



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA COMUNITARIO "MINGA POR LA  
PACHAMAMA"**

**AUTOR:**

**PALMA PIGUAVE ANTHONY JAIR**

**TUTOR:**

**MSC. SALAMEA LIMONES VICTORIA**

**BABAHOYO – ECUADOR**

**2023**

## **Resumen**

Dentro de este trabajo se puede encontrar el análisis de contenido del programa comunitario "Minga por la Pachamama". Con el objetivo principal de Analizar el contenido del programa transmitido en medios comunitarios Minga por la Pachamama fue posible abordar los temas de la comunicación comunitaria, las características de la producción, lo que presentan y los canales recurrentes en esta forma de producción.

Resultando en el uso de una metodología inductiva en vía de lo cualitativo, con lo que se ha podido explorar las cualidades del contenido y sus elementos por medio de la técnica de observación con sus respectivas fichas como instrumento que se empleó al analizar 4 muestras de episodios en el periodo 2022 y 2023 y una entrevista realizada a un Técnico Superior en Producción quien aportó sus puntos de vista sobre lo que ofrece el producto y la forma de comunicación comunitaria.

Concluyendo en que Minga por la Pachamama desarrolla las temáticas de ecología, economía sustentable y participación, todo dirigido hacia el respeto del medio ambiente y las personas, impactando gracias a sus enseñanzas del cómo hacer y que la audiencia de esta clase de proyectos es una que tiende a querer aprender, además que los medios comunitarios se basan en productos como el del proyecto analizado, pero se recomienda una mayor interacción para generar movimiento en la audiencia además de atender más sus redes y canales.

Palabras clave: Minga por la Pachamama; comunicación comunitaria; análisis; Producción.

## **Abstract**

Within this work can be found the content analysis of the community program "Minga por la Pachamama". With the main objective of analyzing the content of the program transmitted in community media Minga por la Pachamama, it was possible to address the topics of community communication, the characteristics of the production, what they present and the recurrent channels in this form of production.

This resulted in the use of an inductive methodology in a qualitative way, with which it has been possible to explore the qualities of the content and its elements through the observation technique with its respective cards as an instrument used to analyze 4 samples of episodes in the period 2022 and 2023 and an interview with a Senior Production Technician who provided his viewpoints on what the product offers and the form of community communication.

Concluding that Minga por la Pachamama develops the themes of ecology, sustainable economy and participation, all directed towards respect for the environment and people, impacting thanks to its teachings of how to do and that the audience of this kind of projects is one that tends to want to learn, also that community media are based on products such as the project analyzed, but more interaction is recommended to generate movement in the audience in addition to attending more to their networks and channels.

Pachamama; community communication; analysis; production.

## Índice

Resumen .....	i
Abstract.....	ii
Certificación de la Autoría Intelectual.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1. Planteamiento del problema .....	5
2. Justificación .....	7
3. Objetivos del estudio .....	9
3.1. Objetivo General.....	9
3.2. Objetivos Específicos .....	9
4. Línea de Investigación.....	9
5. Marco Conceptual.....	10
6. Marco Metodológico .....	17
7. Resultados.....	19
8. Discusión de Resultados.....	25
9. Conclusiones.....	27
10. Recomendaciones .....	29
11. Referencias .....	30
12. Anexos .....	

## **1. Planteamiento del problema**

En el Ecuador la gran mayoría de los medios comunitarios son radios y de la misma forma, la gran mayoría pertenece a pueblos y nacionalidades de la Sierra y Amazonía, por lo que no es sorpresa que se apoyen de forma mutua formando redes de trabajo.

Los medios comunitarios, sin embargo, no han tenido el alcance que merecen, puesto que, en su mayoría, son los medios privados los que acaparan la mayor cantidad de audiencia y es complicado para las comunidades competir contra la promoción que se dan los medios privados.

Muchos programas en esta clase de medios buscan formas de cumplir con su objetivo de mejorar su comunidad y aumentar su audiencia, sin embargo, resulta una tarea complicada debido a las limitaciones que vienen con la naturaleza propia del medio, presentando obstáculos como la poca visibilidad en comparación con medios de comunicación públicos o privados, lo complicado que resulta obtener equipo adecuado y la falta de participación de la comunidad. Por lo que, en muchas ocasiones, sus productos llegan a carecer de estrategias o contenido que los lleve más allá de su posición. A pesar de eso existen algunos que gozan de popularidad, apoyo y cobertura.

Minga por la Pachamama: Una ventanita del campo a la ciudad, es una revista radial auspiciada por la red de medios comunitarios del Ecuador, su contenido se centra en la soberanía alimentaria, económica y solidaria de la comunidad, este programa hace uso de la red comunitaria creando herramientas para una comunicación participativa y de acción.

Con tal historial se requiere un análisis de su estructura y estrategias de comunicación, para llegar a comprender hasta donde llegan las voces del colectivo, además de llegar a

comprender su nivel de participación dentro del proyecto, incluyendo los aportes que la revista radial da a su entorno, sus procesos de creación y difusión de contenido.

Entendiendo por tanto que es necesario explicar la problemática de cuáles son las características presentes en su contenido, las temáticas de apoyo a la comunidad que brindan y que son los medios de comunicación comunitarios y por qué transmiten a Minga por la Pachamama.

## 2. Justificación

Los medios de comunicación comunitarios se presentan como una forma en la que las localidades y grupos puedan hacerse con la voz y participación que no son capaces de obtener en los medios masivos públicos o privados, una alternativa con la que puedan empoderarse como comunidad.

Por lo tanto, las producciones que se dan en estos medios debe facilitar y promover un beneficio a la calidad de vida de sus miembros. Como el creado por Radio Sutatenza, que fue un hito en la comunicación gestada por y para la comunidad, que aportó en materia de cátedra, alfabetización y en la construcción de una economía sostenible en la localidad, a tal punto que no solo fue popular en su país de origen, Colombia, sino en toda la región latina.

La revista radial Minga por la Pachamama se presenta como un programa que fomenta la participación comunitaria en beneficio de la misma, a través de la socialización de creaciones de alto valor cultural, social y económico, dando voz a sus argumentos y participando activamente en el análisis de sus necesidades, además de la constante búsqueda de soluciones en su beneficio. Pues a través del análisis de su contenido, es posible darse cuenta de hasta qué punto cubre su misión hacia su grupo, los mecanismos que presentan dentro de la producción y, de existir, como superan los obstáculos que se presenten.

Esta investigación plantea el reconocer las fortalezas del producto, sus características y el sistema que usa para impactar en su audiencia. Su principal justificación radica en satisfacer la necesidad de conocer los elementos que le han permitido mantenerse dentro de su círculo, de manera que sirva como una manera de demostrar la importancia de los medios y programas comunitarios dentro del país, para la difusión de material de importancia cultural y educativa, resaltar sus aciertos e identificar sus necesidades a través de lo que ofrece en sus

episodios, inclusive demostrar su trabajo como ejemplo de calidad dentro de producciones de esta índole. Además, de convertir esta investigación en un precedente para futuros análisis a otros productos y fomentar la creación de nuevos.

En perspectiva, la realización de este estudio se muestra como un aporte de importancia a la academia, puesto que busca el mostrar y resaltar el esfuerzo de los medios comunitarios y los contenidos que difunden, materia de gran relevancia pero que no ocasiona el suficiente ruido dentro del país; mientras, al menos en la Universidad Técnica de Babahoyo, se ha mostrado interés en el estudio de esta modalidad de comunicación y este proyecto llega a informar sobre los procesos de creación de esta clase material educativo, las estrategias que emplean, sus estructuras y flujo de producción, de modo que suma información al proceso de enseñanza-aprendizaje dentro de la carrera de comunicación y toda la academia.

Adicionalmente, con este análisis se benefician una variedad de actores, iniciando por el propio programa, puesto que podrán reflexionar con los datos brindada y tendrán una visión externa de las practicas que realizan en la creación de su producto y observar al material desde otro punto de vista.

Su comunidad objetivo podrá enriquecer su conocimiento acerca de los procesos que lo integran, por lo que tendrán la información necesaria para aumentar su colaboración y participación sobre el producto de comunicación. También se benefician los estudiantes de comunicación que requieran aumentar su entendimiento e información sobre los medios comunitarios y estos proyectos, pues tendrán acceso a los detalles que conforman a un referente en la región; de la misma manera, se beneficia cualquier persona con interés en crear contenido para un medio comunitario.

### **3. Objetivos del estudio**

#### **3.1. Objetivo General**

Analizar el contenido del programa transmitido en medios comunitarios Minga por la Pachamama

#### **3.2. Objetivos Específicos**

- Definir el estado actual en que se encuentra el programa Minga por la Pachamama y su contenido
- Establecer una base teórica sobre la comunicación que se da en los medios y programas comunitarios a través del criterio de autores de talla nacional e internacional.
- Examinar el contenido presentado en el programa Minga por la Pachamama y su presencia en el ámbito comunitario.

### **4. Línea de Investigación**

Para la realización del presente trabajo se requirió del empleo de la línea de investigación de Comunicación, cultura, ambiente y sociedad, con la respectiva sublínea de Medios de comunicación, comunidad y cambio social.

## 5. Marco Conceptual

### Comunicación comunitaria

La mezcla entre la comunicación y lo comunitario aparece ante una situación en donde el poder de lo económico, social y político, junto con el flujo de la información se concentran únicamente en la élite poderosa. (Ramírez, 2019). Una forma en que las comunidades puedan usar vías alternativas sobre las que el control social, político e informativo no sea solo de unos pocos.

Pues usan un sistema que salta las limitaciones de un modelo vertical clásico, (Kaplún, 1984), El modelo emisor a receptor es la comunicación de jefe a subordinado, es decir, un modelo permanente en una sociedad autoritaria.

La comunicación comunitaria da las herramientas para poner sobre la mesa un diálogo en el núcleo impulsador de la información para medios comunitarios y locales sean las voces de un grupo. Marcando un ciclo en el que tanto el emisor como el receptor no sean estáticos, sino móviles y dinámicos; todo esto solo es posible gracias a la participación (Navarro, 2017). En consecuencia, se crea un ciclo de comunicación participativa, que da cabida a las distintas voces de la comunidad en la que lo más importante es el diálogo entre sus miembros.

La verdadera comunicación es una que está dada entre seres o comunidades humanas que dialogan, sin importar distancia o medios; solo es comunicación cuando existe un diálogo, sino, sería simple transmisión de información de forma unidireccional, algo que fomenta el modelo clásico (Kaplún, 1984). Se entiende, entonces, que si la comunicación no

es diálogo entonces no es comunicación real, algo que encaja con el modelo cooperativo que propone la comunicación comunitaria en la se requiere una participación activa.

Se exalta además la importancia de compartir la cultura, para hacerlo, la forma en que se lo hace también importa. Ya que el idioma es el núcleo de la creación de la cultura, ayuda a distinguir a un grupo social de otro, con esto permite comprender y compartir la forma de vida de pueblos y ciudades con sus semejantes o personas que entiendan el idioma (Reinoso, 2020). El idioma participa en la difusión y creación de cultura al ser un actor crucial en el proceso de comunicación, especialmente cuando se trata de la divulgación de la cosmovisión y estilo de vida de pueblos y comunidades para enriquecer al resto del mundo.

### **Medios y programas de comunicación comunitaria**

La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, publicada por la (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013) entiende a los medios comunitarios como aquellos que pertenecen, son administrados y dirigidos tanto por movimientos como organizaciones sociales, por colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, casas de estudio como universidades y escuelas politécnicas que ejerzan una comunicación democrática. Poniendo las herramientas al alcance de quienes las necesitan, al menos en Ecuador, las organizaciones tienen respaldo legal a la hora de crear un espacio para compartir sus ideas.

Toda persona tiene el derecho a una comunicación incluyente, intercultural, y participativa, a la capacidad de crear medios de comunicación privados públicos y comunitarios (Ministerio de Gobierno del Ecuador, 2008). Pues es un derecho el tener los medios para comunicar las ideas de los pueblos y comunidades, no solo para hacer presencia

frente a los demás y resaltar sobre los medios privados, sino también para mejorar la calidad de vida de una comunidad sin distinciones ni discriminación de ningún tipo.

La historia ubica como uno de los referentes en materia de medios comunitarios en la región latina a Radio Sutatenza. Nace ideada por los mismos miembros de la comunidad, como respuesta a las necesidades de comunicación social. Sus principales programas eran para alfabetizar a los campesinos, también daba solución a problemas de la comunidad campesina, relacionadas con vivienda, nutrición, salud, servicios públicos y comunales, entre otras. Fue tan exitosa que saltó de su zona hasta una sede en Bogotá, para finalmente cerrar en 1989. (Bernal, 1989).

Radio Sutatenza se embarca en el perfeccionamiento de la calidad de vida de su comunidad, siendo accionada por sus propios miembros, educándose en temas culturales, sociales y de educación, llegando a ser tan popular que creció a nivel nacional, marcando un precedente. Utilizando al espectro radioeléctrico para funcionar, marcando la tendencia, no obstante, no es la única forma de ejercer la comunicación comunitaria.

En construcción de nuevas narrativas, los medios comunitarios presentan tres principios básicos: Una ética que pone como núcleo la dependencia mutua entre el ser humano y el planeta; una ecología que permita usar los recursos sin dañar ecosistemas; y una equidad sostenida sobre una economía que permita una redistribución de la riqueza adecuada (Krohling, Chaparro, & Torrico, 2019). Estos tres principios básicos deben estar presentes para que los miembros de la comunidad hagan uso de su voz y de los recursos con los que cuentan sin olvidar que necesitan de la madre tierra.

### **Canales de transmisión y recursos**

Al igual que la comunicación a través de medios públicos o privados, tanto los alternativos como comunitarios hacen uso de los medios masivos. Al pensar en medios de masas se hace alusión a la prensa, radio, a la televisión, también al internet, sin embargo, en esta definición también pueden entrar el cine, las revistas, los carteles informativos, hasta las señales de tráfico (Velásquez, Renó, Beltrán, Maldonado, & Ortiz, 2018). Es decir, aquellos medios que permitan que el mensaje sea recibido por una cantidad masiva de receptores, en su mayoría, se reconocen a los medios tradicionales y en modernas instancias a la internet.

Reiterando al internet como una herramienta para la comunicación comunitaria, han encontrado abrigo en la masividad y accesibilidad que dan las redes sociales. Como medio alternativo y plataforma de medios de comunicación comunitarios, el fenómeno tecno-social de las redes sociales surge de los avances sobre las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) y de aquellas formas sociales y culturales en las que las sociedades las hacen parte de sus vidas junto con el análisis de su realidad y la producción de sentidos (Tapia, 2020).

El fenómeno tecno-social de las redes sociales (como medio alternativo y plataforma de medios de comunicación comunitarios) es una respuesta a los avances que se producen alrededor de las TIC's y a las múltiples formas sociales-culturales en la que la sociedad la asimila y las hace parte de sus formas de vida, a la producción de sentidos y al análisis de la realidad.

Los medios de comunicación comunitarios más populares de la región utilizan el espectro radioeléctrico, las frecuencias, sin embargo, son limitadas, por lo que es necesario solicitar un espacio para su contenido. Por lo que a favor de fomentar la pluralidad y la diversidad de la comunicación, el Estado garantiza la transparencia en los procesos de

asignación de frecuencias y bandas libres para el uso de redes inalámbricas, facilitando la creación de los medios, incluyendo los comunitarios (Ministerio de Gobierno del Ecuador, 2008).

En Ecuador, el Estado se encarga de garantizar que el proceso para adquirir frecuencias en los medios, para evitar que solo una esfera social lo controle y permitir la libre expresión. Además, la Ley Orgánica Comunicación expone que los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social; incluyendo también que su contenido es pluralista e intercultural, académico y formativo. En cuanto a la gestión técnica, administrativa y financiera, todas son de carácter comunitario (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013).

A pesar de aquello, algunos medios comunitarios han adoptado costumbres periodísticas de los medios privados, como la repetición de parrillas musicales, o informativos apoyados en redes de medios como Corape y Aler, por lo que no están basadas específicamente en lo local sino que llega a lo nacional e internacional (Tamarit, Puñal, & Sánchez, 2020).

Es decir, para aumentar su tiempo al aire, los medios llevan a sacrificar el contenido novedoso y a pesar de que algunos llegan transmitir contenido repetitivo, además, en ocasiones a servirse de las útiles redes de medios comunitarios, pero, a percepción de las autoras, los contenidos retransmitidos de zonas diferentes no llegan a cubrir con las necesidades de las zonas receptoras.

En el país uno de los principales exponentes de la cultura de la comunicación en el ámbito de la comunidad es la coordinadora CORAPE. La Coordinadora de Medios

Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador, organismo sin fines de lucro que ha creado una comunicación alternativa con base en compartir gran diversidad de conocimientos sobre las comunidades asociadas, expresando sus necesidades y promoviendo su participación en lo educativo, económico y social del país a través de su red de medios comunitarios (Arévalo, 2020).

No obstante, al hablar de producciones con dirección a lo comunitario, estas se enfrentan a desafíos acarreados por su propio sistema, es decir, al ser proyectos sin fines de lucro ideados por y para miembros de la comunidad, no solo son escasos los recursos materiales, sino también el recurso humano. “La escasez de recursos humanos y materiales hace que las emisoras tengan que acudir a los apoyos de personal voluntario, con la inestabilidad que ello supone para diseñar y desarrollar una programación consistente, de calidad y con permanencia en el tiempo, basada en la participación de todos los colectivos que conforman una comunidad” (Tamarit, Puñal, & Sánchez, 2020, pág. 143).

### **Minga por la Pachamama**

Constituida por un equipo que trabaja la comunicación para la acción, una forma de comunicación que busca la práctica y reflexión colectiva. Con el interés de fomentar la soberanía alimentaria, la economía solidaria y el consumo responsable y el uso colectivo de herramientas comunicacionales cercanas, usan a las radios altoparlantes, radio en línea, radio revistas, multimedia, comunicación digital y más. Cuentan con contacto telefónico ilustrado, producción colectiva de productos radiales, programas desde las localidades y con dirección, producción y conducción: Marcelo Aizaga, Eliana Estrella y el soporte técnico de Corape, busca comunicar a las familias ecuatorianas y el mundo (Minga por la Pachamama, 2019).

Uno de los objetivos es el generar opinión. Una herramienta usada para la producción radial es el micrófono abierto, es decir, se invita al programa a feriantes, consumidores, caseritos y caseritas para dialogar, de modo que se pueda conversar de temas de interés sobre la economía solidaria y la soberanía alimentaria (Aizaga & Estrella, 2012). Desde la concepción del programa y una de las bases fundamentales es fomentar el diálogo participativo, por lo que emplean estrategias como invitar a miembros de la comunidad o que posean conocimiento que beneficie a los miembros de su audiencia.

Este programa y su producción, posee ayuda por parte de redes de medios, siendo su apoyo y soporte técnico, la coordinadora Corape. Que surge como la voz del pueblo posterior a las luchas indígenas, para así reivindicarse como una comunidad libre del racismo, adaptada a las leyes y con un goce de los mismos derechos que todos. Corape, fue puliendo y desarrollando estrategias de comunicación a fin de alcanzar la aceptación y reconocimiento de los oyentes de las radios afiliadas (Reinoso, 2020). Como un grito por mejorar su situación como comunidad y exigir hacer valer su derecho a comunicarse, así se presentó esta red coordinadora.

## 6. Marco Metodológico

Con el fin de garantizar la confiabilidad de este trabajo, se ha optado por emplear una metodología cualitativa. Esta metodología se caracteriza por permitir que el investigador inicie el proceso examinando los hechos en sí y revisando estudios previos de manera simultánea, con el propósito de generar una teoría que esté en concordancia con las observaciones que está realizando (Sampieri, Lucio, & Collado, 2014). Este enfoque resulta idóneo para la obtención y el manejo de información en la que se resalta el estudio de las cualidades del programa, su contenido y su gestión, así como la consideración de elementos como los canales utilizados.

Por lo que una metodología cualitativa suele ser empleada en conjunto con el método inductivo “el enfoque cualitativo emplea la lógica inductiva fundamentada en la corriente interpretativista y socio crítico, de lo particular a lo general” (Palmett, 2020, pág. 38). De esta forma se pudo partir de las premisas particulares obtenidas en el análisis de las características mencionadas, para exponer un pensamiento generalizado.

Además, se ha podido usar la técnica de consulta documental para satisfacer la necesidad de obtener información necesaria de la mano de documentación redactada por estudiosos de la comunicación comunitaria tanto dentro como fuera del Ecuador, adicionalmente, la técnica, ha permitido explorar las posturas que poseen la Ley Orgánica de Comunicación y la Constitución ecuatoriana sobre este tipo de comunicación.

La técnica de observación no participante indirecta a través de la ficha de observación que es aquella que se usa cuando se requiere obtener información de un objeto a través de un análisis, medición o evaluación (Arias, 2020). Empleada para realizar una revisión de un grupo selecto de episodios de la revista radial Minga por la Pachamama, pudiendo recolectar

una gran variedad de datos referentes a los temas tratados en el programa y cuál es el tratamiento que se le da en el mismo.

En adición, para complementar la revisión de los episodios, se optó por el uso de la entrevista, la cual busca obtener información personalizada sobre acontecimientos, experiencias y opiniones de personas, en donde participan al menos dos personas, una como entrevistadora y otra como entrevistada (Folgueiras, 2016). Esta técnica se aplicó sobre un productor independiente, el Técnico en Producción Enrique Armendáriz con trayectoria y experiencia en el campo. Para la elaboración de esta técnica, el miembro entrevistado tuvo que responder al cuestionario, herramienta constituida por nueve preguntas referentes a la situación, elementos, recepción y creación de esta clase de programas y de Minga por la Pachamama.

## 7. Resultados

### Fichas de observación

Para la técnica de observación, se eligió 4 episodios, dando como resultado fichas de observación que contienen información del contenido de los capítulos, los cuales se mostraran a continuación:

El primer episodio analizado fue titulado Minga por la Pachamama: Diálogos, Saberes y Sabores. Presentado por Marcelo Aizaga, Pilar Cajas y Giovanna Mateus. Tiene como eje temático la gastronomía, la presencia de las mujeres y la importancia que tienen en los roles de la sociedad. Además, se fomentó el consumo de alimentos locales y tradicionales. Al principio del episodio se nombró a aquellos medios comunitarios que transmiten y retransmiten sus programas, todo el episodio está disponible en video y tiene la marca de Corape digital tv. Con una duración de 59:09 minutos, fue transmitido el 22 de mayo del 2022.

El segundo fue titulado Mujeres, Ferias y Ponches. Presentado por: Marcelo Aizaga, Eliana Estrella Cobo, Fernanda Quishpe y Pilar Cajas. Aborda el tema de las mujeres luchadoras y emprendedoras de diferentes comunidades, reunidas en ferias agroecológicas.

El programa está constituido por varios reportajes en diferentes ferias y zonas, dando especial énfasis a las mujeres y su trabajo en la agroecología y la producción de alimentos sostenibles y locales. Se presentan además conceptos de alimentación orgánica y la preocupación por el medio ambiente y la salud. De nueva cuenta, al inicio del programa se nombró a aquellos medios comunitarios que transmiten y retransmiten sus programas, todo

el episodio está disponible en video y tiene la marca de Corape digital tv. Transmitido el 31 de marzo de 2022 tiene una duración de 59:27 minutos.

Tercer episodio titulado Jóvenes de la Colonia Cañari en Quito. Se entrevista a jóvenes miembros de un colectivo que representa a los jóvenes Cañaris que debieron trasladarse a Quito. Les dan el micrófono para que expresen sus ideas, las experiencias que han tenido en su transición a la ciudad y se invita al apoyo de su comunidad, además de fomentar la importancia de la identidad cultural. De forma paulatina dentro del programa se iban presentando espacios de anuncios de eventos de la comunidad.

Como es costumbre, el episodio comienza enumerando los distintos medios comunitarios por los cuales se difunde y retransmite el programa. El formato del programa es en video y lleva la marca de Corape Digital TV. Transmitido el 5 de febrero de 2023, tiene una duración de 59:09 minutos.

Con el título de MUYU Moneda social. El cuarto episodio exploró nuevas formas de economía, el concepto de moneda social, cómo crear y manejar la moneda y los beneficios a la comunidad. También se tomó la temática del prosumidor y la economía sustentable, desde el punto de vista y experiencia de conocedores del tema, a fin de fomentar el esfuerzo conjunto y mejorar las dinámicas económicas en la comunidad. Continúa enumerando los distintos medios comunitarios por los cuales se difunde y retransmite el programa, además, el formato del programa es en video y lleva la marca de Corape Digital TV. Presentado el 24 de febrero de 2023, el programa dura 59:54 minutos.

Observando el resultado, se pueden identificar los ejes temáticos principales, los cuales cumplen con el objetivo de presentar el fomento de una economía participativa y

equitativa, la soberanía alimentaria de las comunidades, además del respeto por su medio ambiente, la ecología y el cuidado de sus dinámicas sociales.

En los episodios analizados se puede observar una predisposición al diálogo y una invitación a la comunidad a participar, de igual forma, el programa pone un gran esfuerzo en movilizarse y seguir dando voz a las personas. Tienen espacios específicos y separados para cubrir diferentes segmentos del programa, como la cobertura de ferias, marchas, diálogos y entrevistas, todas estas son temáticas que llaman a la participación.

### **Análisis de la Entrevista**

Para la siguiente técnica de recopilación de datos, se realizó una entrevista con el productor independiente y Técnico Superior en Producción, Enrique Armendáriz Cevallos, quien posee amplios conocimientos en la producción y creación de programas de diversas temáticas. Se llevó a cabo utilizando un cuestionario compuesto por nueve preguntas. A continuación, se presentan los resultados más destacados

**Como productor independiente, ¿cuáles son las temáticas principales que usted ha observado que predominan en el contenido del programa "Minga por la Pachamama"?**

En los tiempos que se viven se proponen temas del “cómo hacer”, es decir enseñar a hacer las cosas. Si bien habla de una autonomía en producir, en lograr cosas por ellos mismos, también se debe enseñar de cómo hacer. De modo este tipo de contenidos que se muestran, tienen un auge y una demanda muy alta, porque la gente se ha vuelto más competente.

**Desde su perspectiva como productor independiente, ¿puede describir el público objetivo o la comunidad a la que cree que el programa intenta representar?**

Al público objetivo considero que es ese sector que busca aprender para mejorar su vida, etnias, grupos indígenas, pero también están negros, cholos mestizos, etc. Pero desde el punto de vista del productor, se puede ver que, a pesar de lo dicho, su público objetivo no es tan extenso como parece, pues realmente su público está constituido por gente que quiere aprender, pero no muchos están dispuestos a eso, de modo que el universo total de su audiencia se reduce a aquellos interesados en aprender, terminando en un público no tan grande como se esperaría.

**En relación con la comunidad que el programa busca representar, ¿ha percibido algún impacto positivo en algún aspecto de su calidad de vida?**

Sí, de acuerdo, existe un impacto positivo porque existe un trabajo conjunto y gente interesada en aprender. Los seres humanos somos una comunidad activa dispuesta a aprender y si los resultados de esa educación y las capacitaciones es satisfactorio, entonces se buscará aprender más. Por lo que con ese trabajo lo que ha logrado es un cambio de mentalidad y con eso han seguido aprendiendo y puesto en marcha mejorando su calidad de vida.

**¿Cuál considera que ha sido el factor determinante que ha permitido al programa expandirse y llegar a diversas partes del país desde una perspectiva externa?**

Los contenidos, pues todo lo que permita aprender y prosperar tiene contenido positivo. Una persona no necesita de una gran preparación para identificar cuando un contenido es positivo y suma algo al conocimiento. están enseñando a hacer o me están poniendo un tipo de mentalidad que me da beneficios como persona me da beneficios como sociedad yo tengo que escuchar a esa gente. Hay un programa que te enseña, a ver, yo también

lo quiero escuchar, y así se va expandiendo en un efecto bola de nieve, pues se va difundiendo de forma aritmética, primero dos, luego cuatro, después ocho y de esa forma.

**A pesar del alcance nacional e internacional del programa y su transmisión en medios comunitarios, ¿percibe que "Minga por la Pachamama" sigue manteniendo un enfoque hacia las comunidades ecuatorianas desde su perspectiva como productor independiente?**

Creo que el termino comunitario depende de dónde se lo aplique, como el término gregario, los seres humanos somos gregarios, pues vivimos en comunidades y sociedades, no solo eso, el mundo es una gran sociedad. Uno puede aplicar el concepto por razas, creencias, estilo de vida, pero, es la información lo que alimenta a las personas y para que llegue debe haber una excelente información, eso es lo que hace el programa y programas similares, difunde la información a estas comunidades indistintamente, sin importar donde se encuentren, porque la información que le sirve a una comunidad puede servirle a otra.

**Dado que el programa se difunde a través de múltiples canales, como la radio y las redes sociales, ¿ha notado cuál de estos canales genera una mayor respuesta por parte de la audiencia desde su posición como productor independiente?**

Hoy en día no han abandonado los canales tradicionales como la televisión o la radio, pero también están empleando otros como redes sociales, blogs y página web. Lo cierto es que la difusión debe ser organizada en torno al público objetivo. Si bien cada canal tien sus propias formas de medición, las redes sociales tienen una forma particular, la radio también y así sus canales.

En todo caso, que ellos están tratando de ocupar la mayor parte del público donde puedan llegar con su contenido. Y eso es lo que les asegura la eficiencia, más que solo concentrarse en medir un solo canal, se saca un promedio de toda la difusión a través de todos los medios usados.

**¿Podría describir desde su punto de vista cómo se genera contenido para formar parte de la red de medios comunitarios, como Corape?**

Antes de la segmentación, es la temática lo importante, existe una infinidad de temas a tratar que pueden generar beneficios, dentro de estos espacios, para ser relevante, si bien existe la necesidad de obtener algo de sustento económico organizado, para que el contenido sea apreciado debe ser la temática lo importante, especialmente si esta está bien asesorada.

**En este año 2023, ¿cómo describiría la posición actual del programa en relación con su misión de generar cambios, desde su perspectiva como productor independiente?**

Sí ha logrado mantener su misión y cumplirla, quizás no en la medida que les gustaría, pues es un proyecto que muy probablemente les gustaría que concientizara a todo el país, pero han logrado cambios positivos, especialmente en la forma de pensar de la gente que los escucha.

De modo que el productor considera que aquellos productores que hacen otros tipos de programas, deberían dedicar al menos parte de sus actividades en la producción de programas de esta índole, pues si existe gente interesada en este tipo de contenido debería explotarse más.

**Si alguien quisiera replicar un programa con tanto éxito como "Minga por la Pachamama" en otras áreas del país, ¿cuáles serían, en su opinión, los pasos o procesos necesarios?**

La parte temática puede ser considerada la más importante, porque si ya hay alguien hablando de un tema, entonces no se puede hacer lo mismo. Buscar un nicho, algo que decir y que sea de interés, investigar sobre el tema una vez escogido y prepararse, por ejemplo, invitando a alguien que sepa más del tema y quiera difundir su mensaje, pues ahí entran los productores a dar las herramientas para generar estos programas.

## **8. Discusión de Resultados**

En principio Krohling, Chaparro, & Torrico (2019) explican que los medios comunitarios y por ende el contenido que busca el bienestar común poseen tres principios como base: la ética como el centro de la dependencia que tiene el ser humano con la madre tierra y viceversa, la ecología en la que se usan los recursos sin dañar al medio ambiente y la equidad con base en una economía que permita una redistribución de la riqueza adecuada.

Minga por la Pachamama es el ejemplo perfecto de un contenido construido sobre estas bases, pues su contenido ha mostrado esa dependencia hacia la tierra en la que viven, han promovido una ecología que respeta, utilizando como ejemplo a la agroecología o a las ferias de alimentos orgánicos y han fomentado el uso de economías que favorezcan a los miembros, como monedas sociales e intercambios.

Tamarit, Puñal, & Sánchez (2020) argumentan que, si existe escasez de recurso humano y material, los medios deben buscar apoyo a voluntarios y eso supone complicaciones para el desarrollo de contenido de calidad basado en la participación de la

comunidad. No obstante, este a ser un programa que se vale de la independencia y que se sirve del soporte técnico de las redes de medios comunitarios y Corape, Minga por la Pachamama puede generar contenido de calidad y consistente, pues su equipo está preparado para ello, por lo que, si bien no está exento de problemas, podrá sortearles con mayor facilidad gracias a la preparación que hay detrás.

De la misma forma, Tamarit, Puñal, & Sánchez (2020) expresan que cuando un contenido que pertenece a una determinada comunidad es retransmitido por medios de otras zonas, es caer en las mismas prácticas de los medios privados, y que este contenido no llega a representar o satisfacer los requerimientos de las comunidades que lo receptan, aunque sean por Redes Como Corape, y consideran además que ese contenido es más de interés nacional o internacional que local.

Con esta premisa, se pensaría colocar a Minga por la Pachamama bajo este concepto, pues es un programa retransmitido por una gran cantidad de medios comunitarios, incluyendo a la red de Corape. No obstante, se ha observado que se puede considerar que el contenido presentado realmente si es de intereses comunitarios, pues se expresa que los limitantes de su audiencia no está solo en la sede de su ciudad ni zonas cercanas, o aquellos miembros andinos esparcidos por el país, sino con todas aquellas personas que comparten los intereses comunes.

## 9. Conclusiones

Con la revisión de información documental, complementada por los métodos de recolección de datos usados, se ha podido observar que, en el país, el panorama de la comunicación comunitaria no es el más favorable, siendo elementos como la falta de conocimiento de los ciudadanos sobre este tipo de comunicación, sumado a que incluso en aquellos que ya están establecidos, existe una falta de recurso monetario y humano, valiéndose muchas veces de voluntarios en ocasiones externos a la comunidad. Adicionalmente, también existen problemas con la planificación del contenido, que en ocasiones busca parecerse a los medios de comunicación tradicionales para llenar su programación.

Con respecto al primer objetivo específico. Su estado actual, indica que es un programa con una base sólida en contenido y recepción, que se retransmite en radios de carácter comunitario inclusive fuera de su región de origen siendo entonces fiel a su objetivo y con éxito real, mediante contenido que fomenta el cuidado ambiental, respeto social y cultural, desarrollo económico y sostenibilidad alimentaria.

En el segundo objetivo, podemos definir a los medios de comunicación comunitarios como aquellos medios sin fines de lucro que buscan un empoderamiento de la comunidad, a través de principios como el respeto y cuidado al medio ambiente y una economía equitativa a través de contenido que fomente la participación y pensado por y para la comunidad.

Para el tercer objetivo, se pudo encontrar que cumple con su misión de fomentar la sabiduría y salud de su comunidad, a través del contenido en que se reúnen a presentar temas de relevancia para su comunidad y para el país, predominando las temáticas de ecología, agroecología, participación, interculturalidad, lucha de derechos y economía sustentable.

Con todo esto se pudo cumplir con el objetivo general de analizar su contenido, encontrados así que es un programa que ha tenido un impacto significativo en los espacios que busca mejorar, tocando aspectos de importancia comunitaria, fomentando la ecología, el emprendimiento la importancia del respeto, la salud, la alimentación y de reconocer a la interculturalidad, además de apoyando a la implementación de economías sustentables.

## 10. Recomendaciones

Una vez analizado el contenido y llegado a las conclusiones, es posible entender que puntos son necesarios revisar, por lo tanto, se ha optado por expresar las siguientes recomendaciones:

El contenido analizado posee una amplia variedad temática, además de que es un gran aporte a las comunidades, por lo que, si existiera una retroalimentación por parte de la audiencia en el proceso de creación, generarían aún más ideas para el contenido, se sugiere usar incentivos para mejorar ese ámbito.

A pesar de que goza de popularidad, se podría explotar aún más si más personas conocieran del programa, de esa forma aumentaría su audiencia y más personas conocerían sobre la importancia de estas temáticas, esto podría aumentar a través de una interacción mayor en los canales como sus redes sociales.

Los medios comunitarios deberían servirse de la producción de programas con perfiles similares al programa analizado, siempre con tópicos novedosos de interés local comunitario y no abusar de la retransmisión de contenido externo o repetición de parrillas. Porque para crear material para las comunidades ecuatorianas se sugiere escoger un nicho, temática, prepararse con investigación y optar por el apoyo de conocedores del tema elegido.

El programa es presentado en Youtube tanto por Corape Digital Tv como por su canal oficial, no obstante, cuando se busca en esa plataforma por el nombre, los primeros resultados son sus episodios, pero subidos en el canal de Corape, debería trabajarse el posicionamiento en esa plataforma, teniendo en cuenta que es su repositorio de episodios aumentar su notoriedad ayudaría a su misión de apoyar la mejora social.

## 11. Referencias

- Aizaga, M., & Estrella, E. (16 de Agosto de 2012). *Radios altoparlantes en Minga por la Pachamama. Una ventanita entre el campo y la ciudad*. Recuperado el 15 de Agosto de 2023, de <https://www.mingaporlapachamama.org/wp-content/uploads/2021/12/Radios-Alttoparlantes-en-Minga-por-la-Pachamama-una-ventanita-entre-el-campo-y-la-ciudad-1.pdf>
- Arévalo, G. D. (2020). *La Radio Comunitaria En Los Últimos 30 Años: Consolidación, Desarrollo E Incidencia De Corape*. Quito: [Trabajo De Titulación Previo A La Obtención Del Título De: Licenciada En Comunicación Social] Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 15 de mayo de 2023, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19430/1/UPS-TTQ160.pdf>
- Arias, G. J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú. Recuperado el 01 de julio de 2023, de <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación. Registro Oficial N°. 22*. Quito. Recuperado el 2 de Junio de 2023, de <https://www.registroficial.gob.ec/docs/2013/leyes/pdf/22.pdf>
- Bernal, H. (1989). Requiem Por Sutatenza. *Chasqui*, 63-67. Recuperado el 28 de junio de 2023, de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/14770/1/REXTN-Ch32-12-Bernal.pdf>
- Folgueiras, B. P. (2016). *La entrevista*. Barcelona: Universidad de Barcelona. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/99003>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, T. C. (2018). *Metodología De La Investigación: Las Rutas Cualitativa, Cuantitativa Y Mixta*. México: McGRAW-HILL. Recuperado el 01 de Julio de 2023, de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Kaplún, M. (1984). *Comunicación entre Grupos*. Ottawa: International Development Research Centre. Recuperado el 28 de junio de 2023, de <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/6371/IDL-6371.pdf?sequence=1>
- Krohling, P. C., Chaparro, E. M., & Torrico, V. E. (2019). Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 75-94. Recuperado el 03 de julio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7319380>
- Minga por la Pachamama. (28 de julio de 2019). *Presentación: Minga por la Pachamama*. Recuperado el 15 de agosto de 2023, de Minga por la Pachamama: <https://www.mingaporlapachamama.org/presentacion/>

- Ministerio de Gobierno del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Ecuador: Ministerio de Gobierno del Ecuador. Recuperado el 28 de 06 de 2023, de <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Navarro, N. F. (2017). Comunicación popular, historia y medios comunitarios. *Question*, 1-16. doi:<https://doi.org/10.24215/16696581e012>
- Palmett, U. A. (2020). Métodos Inductivo, Deductivo Y Teoría De La Pedagogía Crítica. *Petroglifos*, 36-42. Recuperado el 15 de Agosto de 2023, de <https://petroglifosrevistacritica.org.ve/wp-content/uploads/2020/08/D-03-01-05.pdf>
- Ramírez, C. M. (2019). *La comunicación comunitaria en Ecuador*. Madrid: [Tesis Doctoral] Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 28 de junio de 2023, de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/51695/1/T40968.pdf>
- Reinoso, L. A. (2020). *Comunicación y lenguas indígenas. Conocimiento, memoria y rescate de la lengua kichwa a través de Corape*. Quito: Universidad Central Del Ecuador. Recuperado el 02 de julio de 2023, de [www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22576/1/T-UCE-0009-CSO-322.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22576/1/T-UCE-0009-CSO-322.pdf)
- Sampieri, R. H., Lucio, P. B., & Collado, C. F. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico, Mexico: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Tamarit, A., Puñal, B., & Sánchez, N. (2020). Un proceso de investigación-acción en la sierra andina ecuatoriana. Radio Runacunapac y Radio Salinerito: cuando la precariedad impide lo comunitario. *Intercom - RBCC*, 129-146. doi:<https://doi.org/10.1590/1809-5844202017>
- Tapia, I. K. (2020). *Análisis de la incidencia del medio digital comunitario Wambra en la red social Facebook, en el contexto del paro nacional de Ecuador de octubre de 2019*. Quito: [Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: Licenciado En Comunicación Social] Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 22 de julio de 2023, de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19392>
- Velásquez, A., Renó, D., Beltrán, F. A., Maldonado, V. J., & Ortiz, L. C. (2018). De los mass media a los medios sociales: reflexiones sobre la nueva ecología de los medios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 583-594. Recuperado el 25 de junio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8241629>

## 12. Anexos

### Anexo 1

Título: Minga por la Pachamama: Mujeres, Ferias y Ponches
<a href="https://youtu.be/7mlpJd2QhPs?si=_gJix6KQplJIpP-">https://youtu.be/7mlpJd2QhPs?si=_gJix6KQplJIpP-</a>
Fecha: 31 de marzo de 2022 Duración: 59:27 minutos
<b>Temática:</b>
El episodio aborda la participación de mujeres emprendedoras pertenecientes a colectivos en ferias agroecológicas. Se entrevista a miembros de diversas comunidades que se unen para hacer oír sus voces en una variedad de ferias, especialmente durante el mes de la mujer. El programa destaca la importancia de la unión entre las mujeres y la Madre Tierra en la producción de alimentos sostenibles, en particular los de origen local. Se introducen conceptos como ferias agroecológicas, alimentación orgánica y la preocupación por el medio ambiente y la salud.
<b>Observación</b>
El episodio comienza enumerando los distintos medios comunitarios por los cuales se difunde y retransmite el programa. El formato del programa es en video y lleva la marca de Corape Digital TV.

## Anexo 2

Título: Minga por la Pachamama: Diálogos, Saberes y Sabores
<a href="https://www.youtube.com/watch?v=p919WTd8T68">https://www.youtube.com/watch?v=p919WTd8T68</a>
Fecha: 19 de mayo de 2022 Duración: 59:09 minutos
<b>Temática:</b>
El programa recoge diálogos y entrevistas sobre la alimentación, En el programa se entrevistó fuera de estudio a Balbina Nasca, la fundadora de “La Caserita: Tradicional Mote de la Michelena” precisamente en la ubicación del negocio. La entrevista busca conocer a la empresa y su propietaria, además de fomentar el consumo de la gastronomía tradicional y local. Se exaltó, dentro del programa, a la herencia gastronómica y al arduo trabajo de las cocineras ecuatorianas y la importancia de reconocerlas a ellas y a la cultura gastronómica del país.
<b>Observación</b>
Al inicio se nombran los diferentes medios comunitarios en los cuales se transmite y retransmite el programa, el programa tiene su formato en video y tiene también la marca de Corape Digital TV.

### Anexo 3

Título: Minga por la Pachamama: Jóvenes de la Colonia Cañari en Quito
<a href="https://youtu.be/LTTeieEYG2k?si=IVFwx15PvymzYW8r">https://youtu.be/LTTeieEYG2k?si=IVFwx15PvymzYW8r</a>
Fecha: 5 de febrero de 2023
Duración: 59:09 minutos
<b>Temática:</b>
<p>En este episodio se entrevista a los jóvenes integrantes del Coletivo Colonia Cañari Quito, el cual une a la juventud que ha tenido que trasladarse de desde Cañari hasta la ciudad de Quito.</p> <p>En el programa se tocan los temas de la situación de los chicos de Cañari en la capital, el cómo ha sido su proceso de adaptación, la importancia de apoyarlos y de mantener intacta su cultura madre. Además, se presenta un reporte de su sección Andando por los Andes, donde se recorre una feria agroecológica. En todo el programa se recuerda la importancia de la identidad cultural y la juventud.</p>
<b>Observación</b>
<p>Al inicio se nombran los diferentes medios comunitarios en los cuales se transmite y retransmite el programa, el programa tiene su formato en video y tiene también la marca de Corape Digital TV. Además, en algunas secciones se reserva un espacio para promocionar eventos de la comunidad.</p>

#### Anexo 4

Título: Minga por la Pachamama: MUYU Moneda social
<a href="https://youtu.be/-CuuMindAow?si=3LUtKPpemhYcucOp">https://youtu.be/-CuuMindAow?si=3LUtKPpemhYcucOp</a>
Fecha: 24 de febrero de 2023 Duración: 59:54 minutos
<b>Temática:</b>
En este episodio se habla de otras formas de economía y la generación de confianza. Con Muyu se presenta el concepto de la moneda social, del proceso de su creación, sus beneficios a la comunidad frente a otras formas de economía tradicionales, el fomento de la participación solidaria, la postura de prosumidor dentro de las necesidades de la comunidad y la circulación de la moneda.
<b>Observación</b>
Al inicio se nombran los diferentes medios comunitarios en los cuales se transmite y retransmite el programa, el programa tiene su formato en video y tiene también la marca de Corape Digital TV. El programa fue una reunión virtual de diálogo y en esta ocasión no hubo reportaje. En esta ocasión, el formato es diferente pues el diálogo se da en una reunión virtual entre presentadores e invitados, con las limitaciones que esto conlleva, como la diferencia en la calidad de audio y video y el desfase, pero se logró presentar un buen contenido

## **Anexo 5**

### **Cuestionario de la entrevista**

- 1. Como productor independiente, ¿cuáles son las temáticas principales que usted ha observado que predominan en el contenido del programa "Minga por la Pachamama"?**
- 2. Desde su perspectiva como productor independiente, ¿puede describir el público objetivo o la comunidad a la que cree que el programa intenta representar?**
- 3. En relación con la comunidad que el programa busca representar, ¿ha percibido algún impacto positivo en algún aspecto de su calidad de vida?**
- 4. ¿Cuál considera que ha sido el factor determinante que ha permitido al programa expandirse y llegar a diversas partes del país desde una perspectiva externa?**
- 5. A pesar del alcance nacional e internacional del programa y su transmisión en medios comunitarios, ¿percibe que "Minga por la Pachamama" sigue manteniendo un enfoque hacia las comunidades ecuatorianas desde su perspectiva como productor independiente?**
- 6. Dado que el programa se difunde a través de múltiples canales, como la radio y las redes sociales, ¿ha notado cuál de estos canales genera una mayor respuesta por parte de la audiencia desde su posición como productor independiente?**
- 7. ¿Podría describir desde su punto de vista cómo se genera contenido para formar parte de la red de medios comunitarios, como Corape?**

- 8. En este año 2023, ¿cómo describiría la posición actual del programa en relación con su misión de generar cambios, desde su perspectiva como productor independiente?**
  
- 9. Si alguien quisiera replicar un programa con tanto éxito como "Minga por la Pachamama" en otras áreas del país, ¿cuáles serían, en su opinión, los pasos o procesos necesarios?**