marcha del proyecto: **convocatoria, capacitación y convenios con las radios.**

Se realizó una **convocatoria abierta** en 6 localidades del interior del departamento de Durazno: La Paloma, Blanquillo, Sarandí del Yi, Villa El Carmen, Carlos Reyles y Cerro Chato. Estaba dirigida a organizaciones e individuos con vocación comunitaria y gusto por la comunicación, sin restricciones de edad, género, formación ni experiencia previa. Se fueron conformando grupos de 6 a 7 integrantes en cada localidad a los que se sumaron varias instituciones.

La **capacitación** radial comprendió un curso-taller inicial de 64 horas, posteriormente se han realizado 2 módulos por año (durante 2 años) de 16 horas cada uno en los que se incorporaron los *medios escritos y la fotografía* como apoyo. La mayoría de los capacitadores pertenecen a la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República.

Se iniciaron los **contactos con los propietarios** de 5 emisoras de la región para poder obtener espacios dedicados a la emisión del programa radial. Se obtuvo inicialmente el apoyo de 2 y posteriormente de una tercera radio. Se logró así emitir en vivo desde Radio Durazno, una radio AM en la capital del departamento, con fuerte alcance, como líder de la transmisión y dos más que transmiten en simultáneo (vía telefónica), 88.3 FM Oxígeno de La Paloma y AM 1160 Radio Agraria de Cerro Chato.

Características del Programa Radial

“Todas las Voces” tiene rasgos de una revista de interés general, combina lo informativo con lo formativo. Su característica más sobresaliente es la producción y transmisión en vivo de la información local por parte de los equipos de comunicadores. La emisión se realiza habitualmente desde Radio Durazno todos los sábados de 13.30 a 15.00 horas y en ocasiones se transmite en forma rotativa desde las localidades participantes. Los equipos de comunicadores locales envían durante la semana previa las notas grabadas que se editan y que luego ellos mismos presentan por vía telefónica (desde otra radio, la sede de alguna organización social, institución local ó el hogar). Agregan a su tarea, la planificación de los contenidos a desarrollar con los grupos locales, la producción general del programa y la venta de espacios publicitarios.

Se abordan temas como: salud, educación, vivienda, emprendimientos productivos, infancia, jóvenes, mujer, tercera edad, conservación del medio ambiente y otros que se consideren

apropiados por las propias comunidades. En oportunidades se invitan técnicos o autoridades del departamento (provincia) a los cuales la población les realiza preguntas sobre problemas de los servicios locales.

Se ha generado un espacio claramente identificado por la población objetivo que semana a semana se encuentra no solo con las voces de los especialistas ó autoridades, sino también con las de los vecinos.

Como resultado de los planteos realizados en los medios por los propios protagonistas (frecuentes cortes de energía eléctrica, el mal estado de los caminos, los problemas con la atención médica, transporte, etc.), se ha obtenido un número muy importante de respuestas, manifestaciones de interés y soluciones concretas, con un beneficio directo sobre las poblaciones.

A continuación se presentan las localidades, ubicación y número de habitantes, donde se conformaron equipos de comunicadores y las radios con las cuales se alcanzaron acuerdos para emitir el programa.

Localidad/Ciudad	Departamento	Nro. Habitantes	Radio
Durazno	Durazno	32.450	AM 1430 R. Durazno
La Paloma	Durazno	1.573	FM 88.3 Oxígeno
Cerro Chato	Treinta y Tres	2.945	AM 1160 Agraria
Blanquillo	Durazno	1.350	
Sarandí del Yi	Durazno	6.980	
Villa El Carmen	Durazno	3.100	
Carlos Reyles	Durazno	1.822	

Fuente: Censo General de Población y Vivienda, 1996, Instituto Nacional de Estadísticas.

El proceso de comunicación radial estimuló a los equipos locales a plantearse otras metas y así **comenzaron a escribir notas y artículos**, con los mismos objetivos comunitarios, en el diario El Acontecer que se distribuye en la región. Posteriormente una de las localidades (Sarandí del Yi) estableció un convenio más ambicioso y desde hace 5 meses publican el semanario “Todas las Voces” junto al diario de cobertura regional, otorgándole un carácter más amplio al conjunto del proyecto.

Se han facilitado a los grupos locales algunos medios técnicos (grabadores, teléfonos móviles, cámaras fotográficas) que posibilitan el trabajo de comunicación y la participación directa tanto en las radios como en los medios escritos.

La Promoción del Desarrollo Local

La producción radial y escrita son herramientas para potenciar el trabajo que desarrollan los grupos, organizaciones comunitarias e instituciones locales en su esfuerzo conjunto por mejorar sus condiciones de vida. Parece pertinente mencionar que a pesar de las muchas limitaciones, hay administraciones locales que realizan considerables esfuerzos y contribuciones.

Así, el proyecto aporta un trabajo de coordinación, articulación, capacitación de líderes, identificación de oportunidades de desarrollo económico-social que contribuye a la consolidación de las organizaciones sociales y al crecimiento de los individuos.

El proyecto apunta a la construcción de puentes entre el Estado y las organizaciones sociales, entre la iniciativa privada y el tercer sector, dinamizando las iniciativas ciudadanas.

El fortalecimiento de la capacidad efectiva de la sociedad civil debe entenderse en el contexto de las prácticas “clientelares” que alimentó el Estado de Bienestar y el ejercicio político ejercido por los caudillos locales.

Para ello se trabaja con todas las organizaciones sociales, líderes e individuos de cada localidad que se sientan motivados a participar directa e indirectamente en la búsqueda de soluciones conjuntas. No exclusivamente desde las demandas insatisfechas sino también desde una posición activa y constructiva.

7. Sistema de Objetivos

7.1. Objetivos Generales.

- a) Fortalecer la capacidad de iniciativa y de articulación entre grupos, organizaciones sociales y medios radiales de comunicación, conformando un sistema capaz de actuar sobre áreas de desarrollo social y económico en la zona centro del país.
- b) Contribuir al ejercicio de los derechos cívicos de los ciudadanos y al integral funcionamiento de la ciudadanía social (derechos y responsabilidades), comunicando

necesidades, propuestas, opiniones de la población en interacción local con medios y niveles de decisión público y privado.

c) Introducir elementos innovadores en cuanto a contenidos y formas en la radiodifusión de las áreas rurales del centro del país, tendientes a concentrar atención y aportar soluciones a las necesidades más prioritarias de la población de menos recursos.

7.2. Objetivos Específicos

a) Incorporar a la programación de las radios locales, contenidos periódicos, sistemáticos de naturaleza educativa y de información comunitaria, facilitando el diálogo y el intercambio de experiencias entre los actores locales y externos.

b) Facilitar la comunicación en red de grupos sociales radicados en distintas localidades rurales de la microregión de impacto, a partir de problemas, necesidades y actividades de interés comunitario.

d) Capacitar a actores locales: promotores y comunicadores, a efectos de procurar el logro de los impactos y los

productos idóneos a la satisfacción de los intereses del conjunto de la sociedad local involucrada.

e) Posibilitar la sustentabilidad efectiva del Programa de Comunicación con el involucramiento de empresas e instituciones públicas y privadas que participen en el soporte material e institucional.

8.-Resultados en relación a los objetivos de producto

- Producción y emisión de más de 100 programas innovadores y particulares que llegan a la población de las áreas rurales y urbanas de la región centro del país.

- Vinculación regular y orgánica de al menos 25 personas y 15 grupos / organizaciones comunitarias con la programación.

- Capacitación de 50 personas en técnicas de comunicación social (radial, prensa escrita, fotografía, informática).

- Realización de 3 instancias anuales de planificación y evaluación de actividades con el conjunto de los comunicadores locales, más representantes de las organizaciones.

- Las localidades han organizado entre su audiencia, al menos 2 concursos por año, sobre temas de preocupación social (prevención del SIDA, temas de género, patrimonio natural) con premiación a los ganadores.
- Realización de un Festival anual del programa de radio en Villa del Carmen.
- Se imprimieron medios gráficos identificatorios con el logotipo del programa, para ampliar su difusión.
- Se han publicado 25 números del semanario “Todas las Voces”.
- Se trabaja actualmente en la organización de un encuentro en Montevideo con participación de experiencias semejantes de otros países de América Latina.

9.-Impactos

El proyecto “**Todas las Voces**” ha permitido:

- Llegar a más de 10.000 personas de las áreas rurales y urbanas de la región centro del país a través de un programa radial producido por los propios actores locales.
- Estructurar progresivamente una red de comunicación entre las distintas localidades y entre ellas y los niveles departamentales.
- Otorgar la oportunidad de expresarse a través de un medio de comunicación masivo a más de 500 personas que anualmente salen al aire en directo para plantear opiniones y propuestas en torno a temas de su interés.
- Realizar entrevistas a candidatos presidenciales, ministros, autoridades departamentales y nacionales por asuntos de interés local.
- Contar, entre los resultados no esperados, la posibilidad de generar puestos de trabajo a nivel individual a algunos comunicadores a partir de su buen desempeño y formación calificada.
- Organizar nuevos cursos de capacitación para afianzar la experiencia obtenida, a iniciativa de los comunicadores y de capacitadores en el área comunicacional.
- Estimular a los participantes en el proyecto para continuar superando su nivel de formación, integrándose al sistema educativo formal.
- Obtener ingresos a los Equipos de Comunicadores a partir de la venta de publicidad.
- Obtener una importante distinción: el premio “Tabaré” edición 2000 organizado por el Diario La República, de distribución nacional. El programa radial fue seleccionado entre los diez mejores del interior.

- La incorporación de los comunicadores a la Asociación Duraznense de Prensa (ADP), como miembros plenos de la institución, en reconocimiento a los valores de la experiencia.
 - El proyecto ha rescatado el potencial de liderazgo local para promover a sus protagonistas, impulsando el desarrollo individual y grupal.
- Todas las Voces sigue en curso y está en proceso abierto a las modificaciones y crecimiento que puedan darse en su transcurso.

10.- Bibliografía

- PRONAPPA : “Cuando los cambios son posibles”. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Montevideo, URUGUAY, 1995.
- MINISTERIO DE GANADERIA, AGRICULTURA y PESCA.- Dirección de Estadísticas Agropecuarias, . Montevideo, URUGUAY , 2000.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS.-Censo de Población y Vivienda, 1996.
- CENECA."Educación para la comunicación". Manual Latinoamericano. Chile. 1992.
- CENECA. Naín Gómez.- “Mito y realidad de la participación radial en Chile”. 1989.
- GALILEA, Sergio y otros.- (OPP-CEPAL-PNUD-INL).“Planificación, Evaluación y Desarrollo Regional”. INL, Uruguay. 1989.
- IPAL (Instituto para América Latina)- “Comunicación y Desarrollo”. Lima.1987.
- CIIDU.- “Medios de Comunicación y Desarrollo en zonas rurales”, 1987.
- KAPLUN, Mario. “El Comunicador popular”. Edit. HUMANITAS. Bs. As.1987.
- DIAZ BORDENAVE, Juan – MARTINS DE CARVALHO, H. “Planificación y Comunicación”. Edit. DON BOSCO. Quito. Ecuador. 1978.
- ALVAREZ, Luciano. "Lógica de una Comunicación Democrática". CLAEH - Ed. de la Banda Oriental. Montevideo - Uruguay. 1986.
- SAFAR GANAHL, Elizabeth. “ Nuevas Tecnologías, Información y Comunicación” en Revista COMUNICARTE N° 11/12.Edit. Universidad de Campinas. Brasil. 1988.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. “Diagnóstico en Instituciones”. Ed. CIESPAL. Ecuador. 1986.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. “El Autodiagnóstico Comunitario”. Ed. CIESPAL. Ecuador. 1985.

- PRIETO CASTILLO, Daniel. “Análisis y producción de mensajes radiofónicos”. Ed. CIESPAL. Ecuador. 1985.
- UNESCO. "La educación en materia de comunicación". París.1984.
- REVISTA CHASQUI N° 14. “ Investigación y Planificación de la Comunicación”. Quito. Ecuador. 1985.
- REVISTA CHASQUI N° 8. “ Comunicación Popular”. Quito. Ecuador. 1983.
- ANDER-EGG, Ezequiel. “Periodismo Popular”. Ed. HUMANITAS, 1984.
- MERAYO Pérez, Arturo. "Para entender la Radio". Universidad Pontificia de Salamanca. ESPAÑA, 1992.
- PRADO, Emilio: "Estructura de la información radiofónica". Barcelona; A.T.E., ESPAÑA, 1981.
- MARTINEZ Albertos, J. L. : "El mensaje informativo"; Barcelona; A.T.E; ESPAÑA, 1981.
- GARCIA CAMARGO, Jimmy; "La radio por dentro y por fuera". Col. INTIYAN; ECUADOR, 1980.
- KAPLUN, Mario. "Producción de programas de radio";INTIYAN; ECUADOR;1978.
- OURO Alves, W; "Radio : la mayor pantalla del mundo"; Materiales de Trabajo. CIESPAL; Ed. BELEN. ECUADOR,1984
- Documentos CIESPAL: "Documental radiofónico". Néstor H. Cárcamo.- CIESPAL- Radio Nederland.. ECUADOR, 1984.
- Documentos CIESPAL: "Consejos generales para realizar entrevistas" CIESPAL- Radio Nederland. ECUADOR, 1984.
- DEL RIO REINAGA, Julio. "El Reportaje"; Col. INTIYAN; ECUADOR, 1978.
- Revista CHASQUI No. 10. CIESPAL, Quito, ECUADOR, 1984.
- NEWMAN, J.F. ; "Periodismo radiofónico"; Limusa - Wiley, MEXICO,1983.