



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE TRABAJO SOCIAL

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

TEMA:

**“LA INTERCULTURALIDAD EN LA PROGRAMACIÓN DEL
MEDIO TELEVISIVO TV COLOR CANAL 36 DEL CANTÓN
LATACUNGA”**

AUTOR:

Omar Sebastián Olmos Martínez

TUTORA:

Dra. Mg. Eliza Vayas Ruiz

Ambato – Ecuador

2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del trabajo de investigación sobre el tema “**La Interculturalidad en la Programación del Medio Televisivo Tv Color Canal 36 del Cantón Latacunga**” de la Sr Omar Sebastián Olmos Martínez, egresada de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne todos los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, por lo que se autoriza su presentación ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores, el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 08 de febrero del 2017

TUTORA



Dra. Mg. Eliza Vayas Ruiz

c.c. 1803234945

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “**LA INTERCULTURALIDAD EN LA PROGRAMACIÓN DEL MEDIO TELEVISIVO TV COLOR CANAL 36 DEL CANTÓN LATACUNGA**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de responsabilidad del autor.

Ambato, 08 de febrero del 2017

AUTOR



Omar Sebastián Olmos Martínez

C.C. 0504231721

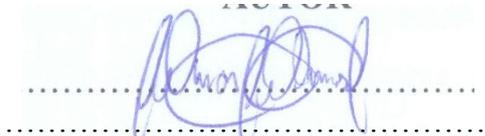
DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato para que haga uso de esta tesis o parte de ella, documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, 08 de febrero del 2017

AUTOR



Omar Sebastián Olmos Martínez

C.C. 0504231721

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, APRUEBAN el Trabajo de Investigación, sobre el tema **“La Interculturalidad en la Programación del Medio Televisivo Tv Color Canal 36 del Cantón Latacunga”** presentado por la Sr Omar Sebastián Olmos Martínez, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Tercer Nivel de la UTA.

Ambato

Para constancia firman

.....
PRESIDENTE

.....
Miembro del Tribunal

.....
Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

A mi madre Laura Martínez, mis abuelos Teresa, Néstor y Carmen

Este trabajo se lo dedico a ustedes por ser apoyo e inspiración.

Omar Sebastián Olmos Martínez

AGRADECIMIENTOS

Al equipo humano, docentes y autoridades de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales por brindarme el acceso al conocimiento, la afirmación de la vocación.

A mi tutora la Mg. Eliza Vayas Ruiz por la guía, el acompañamiento y la paciencia brindadas en el proceso de redacción de la presente investigación

A Liz Vergara por la sinceridad, el apoyo, la compañía, por ser el significado de la palabra amiga, por caminar juntos durante la universidad y por largos años de amistad.

A Juan Jiménez por convertirte en una persona incondicional, porque juntos quisimos ser comunicadores y ahora es un sueño tangible. Por ser amigo, compañero y hermano.

A María Fernanda Jácome por la amistad de una vida, la lealtad, el cariño que ha sabido hermanarnos.

A Nicole Villavicencio, sin importar la distancia siempre serás una parte importante de mí, de mi familia. Gracias por la amistad de una vida.

A Eduardo Salcedo, por ser una persona honrosa, sincera, frontal y un gran amigo. Por ser compañía en el peor momento y ser risa en los mejores.

A Cristina Cevallos. Por los libros, el té, el francés, la música y la poesía. *Gutta cavat lapidem, non vi, sed saepe cadendo.* Estel.

A Salomé Freire. Por ser alegría, a pesar de la apariencia, de lo que aparentamos contigo es negada la pena. Por las películas, los conciertos, por la incondicionalidad, por saber escuchar siempre.

A mis amigos y hermanos de Drizzt: Enrique, Mauricio, Jairo y Miguel. Por ser el medio para escapar del hastío y el tedio “No, no dejes de luchar. No, no te dejes caer”

Omar Sebastián Olmos Martínez

Índice General de Contenidos

PÁGINAS PRELIMINARES.....	pág.
Certificación del Tutor	ii
Autoría.....	iii
Derechos de Autor.....	iv
Aprobación del Tribunal de Grado	v
Dedicatoria	vi
Agradecimientos	vii
Índice General de Contenidos	viii
Resumen.....	xiv
Abstract	xv
Introducción	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Tema.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
Contextualización.....	3
Prognosis	7
Formulación del Problema	8
Preguntas directrices	8
Delimitación de objeto de investigación	8
Justificación.....	8
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos.....	10

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos.....	11
Fundamentación Filosófica	15

Fundamentación Axiológica	15
Fundamentación Legal	15
Acercamiento conceptual a la cultura	16
Una visión desde Latinoamérica	17
La Alteridad	18
Identidad.....	19
Comunicación y cultura	21
Acercamiento conceptual a la Interculturalidad.....	22
Biculturalismo y Multiculturalismo	24
Diálogo intercultural	25
Comunicación en Latinoamérica.....	26
Comunicación en los pueblos ancestrales	27
Asamblea.....	28
El Churo	28
El Altoparlante	29
Espacios comunicacionales.....	29
Comunicación Intercultural.....	29
Programación de Televisión.....	30
La Programación como Discurso	31
La Hipertelevisión.....	31
Programa de Televisión.....	32
Producción de Televisión.....	33
Preproducción	33
Producción	33
Postproducción.....	34
Postproducción en Vivo	34
Edición de un programa pre-grabado.....	34
Edición de Materiales de Apoyo	34
Género y Formato	35
Géneros Híbridos	35
La televisión y el Significar	36
La televisión y los estereotipos	37
Producción en los medios masivos de comunicación	38
Medios Impresos	39

La Radio	40
Los Nuevos Medios	41
Línea Editorial.....	41
Discurso	42
Opinión Pública.....	43
Premisa de Investigación.....	44
Señalamiento de Variables.....	44

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Análisis de Contenidos.....	45
El Libro de Códigos	46
Ficha de Análisis	46
Muestra de análisis.....	47
Entrevista.....	47
Enfoque de la Investigación	47
Modalidad de la Investigación	48
Observación directa.....	48
Bibliográfica Documental	49
Tipos de Investigación	49
Descriptiva	49
Operacionalización de Variables.....	50
Variable Independiente: La Interculturalidad	50
Variable Dependiente: Programación de medios televisivos.....	51
Recolección de Información	52

CAPÍTULO IV ANÁLISIS Y RESULTADOS

Cómo se distribuye la programación de TV Color Canal 36.....	53
La interculturalidad en el Contenido de Entretenimiento Musical	56
La Interculturalidad en Contenido Educativo	58
La Interculturalidad en el Contenido de Variedades.....	58

Preservación del Idioma y la Oralidad	58
Identificación con el medio	59
Generación de Espacios Interculturales en TV Color Canal 36.....	60
Tratamiento de Contenido Intercultural	60
Comprobación de la Premisa de Investigación	61

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	63
Recomendaciones.....	64

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Datos Informativos.....	65
Antecedentes de la Propuesta.....	65
Justificación.....	67
Objetivos	68
Objetivo General	68
Objetivos específicos	68
Análisis de Factibilidad.....	69
Presupuesto	70
Fundamentación Legal	70
El Plan Nacional del Buen Vivir.....	70
Ley Orgánica de Comunicación.....	71
Fundamentación Científico Técnica	71
Modelo Operativo	73
Beneficiarios y Conductas Esperadas	75
Libretos	76
Programa 1 Kawsana Mayakuna Temática Napaykuna (Los Saludos)	76
Programa 2 Kawsana Mayakuna Temática Ayllu (La Familia).....	77
Programa 3 Kawsana Mayakuna Temática Allpapi Tiyashkakuna Accidentes Geográficos	78

Programa 4 Kawsana Mayakuna Temática Murukuna Productos Agrícolas.....	79
Programa 5 Kawsana Mayakuna Temática Churanakuna Vestimenta	81
Programa 6 Kawsana Mayakuna Temática Tullpakuna Los Colores	82
Día 7 Kawsana Mayakuna Temática Wiwakuna Los Animales.....	83
Administración de la Propuesta	84
Previsión de la Evaluación	85
Cronograma.....	86
Bibliografía	88
Fuentes Entrevistadas.....	90

ANEXOS

PAPER

Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de la Variable Independiente	50
Tabla 2 Operacionalización de la Variable Dependiente	51
Tabla 3 Plan de Recolección de Información	52
Tabla 4 Análisis de Factibilidad.....	69
Tabla 5 Presupuesto	70
Tabla 6 Modelo Operativo	74
Tabla 7 Beneficiarios y Conducta Esperada	75

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Distribución de Programación TV Color Canal 36.....	53
Gráfico 2 La Interculturalidad en el Contenido Informativo y de Opinión	54
Gráfico 3 La Interculturalidad en los contenidos musicales	56
Gráfico 4 Administración de la Propuesta	84

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad conocer el manejo de los contenidos interculturales en TV Color Canal 36 del cantón Latacunga, se abordaron las conceptualizaciones y posturas teóricas vinculadas con la comunicación, la diversidad, cultural y comunicación, alteridad, pluralidad, interculturalidad, la identidad, la programación, la programación como discurso.

La metodología se basó en un enfoque cualitativo con la modalidad de investigación bibliográfica-documental; en cuanto a la técnica de recolección de información, se aplicó el análisis de contenidos a través de un libro de códigos, fichas de análisis. Concluido el estudio se logró comprobar que el canal de televisión TV Color canal 36 sí cuenta con contenidos interculturales, todos ellos de producción estatal y faltando 1% para cumplir con lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación, el sesgo del canal es blanco mestizo, no es inclusivo hacía las culturas originarias.

En el análisis de contenidos se pudo concluir que los individuos que pertenecemos al universo cultural mestizos hemos adoptado en nuestra cultura varios aspectos de la cultura indígena, como la vestimenta, danza, gastronomía, pero no existe aún un diálogo intercultural entre ambos grupos culturales, siendo el idioma el factor preponderante para la construcción de un canal de comunicación, pues el español desde la cosmovisión indígena es un idioma de la imposición.

El idioma es lo que mantienen vivo a una cultura, algunas definiciones del término cultura hacen énfasis en la transmisión de símbolos, conocimiento, historia, tradiciones de generación en generación. Generar un código común que promueva el diálogo intercultural entre dos culturas que están en contacto permanente y necesitan el reconocimiento en la diversidad, pluralidad y alteridad, para motivar el diálogo intercultural es necesaria la transmisión de elementos simbólicos del idioma Kichwa, de esa forma se fomenta el manejo de un código común y se trata de mantener vivo un idioma muy rico en oralidad y relatos

Palabras claves: Interculturalidad, Alteridad, Programación y Análisis de Contenido.

ABSTRACT

This research goal aims to know the management of intercultural contents in Channel 36” TV Color” of the city of Latacunga, addressing the theoretical conceptualizations and postures related to communication, diversity, culture and communication, distinctiveness, plurality, interculturality, identity, programming and programming as speech.

The methodology was based on a qualitative approach, with the technique of bibliographical-documentary research; in terms of the data collection technique, the content analysis was applied through a codebook-analysis sheet. The study concluded that channel 36 “TV Color” does have intercultural contents, all of them state a production and 1% are missing to comply with what is established in the Organic Law of Communication, the channel partiality is white-mestizo, thus not being inclusive to cultures of origin.

In the analysis of contents it was possible to conclude that the individuals that belong to the mestizo cultural universe have adopted in our culture several aspects of the indigenous culture, such as dress, dance, gastronomy, but there is still no intercultural dialogue between both cultural groups, being The language the preponderant factor for the construction of a channel of communication, since the Spanish from the indigenous worldview is a language of the imposition.

Language is what keeps a culture alive, some definitions of the term culture emphasize the transmission of symbols, knowledge, history, traditions from generation to generation. Generate a common code that promotes intercultural dialogue between two cultures that are in permanent contact and need recognition in diversity, plurality and otherness, to motivate intercultural dialogue is necessary the transmission of symbolic elements of the Kichwa language, that way it is encouraged The management of a common code and it tries to keep alive a very rich language in orality and stories

Key words: Interculturality, Alteration, Programming and Content Analysis.

INTRODUCCIÓN

La interculturalidad es necesaria para la convivencia entre distintos grupos culturales que co-habitan en el mismo territorio, es ineludible para generar espacios de diálogo sin la imposición de una cultura hegemónica, romper las lógicas colonialistas y componer una sociedad fundamentada en el diálogo intercultural. El presente trabajo de investigación se desarrolló con el fin de establecer la relación entre la interculturalidad y los contenidos de la programación del canal televisión TV Color Canal 36 para lo cual, se analizó los contenidos de la programación y se identificó cuanto contenido intercultural difunde el medio de comunicación.

La metodología de la investigación se realizó en base al enfoque cualitativo, con la modalidad bibliográfica-documental, ubicándose en un nivel netamente descriptivo. Con relación a la técnica de recolección y análisis de la Información, se aplicó el análisis de contenidos a través de un libro de códigos que estableció los indicadores y variables de estudios; las fichas de análisis sirvieron para recabar datos y estructurar los resultados. El análisis de la programación contó con tres meses cronológicos desde Octubre a Diciembre de 2016 con el horario inicial a las 6:00 am y el horario final a las 00 am.

Este informe final del trabajo de investigación consta de seis capítulos estructurados de la siguiente manera.

- El Capítulo I, constan el problema de investigación, el planteamiento del problema, la contextualización, un análisis crítico del tema de investigación, los objetivos y la justificación.
- El Capítulo II, exhibe el marco teórico; analiza los antecedentes de la investigación, fundamentaciones axiológica y legal, se detallan las categorías fundamentales con premisa de investigación y el señalamiento de variables.
- El Capítulo III, expone la metodología enfocándose en una modalidad básica de la investigación con un paradigma cuantitativo, nivel o tipo de

investigación, también la operacionalización de variables, plan de recolección de información y plan de procesamiento de la misma.

- El Capítulo IV, describe el análisis e interpretación de los resultados del análisis de contenidos realizado a la programación del canal de televisión TV Color Canal 36, la cual lleva a la premisa de investigación.
- El Capítulo V, establece las conclusiones y recomendaciones importantes en el proyecto.
- El Capítulo VI, expone la propuesta de diseño de un microprograma educativo con contenido intercultural de aprendizaje mutuo en el rescate del idioma del Idioma Kichwa para establecer un código común de diálogo intercultural.

Línea de Investigación: Géneros de la Comunicación

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

“La interculturalidad en la programación del medio televisivo TV Color canal 36 del cantón Latacunga”

Planteamiento del Problema

Contextualización

Latinoamérica es una región culturalmente diversa; vivimos en una era globalizada en la que las personas que corresponden a una visión cultural se relacionan con individuos de otras formas culturales, religiosas, ideológicas, etc. “La interculturalidad ha sido tema de gran importancia en los últimos años a nivel mundial, regional y nacional, emergiendo de complejas y conflictivas relaciones socioculturales y sirviendo como elemento esencial en los debates sobre la definición y el carácter del estado-nación.” (Walsh, 1998, p. 119).

La historia de Latinoamérica hizo que la comunicación intercultural se convierta en una necesidad para las sociedades. Antes de la llegada de los europeos la región estaba habitada por distintos pueblos originarios con distintos avances culturales y tecnologías, desde tribus aisladas a grandes imperios; tras la conquista europea se iniciaron procesos de mestizaje y ocultación de la cultura de los pueblos originarios. El fenómeno más usual en América Latina sobre comunicación intercultural es como la invasión y conquista cambiaron el mundo de los pueblos indígenas de la región, la formación de Estados-Naciones en los que dichos pueblos se convirtieron en minorías étnicas culturales que luchan por mantener su lengua, sus costumbres, tradiciones, cosmovisión.

Esta relación entre un Estado mayoritariamente mestizo y minorías étnicas es un proceso que se vive en Chile, donde los pueblos Mapuches, Trapani y Aymara se relacionan con otras minorías de origen externo establecidas por colonias extranjeras. El discurso

Mapuche de resistencia cultural, integración e identidad ha logrado mediatizarse. El discurso Mapuche aprovecha las tecnologías de la información y comunicación para coexistir en espacios de cultura mestiza. El discurso público mapuche es llevado de forma real a los medios de comunicación por intermediarios de las comunidades y muchas veces los intermediarios no son los autores del mensaje. El proceso comunicativo usado por los mapuches parte de un vocero de la comunidad y es dirigido a los winka (personas blanco-mestizas). “Los emisores mapuches identificados hasta ahora son: órganos del Estado con representantes indígenas, organizaciones mapuches, instituciones profesionales mapuches, juntas de autoridades tradicionales, comunidades o grupos de comunidades, grupos. Los receptores: autoridades del Estado (Presidente de la República, ministros, intendentes, etc.)” (Carrasco, 2005, p.49-64)

Bolivia es un estado que se ha declarado multiétnico y pluricultural tras un largo proceso de lucha por parte de los pueblos originarios del país. Esta lucha tuvo su auge en los años 90 con la aspiración de asumir el control de sus propias instituciones y formas de vida y de su desarrollo económico y a mantener y fortalecer sus identidades, lenguas y religiones. Propusieron una visión de la Interculturalidad desde la Alteridad, no solo como la creación de espacios de relación y tolerancia entre la sociedad blanco-mestiza y la indígena sino como “una opción política reivindicativa, especialmente para las sociedades indoamericanas que vivieron subyugadas ante las culturas occidentales” (Ampuero, 2012, p. 142). La comunicación intercultural es entendida como un paso hacia la inclusión de los pueblos originarios en la vida estatal. A diferencia de Chile donde la agenda de pueblos como el Mapuche es mediatizada en Bolivia los medios tradicionales aún mantienen invisibilizada las agendas, preocupaciones y temáticas de los pueblos originarios. A pesar del problema con los medios tradicionales Bolivia ha dado grandes avances en el campo de la comunicación intercultural tomándose los medios públicos por medio de la Agencia

Plurinacional de Comunicación, Que busca cimentar un sistema propio de comunicación plurinacional, intracultural, intercultural, plurilingüe, comunitario, para el fortalecimiento de la identidad sin discriminación, con respeto y unidad y de acuerdo a la cosmovisión de los pueblos y naciones indígenas originarios campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas. La APCBOLIVIA se desarrolla en 1996-1997 como parte del proceso progresivo a la estructuración de un Sistema Plurinacional de Comunicación Indígena Originario Campesino Intercultural, capacitando a las comunidades sobre sus derechos de acceso a la comunicación, liderazgo, producción audiovisual y refuerzo de espacios comunicativos.

Guatemala un país de gran riqueza cultural donde conviven comunidades de origen maya, mesoamericana, afro y mestiza. En su territorio se reconocen 21 lenguas de origen maya, el garífuna, el xinka y el español. Al igual que el resto de América Latina, Guatemala, vivió un proceso de ocultamiento de la cultura indígena, de sus idiomas y el establecimiento de una cultura oficial siendo esta la occidental. La interculturalidad, la multietnicidad fueron en Guatemala punto de discusión pues durante la primera mitad del siglo XX se consideraba que dichas características del país eran un factor para el subdesarrollo y el Estado volcó sus esfuerzos en una unificación lingüístico-cultural. El desarrollo y la inclusión de pueblos y nacionalidades originarias en Guatemala se cristalizó en la constitución de 1985, los acuerdos de paz y diálogos de 1996 y el reconocimiento a los derechos lingüísticos de los pueblos originarios. La comunicación intercultural en Guatemala es vista como una herramienta de inclusión para pueblos originarios y la construcción de una identidad cultural.

En América Latina la comunicación intercultural está relacionada con la construcción de una identidad cultural. Las identidades culturales son resultado de la hibridación de varias culturas. La hibridación no es más que la influencia de las fuerzas globalizadoras, el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación y el establecimiento de una sociedad de la información. La interculturalidad busca que se creen espacios, tanto físicos como: plazas, parques, mercados, etc. O espacios no geográficos como los medios de comunicación. “Los espacios de comunicación

intercultural son espacios en los que las culturas se encuentran y crean nuevas culturas e identidades” (Lie, 2009, p. 48).

En Ecuador se desarrolló El Plan Nacional del Buen Vivir, en su primer objetivo Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular: La plurinacionalidad tiene como horizonte la construcción de una sociedad incluyente, de respeto a la diversidad y de complementariedad para el bienestar individual y colectivo del país. En el mismo objetivo se establece la política 1.8 Construir el Estado plurinacional e intercultural para el Buen Vivir, en su literal A menciona que: Potenciar los mecanismos y los espacios de articulación y diálogo entre el Estado y las comunidades, los pueblos y las nacionalidades, con un enfoque intercultural. El quinto Objetivo del PNVB Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad, establece políticas públicas para: Regular las cuotas de pantalla para promover la producción independiente y los contenidos diversos de calidad en la televisión nacional y local. Promover esfuerzos interinstitucionales para la producción y la oferta de contenidos educativos con pertinencia cultural, en el marco de la corresponsabilidad educativa de los medios de comunicación públicos y privados. Promover la regulación de la programación de los medios de comunicación, desde un enfoque de derechos humanos y de la naturaleza.

Estos cambios en la legislación son el resultado de un proceso de años de resistencia y lucha de los pueblos originarios por el reconocimiento de su cultura, idioma, cosmovisión y una integración dentro de la vida social respetando plenamente su idiosincrasia. La comunicación intercultural de momento es fomentada por el estado a través de los medios públicos, comunidades indígenas, los medios privados no hacen su apuesta por realizar producción de contenidos interculturales y retransmiten producciones estatales o de comunidades indígenas.

La comunicación intercultural en el cantón Latacunga es un eje para la convivencia entre los diversos pueblos, nacionalidades y culturas que se desarrollan en su territorio. La raíz ancestral del cantón ahora tiene visibilidad y forma en el aspecto económico, social, político. Los pueblos y comunidades de Panzaleo, Tigua,

Zumbahua aparecen como fuente de riqueza, de intercambio cultural. El contacto con el mundo indígena se da en la compra de productos agrarios, un simple saludo, la comunicación no verbal, hasta el intercambio comunicativo para acceder a créditos en instituciones financieras creados por indígenas.

En Latacunga existen cuatro medios televisivos: Tv Color, Tv Cotopaxi, Elite Tv y TV MICC. Tv Color canal 36 inició sus transmisiones el 4 de Diciembre de 2002, es el primer canal de la ciudad que tiene señal digital, se dirige a un público mestizo de la zona urbana y semi urbana. Elite Tv Canal 45 es parte del consorcio Elite Radio de Guido del Toro, su público objetivo es mestizo de la zona urbana. Tv Cotopaxi se transmite a través de cable su audiencia es mestiza de la zona urbana y semi urbana. Tv MICC canal 47 pertenece al Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi su programación impulsa la riqueza cultural de la población, a través del uso sostenido del kichwa, la promoción de la música y demás expresiones artísticas, la forma de producción, alimentación, el bienestar de la persona. Su audiencia es la población de zonas rurales, semi urbanas y urbanas.

Prognosis

Todo proceso de comunicación intercultural es beneficioso cuando detrás de él existe un intercambio de experiencias, aprendizajes, visiones del mundo y sobre todo la cultura. Si la comunidad latacungueña no acoge los procesos de intercambio comunicativos de la población indígena el proceso intercultural será nulo y se dará paso a la aculturación perdiendo el contacto con culturas tan valiosas como La Panzaleo, el arte de Tigua, el emprendimiento de Zumbahua. Al no mantener abiertas las líneas de comunicación entre culturas se frenará el desarrollo y mantenimiento de buenas y armoniosas relaciones humanas con los seres que conforman una sociedad, esto es fundamental en las organizaciones de un país, una provincia, un cantón.

La sociedad son un grupo de personas relacionadas entre sí, por una necesidad. De no darse un proceso de integración intercultural nosotros los mestizos perderemos el valor de una visión cultural muy rica y ancestral.

Formulación del Problema

¿De qué forma se manejan los contenidos interculturales del medio televisivo TV Color Canal 36 del cantón Latacunga?

Preguntas directrices

¿De qué forma se da el tratamiento de los contenidos interculturales TV Color Canal 36 del cantón Latacunga?

¿Qué espacio se destina a los contenidos interculturales?

Delimitación de objeto de investigación

Delimitación de Contenidos

Campo: Comunicación Social

Área: Medios de Comunicación

Aspecto: Interculturalidad y la programación de los medios televisivos

Delimitación Temporal

Agosto-Diciembre 2016

Delimitación Especial

Cantón Latacunga

Unidades de Observación

TV Color canal 36

Justificación

Impulsar el desarrollo de contenidos comunicacionales con temática intercultural a través de los medios de información masivos, como TV Color canal 36, es

importante, porque al mediatizar los discursos acercamos las necesidades, cultura, cosmovisión y saberes de los pueblos originarios con destinatarios en la cultura mestiza. En territorios donde conviven más de un grupo sociocultural el desarrollo de la comunicación intercultural es necesaria para crear verdaderos canales de comunicación, métodos que permitan la inclusión y la valoración de las distintas culturas que se relacionan entre sí, con el objetivo de ejercer la ciudadanía en su máxima expresión para contribuir al desarrollo de sus propias culturas y saberes.

El problema de investigación tiene importancia teórico-práctica a nivel de la comunicación intercultural, reconociendo la cultura del otro, entender la interculturalidad desde la alteridad, fomentando el intercambio comunicacional de símbolos y significados en condiciones de igualdad y respeto. La búsqueda de este compartir a través de la comunicación ayuda a establecer pautas para la convivencia entre personas de diversas culturas.

El tema objeto de investigación “La interculturalidad en la programación del medio televisivo TV Color canal 36 del cantón Latacunga” es una temática original para los beneficiarios de este estudio; la comunidad mestiza y la indígenas del cantón Latacunga, de la provincia de Cotopaxi pero beneficia al país en general porque se busca transmitir los saberes ancestrales, costumbres, modos de vida y a riqueza cultural del pueblo indígena.

La importancia y la trascendencia de estudiar la Comunicación Intercultural radican en el conocer a otras culturas de una misma jurisdicción para terminar con estereotipos creados a partir de ideas pre concebidas, cambiar la desvalorización que tiene la cultura indígena en el contexto mestizo, por esa razón es importante que la investigación aporte significativamente en la difusión de la riqueza cultural y ancestral propia de los pueblos indígenas del Cantón Latacunga.

Objetivos

Objetivo General

Estudiar los contenidos interculturales en la programación del medio televisivo Tv Color canal 36 del Cantón Latacunga

Objetivos Específicos

- Identificar los contenidos de Interculturalidad que emite el medio televisivo Tv Color canal 36 del Cantón Latacunga
- Analizar las características de los contenidos interculturales identificados en la programación de Tv color canal 36
- Establecer una propuesta comunicativa enfocada en la Interculturalidad

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos

La temática de la Comunicación Intercultural tiene varios estudios para poder analizar los intercambios comunicativos entre diversas culturas. Está en permanente acción sobre la creación de un Estado Plurinacional y una sociedad Intercultural sobre todo en Ecuador donde la convivencia de diversos pueblos y nacionalidades obliga a la convivencia y la comunicación Intercultural.

Como antecedentes investigativos considero necesario revisar textos sobre la temática de comunicación intercultural.

Nobleza Asunción Lande, investigadora filipina, en el año de 1993 publicó su estudio “Comunicación Intercultural” hace un análisis con un enfoque centrado en la comunicación la comunicación intercultural es el proceso de interacción simbólica que incluye a individuos y grupos que poseen diferencias culturales reconocidas en las percepciones y formas de conducta, de tal forma que esas variaciones afectarán significativamente la forma y el resultado del encuentro.

Rico Lie, Docente de la Universidad Católica de Bruselas en el 2002 realizó su investigación “Espacios de Comunicación intercultural” menciona que esta rama de la comunicación nace por el miedo a que la diversidad cultural se pierda, que la cultura se haga homogénea y se pierda, a la vez que se constituye en una herramienta para aprender a tolerar, aceptar, respetar y disfrutar de la diferencia. Adquirimos conocimientos sobre otros, pero también sobre nosotros mismos.

Miguel Rodrigo Alsina, docente de la de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, en 2011 postula en su folleto “Comunicación intercultural” dice que la Comunicación Intercultural son las formas de pensar, sentir y actuar de distintas comunidades de vida estarán más o menos próximas unas de otras porque compartan,

por ejemplo, la lengua o algunos elementos de sus estilos de vida. Pero no hay que conocer sólo otras culturas, sino que la comunicación intercultural implica también una toma de conciencia de la propia cultura. En muchas ocasiones nuestras comunicaciones están llenas de valores que transmitimos sin ser apenas conscientes de ello. La comunicación intercultural no sólo supone comunicarse con otras culturas sino también hacer el esfuerzo de repensar la propia cultura.

En la tesis de grado de Sánchez Silvia, encontrada en el repositorio digital de la Universidad Central del Ecuador menciona que la cultura es una gente de sociabilización dentro de la comunicación, generando diferentes mediaciones entre distintos grupos sociales que no comparten rasgos culturales, símbolos e identidades. Añade además el peso que tienen los medios de comunicación sobre el público y los imaginarios que llegan a concebir. “Esta influencia social se ve reflejada en la formación de los imaginarios sociales de los sujetos por los cuales construyen significados que van formando estereotipos de tales o cuales personajes” Sánchez, S. (2014). Reconocimiento de la Identidad Cultural y a Participación de los Indígenas en los Medios Televisivos Ecuador TV Y RTS, En donde su mayoría representativa es Mestiza (tesis de grado). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. La negación del origen indígena de la cultura mestiza se debe a un complejo de inferioridad por los roles sociales en la colonia, siendo los indígenas sometidos y desvalorizados, generando una imagen estereotipada de los indígenas que hasta el momento se sigue emitiendo por los medios masivos de comunicación. La investigación reconoce a la Comunicación Intercultural como una herramienta para lograr una Comunicación Efectiva, dentro de un estado que fundamenta su proyecto en la diversidad. Los medios masivos de información estudiados no reconocen la diversidad cultural de su audiencia, la miran como una masa homogénea, no reconoce las diferencias entre la cultura indígena y mestiza, encasilla como inferiores a los indígenas sin tener responsabilidad sobre los estereotipos e ideas pre concebidas que puedan ocasionar.

La metodología utilizada por Sánchez fue el análisis de contenidos, la utilización de matrices de grupo focal y la entrevista especializada. Las matrices ayudaron en el análisis de los contenidos de los medios televisivos Ecuador TV y RTS. Los planos

de cámara, los caracteres fueron los elementos analizados. En los grupos focales se discutió las perspectivas de los indígenas dentro de los noticieros. Con la entrevista especializada se llegó a la conclusión de que se maneja estereotipos dentro de la televisión y que al indígena se lo identifica con la marginalidad y la ruralidad, desde una perspectiva despectiva.

Escola Kuyllur realizó una investigación de grado titulada *Shuyukuyuchikka Punasuyu Runakunapak Pacharikuyta Sinchiyachinkapak Tiksimi Kan= El Audiovisual como Elemento de Recuperación y Valoración de la Cosmovisión Andina*. Escola analizó a la cultura dentro de la comunicación como un conjunto de códigos simbólicos, un sistema de significados aceptado por un conglomerado social. La cultura se ve afectada e interrelacionada con otras en un proceso de cambio continuo. “La cultura es una construcción social que se refiere a la totalidad de prácticas, a toda la producción simbólica o material que las personas realizan en la sociedad” Escola, K. (2013), *Shuyukuyuchikka Punasuyu Runakunapak Pacharikuyta Sinchiyachinkapak Tiksimi Kan= El Audiovisual como Elemento de Recuperación y Valoración de la Cosmovisión Andina* (Tesis de Grado). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. La comunicación en el mundo andino es oral, directa y abarca muchos niveles; durante el proceso de conquista se intentó subordinar la cultura andina originaria bajo una “cultura oficial” lo que ocasionó la pérdida de algunos valores culturales de los pueblos indígenas

En la investigación se propone que la realización audiovisual es un respaldo para los conocimientos y saberes que se transmiten de forma oral. Los productos comunicacionales deberían recoger la cosmovisión, las vivencias de los pueblos originarios, analizar planteamientos como la administración comunitaria, la identidad, la historia.

Tabares Gema, 2011. Realizó la Tesis de Maestría con el tema de: *Análisis Socio-Técnico del Periodismo Indígena de la Red de Comunicadores Interculturales Bilingües del Ecuador*, se encuentra en el repositorio de la FLACSO. Su investigación se fundamentó en el quehacer periodístico e intercultural de los pueblos indígenas, construyendo un periodismo más inclusivo y más solidario

contraponiéndose al periodismo con intereses económicos y mercantiles de los medios convencionales. El fortalecimiento de los contenidos periodísticos interculturales indígenas podría contribuir con los procesos de construcción de la plurinacionalidad y la interculturalidad, procesos que impactarían en la cultura mestiza y traerían el debate sobre la necesidad de refundar los principios políticos del Estado sobre bases plurinacionales.

Gaullas María Juana, 2013. Realizó una investigación de maestría titulada: La comunicación intercultural, según las prácticas de las comunicadoras de la nacionalidad Kichwa. Se puede acceder al respaldo en el repositorio de la FLACSO. Tras el proceso de investigación Gaullas afirma que la comunicación intercultural en Ecuador nace tras varios debates en el seno del movimiento indígena como una propuesta para la construcción de un Estado Multiétnico y la sociedad intercultural. A pesar de que la Comunicación Intercultural sea una necesidad urgente para la vida social no ha trascendido del campo académico a la sociedad en general, los comunicadores no indígenas y los líderes de opinión aún no entran en acción para consolidar un sistema de comunicación intercultural en igualdad de condiciones. La propuesta de la comunicación Intercultural que nace de los pueblos originarios se fundamenta en el reconocimiento, en la alteridad y en el conglomerado, que todos los pueblos, nacionalidades, grupos y subgrupos sean integrados en la vida social con todo el respeto a su diversidad.

Viteri Belén en el año 2015 realizó una tesis de grado con el tema El Proceso de Comunicación y el Nivel de Inclusión de la Comunidad de Chibuleo a la Cultura Mestiza Tungurahuens, el respaldo se puede encontrar en el Repositorio de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato. Destacando los valores culturales y sociales del pueblo Chibuleo, sus códigos, creencias y como es la convivencia con el entorno mestizo a través de la comunicación y la vida cotidiana. Se analiza además que el mestizo de Chibuleo siente la necesidad de alejarse de la cultura indígena, discrimina y desprecia el valor de lo autóctono. Su investigación busca estrategias que mejoren el intercambio comunicativo entre las culturas mestiza y chibuleo y de esta forma mejorar el nivel de inclusión de los pueblos originarios de Tungurahua en la vida pública de la provincia

Fundamentación Filosófica

Los fundamentos filosóficos del siguiente proyecto de investigación se basan en el paradigma crítico-propositivo. Será crítico porque permite analizar los contactos comunicativos de las diversas nacionalidades y pueblos del cantón Latacunga con la cultura y el contexto mestizo. Además será propositivo para establecer un medio a través de la programación televisiva para mejorar los intercambios entre ambos grupos sociales.

Fundamentación Axiológica

Para el proceso de comunicación intercultural es necesario rescatar valores como la autovaloración y el autoconocimiento. Esta investigación trabajará con valores como la autovaloración, el autoconocimiento, la integración, la aceptación, la valoración de identidades, autodeterminación y construcciones culturales ajenas, el respeto al otro, el deseo de aprender otros códigos y lenguas para fomentar una sociedad incluyente.

Fundamentación Legal

La presente investigación se encuentra fundamentada en la Constitución de la República del Ecuador (2008) artículo 1 y la Ley Orgánica de Comunicación (2013) en los artículos 14 y 36. La actual constitución del Ecuador sustenta la interculturalidad y la pluriculturalidad del Estado tras la lucha iniciada por el movimiento indígena, con gestores como Tránsito Amaguaña y Dolores Cacuango

Art. 1 El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

Art. 14 Principio de Interculturalidad y Plurinacionalidad

El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos

que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

En el marco de la Ley Orgánica de Comunicación, tras el debate sobre la constitución de la comunicación como un derecho es que se logra garantizar un espacio de contenido Intercultural en los medios de comunicación.

Art 36. - Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional

Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

Acercamiento conceptual a la cultura

La cultura es la relación del ser humano con su entorno, es todo aquello que se reúne en: el arte, los conocimientos, los saberes, hábitos, modos de vida, el lenguaje, las habilidades adquiridas por cada ser humano y el grupo social, que son transmitidas de generación en generación. Cada país, ciudad, comunidad y pueblo tiene su propia cultura; influenciada por factores geográficos, climatológicos, físicos. La cultura se modifica en su paso generacional, se adhieren nuevos elementos y se pierden otros. La cultura se transforma, incorpora o pierde elementos.

“La cultura hace referencia a la totalidad de prácticas, a toda producción simbólica o material, resultante de la praxis que el ser humano realiza en sociedad, dentro de un proceso histórico concreto” (Guerrero, 2002, p. 35)

Según Guerrero no puede entenderse a la cultura como un hecho aislado, corresponde a un proceso en concreto. La cultura es una construcción social y no puede ser entendida fuera de la sociedad misma, es construida por cada sujeto social en su propia cotidianeidad, en respuesta al cambio constante de su entorno, por ello, es importante analizar a cada cultura desde su realidad histórica y el proceso dialéctico por el que fue construida. La idea preconcebida que se tiene del término cultura en nuestro territorio nace del proceso histórico de la conquista, en ella nacen conceptos como: civilizados y bárbaros; jerarquías de conquistador y conquistado, relaciones sociales en desigualdad que no respetaron la alteridad, es decir, reconocer a los indígenas como “el otro”.

Es necesario entender a la cultura desde la otredad, desde un concepto más amplio, en donde se reconozcan las relaciones entre las diversas identidades culturales.

“la cultura es el momento autocrítico de la reproducción, que un grupo humano determinado, en una circunstancia histórica determinada, hace de su singularidad concreta; es el momento dialéctico del cultivo de su identidad” (Echeverría, 2001, p.87)

Una visión desde Latinoamérica

Latinoamérica por los procesos históricos que vivió a lo largo de su historia es una región heterogénea. El proceso de colonización, la implantación de una visión occidental del mundo, la jerarquización entre la cultura dominante del conquistador y la cultura dominada del salvaje. Al no comprender al otro, el conquistador europeo impuso su cultura. Dussel (2000) afirma que el ego moderno del conquistador fue una manifestación su voluntad de poder sobre el indígena americano, en especial porque el europeo utilizaba armas de fuego, a civilización moderna se auto comprende como más desarrollada, superior lo que significó sostener sin conciencia una posición eurocéntrica.

De esa forma es que América Latina se implanta la modernidad, iniciando un proceso en el cuál el conquistador es el héroe civilizador y el indígena es el bárbaro que se opone al proceso, justificando así la violencia ejercida sobre los pueblos originarios

en la conquista. “Para el moderno, el bárbaro tiene una “culpa” (el oponerse al proceso civilizador) que permite a la “Modernidad” presentarse no sólo como inocente sino como “emancipadora” de esa “culpa” de sus propias víctimas.” (Dussel, 2000, p. 49). Los indígenas de nuestro territorio fueron considerados los “otros”, “los bárbaros” y bajo la lógica de la Modernidad se convirtieron en una víctima culpable del proceso “civilizador”. El tema actualmente debe ser estudiado desde la óptica de la alteridad, no de la otredad, negándole la inocencia a la Modernidad y a la imposición de una cultura sobre otra y el reconocimiento del “otro” en igualdad de condiciones.

Al final de todo el proceso de conquista y colonización no se logró la desaparición de la cultura de los pueblos originarios, este contacto forzado e impuesto logró la creación de una nueva cultura híbrida llamada mestiza. El mestizaje “no como una mera suma de lo indígena, lo hispánico y lo negro, sino como una nueva realidad con caracteres propios, con una identidad distinta, muchas veces contradictoria. El mestizaje no es un hecho racial, es ante todo una realidad cultural” (Ayala, 2004, p.17) El lenguaje, la religiosidad, las costumbres y las ideas del mestizaje corresponden a un intrincado proceso de identidad cultural.

La Alteridad

Cuando los conquistadores españoles llegaron a América no reconocieron a los indígenas como “otros” sino como un mero “objeto”, mucho de los debates en la conquista se basaban en determinar si los indígenas eran o no seres humanos, tenían alma o no; en 1537 el Papa Paulo III en la Bula Sublimis Deus otorgaba el rango de humanidad a los seres “conquistados”. Para el conquistador europeo la cultura originaria de los distintos pueblos americanos quedaba fuera de su entendimiento. Entonces el modelo español y europeo se erigió como cultura hegemónica y homogenizante. Guerrero (2002) afirma. “Esa visión homogenizante de la cultura ha atravesado la práctica de la antropología, considerada generalmente como la ciencia de lo primitivo, de lo indio, de lo marginal, lo que determinó una exotización de su mirada, y una construcción del “otro” como mero “objeto” de dicha mirada”

La Alteridad consiste en la alternativa ante la homogenización de la cultura, un tipo particular de diferenciación, que dos sujetos se reconozcan como diferentes, el uno existe gracias al otro por el hecho de que son diferentes. La Alteridad plantea un principio de no exclusión y del respeto a la diferencia, pues excluir al otro conllevaría a excluirse a uno mismo.

“La perspectiva de la cultura desde la alteridad, la diversidad, la pluralidad, y la diferencia rompen las visiones funcionalistas y estructuralistas que han buscado construir y explicar la cultura desde los grandes “universales de la cultura” dentro de los cuales la diversidad, la pluralidad y la diferencia quedaba homogeneizada” (Guerrero, 2002, p.94)

Para reconocer una nueva cultura es necesario reconocerla como tal, como una nueva cultura, sin perder su identidad, reconociendo su diferencia, sino caeríamos bajo el mismo proceso homogenizante ocurrido en el período colonial, vivimos en una sociedad diversa, nuestro estado se reconoce a sí mismo como pluricultural y multiétnico, es necesario el mutuo reconocimiento.

Identidad

¿Qué es la identidad? Es la pregunta que se ha realizado a lo largo de la historia y siempre se obtienen diferentes respuestas de la misma, dependiendo del contexto histórico, la de características naturales inamovibles a una construcción social y dialéctica que mantiene siempre alguna característica particular. El estudio de la identidad se incorporó en las Ciencias Sociales tras las investigaciones del psicoanalista Erick Erickson quien la definió como “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal” (Hernández y Mercado, 2010, citando a Erickson, 1977, p.586) Lo que se traduce en la búsqueda de la respuesta a la interrogante, ¿Quién Soy?

Los conceptos de Cultura e identidad se encuentran interrelacionados, pues la identidad es la apropiación de ciertos elementos culturales que se encuentran en el entorno social del individuo. La alteridad es de gran ayuda en la construcción de una identidad. “Lo cual resulta más claro todavía si se considera que la primera función

de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los “otros”, y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos” (Giménez, 200-, p.1) Desde el enfoque esencialista que propone Guerrero la identidad es un atributo inamovible, en su esencia es el “espíritu de los pueblos y naciones” y se transmite de generación en generación, este enfoque de la identidad es altamente homogeneizante, pues no reconoce la existencia de la diversidad, la pluralidad, la alteridad; la identidad desde el esencialismo es imposible de ser transformada y no puede convivir con otras identidades en el mismo contexto. “No podemos hablar por tanto de identidad nacional sino más bien de identidades diversas, múltiples y diferenciadas, que conviven en una nación plural” (Guerrero, 2002, p.98-99) Lo opuesto al esencialismo es el subjetivismo, el subjetivismo propone que la identidad no es inamovible, no es el producto de bienes materiales, no es única; es un sentido de pertenencia a una comunidad, étnica, grupo social; este sentido de pertenencia debe ser duradero durante un tiempo para que la identidad no sea fragmentada y diluida.

El proceso de construcción de la identidad nace en la mismidad, Según Guerrero es la reflexión del “yo soy” o “nosotros somos”, al reconocernos como parte de un colectivo iniciamos un diálogo con el “otro”. “La identidad es por tanto una construcción dialógica que se edifica en una continua dialéctica relacional entre la identificación y la diferenciación, entre la pertenencia y la diferencia; esto implica el encuentro dialógico, la comunicación simbólica con los otros” (Guerrero, 2002, p.101)

Los conceptos de cultura e identidad se relacionan, se estudian desde las mismas ciencias pero no pueden ser usados como sinónimos. La cultura es una construcción simbólica la identidad un discurso, un yo soy o un nosotros somos. La identidad nos permite generar una pertenencia, “nosotros somos”, “pertenecemos a...” bajo esta lógica la cultura se encarga de diferenciar a un grupo de otro y la identidad permite hablar de lo que el grupo es.

Guerrero hace un análisis sobre las características de la identidad. Es relativamente duradera: no es estática y se encuentra sujeto a los procesos dialécticos, se construye y se reconstruye, se agregan nuevos elementos que se encuentran en su contexto.

Requiere de un reconocimiento social: necesita manifestarse ante los demás y ser visible para ser reconocida como distinta. Son construcciones dialécticas: La identidad es una construcción histórica, cambiante, fruto de un proceso de lucha por el reconocimiento, en su ser se representa lo tradicional y lo moderno. Es una construcción discursiva: pues cuenta lo que una persona o grupo social es frente a otros. Finalmente le da un sentido al grupo social: un lugar en el espacio, un sentido a la vida.

Comunicación y cultura

La comunicación y la cultura están ligadas en su sustancia, uno de los conceptos de Cultura es la relación del Ser Humano con su entorno, la Comunicación es la relación, la participación y la puesta en común. La comunicación da forma a la cultura y la cultura es la sustancia del mensaje puesto en común.

Entonces podemos decir que la comunicación y la cultura son inseparables, ambos términos son parte de la interacción humana, forman el desarrollo individual y social. El sistema comunicación-cultura se remonta al origen de la humanidad, mas con la aparición de los medios impresos, audiovisuales, las NTIC's la comunicación sobrepasa las barreras de la cultura y se sumerge en un ambiente pluricultural, diverso, de alteridad. La cultura tampoco es un ente fijo y va sumando, agregando, perdiendo elementos; se hibrida con otras. No se puede entender a la comunicación sin pasar el filtro de la cultura.

“La cultura contribuye a dar sentido a nuestra identidad y de la configuración de nuestro “yo” depende la aceptación o no de las relaciones de poder existentes, lo que tiene que ver con nuestra subjetividad y con la permanencia (o transgresión) de un orden determinado.” (Escola, 2013)

La construcción de los mensajes debe tener una fuerte carga simbólica de la cultura a la que pertenece, para producir sentidos en la interacción de las personas y volver a la esencia de poner en común.

Acercamiento conceptual a la Interculturalidad

La interculturalidad va más allá de la tolerancia entre distintas culturas, pueblos, etnias. Es la construcción de puentes de inclusión, de diálogo e instituciones que permitan la diversidad. El reconocimiento del otro permite enriquecer el conglomerado social. La interculturalidad busca una relación sostenida entre diversas culturas que comparten un contexto. Esta relación sostenida trasciende al diálogo y es una búsqueda para eliminar males como el racismo, la discriminación, la exclusión.

“Puede decirse que la interculturalidad es un proyecto de diálogo entre diversas culturas. A través de ella se pretende construir una nueva relación social, más igualitaria, sin discriminación, de respeto entre grupos y personas que pertenecen a diferentes culturas. Este concepto desafía al colonialismo y al racismo aún vigente, expresado en el trato que se da a los pueblos indios y afroecuatorianos en la calle, en el mercado, en los buses, en las escuelas y otros espacios públicos.”
(Andrade, 2010, p.8)

La Interculturalidad vista como un proceso nace de la intraculturalidad, la autodefinición de una identidad, el “yo soy, nosotros somos” que analizamos anteriormente. Solo al saber lo que somos podemos relacionarnos plenamente con los demás. A nivel político la interculturalidad es una herramienta de transformación del Estado, abandonar las viejas instituciones coloniales e iniciar procesos de inclusión de los grupos sociales históricamente marginados. El Estado Ecuatoriano se reconoce como intercultural desde 1998 pero aún siguen vigentes las relaciones asimétricas y el desconocimiento de la cultural del otro.

La interculturalidad se presenta también como una alternativa para cambiar el paradigma de una cultura dominante, recuperar los espacios perdidos por las culturas originarias; las tradiciones, los ritos, todo aquello que fue silenciado e invisibilizado por ser diferente, terminar con la homogeneidad y reconocernos como diferentes, dar lugar a la diferencia.

“La interculturalidad tiene que ser un instrumento de descolonización. La construcción de un Estado plurinacional y de una democracia intercultural desafían al Estado monocultural, a la democracia liberal y

al sistema jurídico unitario y proponen la combinación de experiencias de formas occidentales y no occidentales para redefinir formas nuevas de justicia, un concepto más adecuado de ciudadanía, de los derechos humanos, del reconocimiento a una doble identidad” (Andrade, 2010, p. 10)

El reconocimiento a la alteridad, la pluralidad, la diferencia, dejar de ver al “otro” como un objeto, logra que la interculturalidad proponga la apertura al diálogo, Fornet (2006) afirma: “Interculturalidad supone diversidad y diferencia, diálogo y contraste, que suponen a su vez procesos de apertura, de indefinición e incluso de contradicción.” Lo que nos lleva a analizar la posibilidad de un diálogo y una crítica entre dos culturas, en igualdad de condiciones, sin que una intente imponerse por sobre la otra. Lo que conlleva a entender que la Interculturalidad es un instrumento de descolonización, de la construcción de un Estado Plurinacional.

La Interculturalidad también se presenta al escenario de constructora de puentes y acercamiento entre varias culturas es responsabilidad del Estado, las sociedades nacionales y los medios de comunicación. La interculturalidad es la creación de espacios, dichos espacios se fundamentan en la necesidad de compartir, el intercambio de experiencias y acciones comunes, la interculturalidad promete encontrar puntos en común y cotejar las diferencias.

“El reconocimiento mutuo de los participantes en el diálogo intercultural se basa en la existencia real de diferencias y en la simetría de poder en las relaciones entre las culturas, así como el aprendizaje y ejercicio de una tolerancia reflexiva” (Fornet, 2004, p. 15)

La importancia del concepto de Interculturalidad radica en la necesidad de una relación armónica de los derechos de los pueblos montubios, afro descendientes, indígenas y otros que han sufrido de exclusión en la vida histórica del Estado ecuatoriano. La interculturalidad es por sobre todo la búsqueda de la igualdad, del reconocimiento de las diferencias. Alianzas entre diversos sectores, entendimiento, inclusión es la finalidad del estudio de la interculturalidad. No solo reconocer a otro, sino entender que la relación con el otro enriquece al conglomerado social.

Biculturalismo y Multiculturalismo

El multiculturalismo propone la existencia de varias culturas dentro de un Estado-Nación, se plantea en escenarios de grandes movimientos humanos, como migraciones, pide el reconocimiento de las diferencias entre las diversas culturas pero para ser absorbidas por la cultura dominante. Un caso típico de este fenómeno es la migración del campo a la ciudad, la cultura del indígena que llega del campo es absorbida por la cultura dominante mestiza, sus símbolos, tradiciones son adoptadas como folklor. El multiculturalismo propone una co-existencia con otras culturas pero continuando con la lógica de cultura inferior y superior, la Interculturalidad propone una convivencia en igualdad de condiciones, reconociendo la diferencia para que exista un diálogo recíproco de intercambio de cosmovisiones.

El Biculturalismo empezó a revisarse y analizarse en América Latina en la década de los 70's en los procesos educativos de los pueblos indígenas. El Biculturalismo trata de que la lengua, las costumbres, hábitos, vestimenta y demás elementos de las culturas originarias se incluyan dentro de la cultura oficial. Plantea un escenario de homogenización cultural y aculturación.

“...En cada uno de estos países existe un Estado-Nación, una misma sociedad, una sola cultura, si mantenemos el concepto riguroso de cultura. En este sentido clarificador, no debe cometerse el error de extrapolar la afirmación de que hay sociedades bilingües y plurilingües a la afirmación que tales sociedades son “biculturales” o “pluriculturales” pues la diversidad lingüística es parte del mismo sistema” (Gómez, 2011, p.7)

La interculturalidad se opone al multiculturalismo y al biculturalismo, pues estas visiones nacen del eurocentrismo y los procesos de homogenización de la cultura, por el contrario, la Interculturalidad nace del reconocimiento de la diversidad, desde la pluralidad y se ajusta a las necesidades de nuestra sociedad. Este reconocer la pluralidad depende de como aprendamos a comunicarnos con el otro. “La interculturalidad mucho depende de si aprendemos a plantear y a llevar a cabo la comunicación con los otros y las otras como un diálogo de, sobre y entre *situaciones*

de lo humano, y no como un intercambio de ideas abstractas orientado a embellecer la liturgia o culto del pensamiento desrealizante.” (Fornet, 2006, p.14) La base de la Interculturalidad es el diálogo, como la forma de entender la cosmovisión del otro.

La Interculturalidad es una alternativa para escuchar otros discursos, para que no exista un monólogo de cultura dominante, sino un espacio abierto al diálogo donde se encuentren diferentes culturas, para la recuperación de espacios de los pueblos ancestrales, para visibilizarlos como son. La interculturalidad rompe una sociedad homogénea y la cultura oficial. “Se introduce con la disolución de la homogeneidad cultural de las sociedades tradicionales bajo la presión de la movilidad social, la globalización de los mercados y métodos de producción, el flujo de la información y de la comunicación, los movimientos migratorios y tantos otros fenómenos que parecen caracterizar al mundo globalizado de nuestros días.” (Fornet, 2006, p.27).

Lo esencial de la Interculturalidad es la convivencia, el reconocimiento a la identidad cultural de los sujetos sociales, lo que permite que se ejerzan sus derechos y se respete su diferencia sin caer en el relativismo del coexistir. Para que exista un verdadero proceso intercultural es necesario el diálogo.

Diálogo intercultural

Decimos que el pilar para sostener una sociedad intercultural es el compartir, un diálogo en igualdad de condiciones en las que no existan culturas o grupos dominantes, en los que se pueda transmitir la cosmovisión, rasgos culturales, historia, símbolos y la subjetividad de cada persona que pertenezca a distintos grupos culturales; sin el temor de procesos de aculturación y homogenización.

“Un diálogo intercultural como diálogo de situaciones entre sujetos concretos que hablan de sus memorias y planes, de sus necesidades y deseos, de sus fracasos y sueños, es decir, del *estado* real de su condición humana en una situación contextual específica, se presenta, por último, como el lugar donde se replantea la cuestión de la intersubjetividad.” (Fornet, 2006, p. 18)

El diálogo intercultural es la alternativa de la diversidad, de una diversidad interactiva donde los distintos grupos culturales se reconozcan y convivan. El diálogo

intercultural es trascendental para la transmisión de saberes y conocimientos en un contexto de diversidad cultural y configura el perfil de las diferencias entre una cultura y otra. Fornet (2006) asevera “Pero diálogo e interacción no se dan si no hay reconocimiento real de la pluralidad. Así en la propuesta intercultural de establecer un equilibrio epistemológico el primer paso es el del reconocimiento de la pluralidad de conocimientos”

El diálogo intercultural debe realizarse en el reconocimiento de la pluralidad sino caería en la lógica del relativismo cultural, al no reconocimiento de la pluralidad y a la industria de un conocimiento hegemónico. El objetivo del diálogo intercultural son los procesos de aprendizaje para que distintas culturas puedan convivir en el mismo espacio, sobrepasar el reconocimiento formal de la diversidad y la pluralidad y convertirlo en una escuela en que la humanidad se entienda como diversa y respete la alteridad, en nuestro caso de estudio es necesario que la cultura dominante, la blanco mestiza, recapacite y comprenda el desequilibrio que ha generado.

Comunicación en Latinoamérica

El estudio de la Comunicación en América Latina se contrapone a la visión Norteamericana, que se orienta a un esquema conductista de estímulo respuesta, el consumo masivo de los mensajes. Nuestra región plantea a la comunicación como una herramienta para el reconocimiento de la identidad cultural, democratizar la comunicación y se conecta con la realidad de los pueblos y las comunidades.

El pensamiento de autores latinoamericanos ven en la comunicación un mecanismo de reconocimiento de la diversidad cultural que existe en la región. Al reconocer la diversidad cultural, respetando la alteridad se podría generar el diálogo intercultural en una comunicación horizontal que permita visibilizar a los que siempre fueron ocultados e invisibilizados.

Ramiro Beltrán sustenta que la Comunicación para el Desarrollo moderniza las sociedades tradicionales por medio de los medios de comunicación interpersonales y masivos.

“La comunicación de desarrollo es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material.” (Beltrán, 2005, p.7)

Beltrán analiza la forma en que la comunicación alternativa pretende que la sociedad misma dirija el cambio con la ayuda de la formación ciudadana.

“La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios – masivos, interpersonales y mixtos – para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría”. (Beltrán, 2005, p.13)

Dentro del ámbito de la comunicación alternativa Beltrán propone un modelo horizontal con tres fundamentos: el diálogo, el acceso y la participación. Para que las diferentes culturas puedan compartir sus símbolos, creencias, saberes, ritos, etc.

“La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (Beltrán, 2005, p.12-13)

Comunicación en los pueblos ancestrales

La comunicación en los pueblos ancestrales en especial de la región Andina es comunitaria e interpersonal.

La filosofía de los pueblos ancestrales es integradora, todos los elementos del mundo se relacionan entre sí y se encuentra en construcción permanente. La Chakana, uno de los símbolos más importantes de la cultura andina, es en sí misma la unión de todo, el cielo y la tierra, el hombre y la mujer, la siembra y la cosecha, el Inti y la Quilla.

“Esta relación del todo, se refiere a un todo vivo: los símbolos, el ser humano, los animales y las plantas, las piedras, los ríos, los cerros y todo lo demás que habita la naturaleza. No se pueda hablar ni entender entonces la comunicación como algo separado ni solamente instrumental.” (Escola, 2013, p.98)

Algunos de los canales de comunicación utilizados por los pueblos ancestrales son:

Asamblea

La Asamblea es una reunión donde asisten los jefes de familia, dependiendo de la comunidad, se realiza cada 15 días o mensualmente, generalmente se convoca los días domingo. Cada familia se encuentra representada en la Asamblea, toda resolución o anuncio que se exponga en la Asamblea será replicado en cada familia.

“En la Asamblea se tratan temas de interés comunitario, solo en casos excepcionales se disertan problemas individuales (cuando estos repercuten a otros) Se planifica actividades de trabajo comunal: mingas, comisiones para el agua, guarderías, siembras, aportes, etc.” (Simbaña, 2001, p.50)

La Asamblea no es una cita democrática, no todos tienen voz y voto, solo los hombres adultos pueden expresarse y ser parte de la toma de decisiones, las mujeres y los jóvenes pueden asistir pero no decidir, los niños no participan. En las Asambleas se habla en Kichwa.

El Churo

El Churo o kipa es un caracol grande con un orificio por donde una persona sopla para emitir un sonido. El Churo es entonado por el síndico o por cualquier miembro de la comunidad, sirve para llamar a Asamblea, minga o dar una noticia importante. El Churo es un instrumento de comunicación alternativa, de fácil ejecución y se remonta a tiempos del incario.

El Altoparlante

Equipo de amplificación ubicado principalmente en las iglesias o templos, consta de una consola, micrófonos, parlantes y megáfonos; empleados por los sacerdotes. El presidente o líder comunitario transmite el mensaje al sacerdote quien lo transmite desde el templo en las mañanas y noches.

Espacios comunicacionales

Los habitantes de las comunidades tienen espacios donde se recupera el acto de dialogar, de compartir de forma horizontal pensamientos, ideas, necesidades. La comunicación oral es vital en aquellos lugares de encuentro que son

- El encuentro de ecuavolley
- La minga
- La cocina
- El viaje en el balde de la camioneta
- Fiestas Populares
- La Iglesia
- Cursos o capacitaciones

“La oralidad tiene mucho que ver con las costumbres ancestrales. No obstante la marginación y la pobreza ponen de su parte. La gente no posee hábitos de lectura, pero tampoco llegan periódicos o revistas por el difícil acceso geográfico” (Simbaña, 2001, p.61)

Comunicación Intercultural

La temática de la Comunicación Intercultural tiene varios estudios para poder analizar los intercambios comunicativos entre diversas culturas. Está en permanente acción sobre la creación de un Estado Plurinacional y una sociedad Intercultural sobre todo en Ecuador donde la convivencia de diversos pueblos y nacionalidades obliga a la convivencia y la comunicación Intercultural.

Alsina (2011) En su folleto “Comunicación intercultural” dice que “La Comunicación Intercultural son las formas de pensar, sentir y actuar de distintas comunidades de vida estarán más o menos próximas unas de otras porque comparten, por ejemplo, la lengua o algunos elementos de sus estilos de vida. Pero no hay que conocer sólo otras culturas, sino que la comunicación intercultural implica también una toma de conciencia de la propia cultura. En muchas ocasiones nuestras comunicaciones están llenas de valores que transmitimos sin ser apenas conscientes de ello. La comunicación intercultural no sólo supone comunicarse con otras culturas sino también hacer el esfuerzo de repensar la propia cultura.” (p.5)

La comunicación intercultural es el intercambio de símbolos entre individuos de diferentes comunidades o culturas que conviven en un mismo contexto. La comunicación intercultural es el proceso de interacción simbólica que incluye a individuos y grupos que poseen diferencias culturales reconocidas en las percepciones y formas de conducta, de tal forma que esas variaciones afectarán significativamente la forma y el resultado del encuentro. Asunción-Lande (2011) La comunicación intercultural busca que estos individuos puedan convivir e interactuar sin perder sus valores culturales y crear nuevas identidades.

Programación de Televisión

Es un conjunto de emisiones periódicas transmitidas a través de la televisión, para informar, entretener o educar a la gente, agrupados bajo un título o cabecera común para diferenciarse de los distintos contenidos audiovisuales de un canal de televisión.

Se organiza mediante una parrilla de programación que indica la hora de inicio y final de cada programa, la parrilla es formulada de forma semanal.

La televisión es un medio de información masivo con mucha importancia social, es un medio que transmite imágenes instantáneas a su audiencia con la finalidad de informar, entretener y educar. Es un medio narrativo pues transmite relatos sean estos noticiosos, informativos, dramáticos, de ficción, históricos, etc. Establece un criterio común, un discurso común de la audiencia. La televisión une a la audiencia dispersa y heterogénea en una sola masa, las normaliza como parte de su función de difundir un modelo social establecido. Esto ocasiona que se generalice su forma de

entender el mundo, se pierdan rasgos culturales adoptando el modelo occidental transmitido por la televisión.

La Programación como Discurso

Los recursos técnicos y expresivos como: caretas, contenidos gráficos, cortinillas, aspectos distintivos de cada segmento, que los medios de información manejan son elementos que conforman un discurso pero también la propia línea editorial del canal, sus bases de fundación, su modelo estratégico forman un discurso unificador. La televisión siendo un medio visual genera más impacto en la audiencia y tiene un discurso unificado que genera opiniones diversas en la audiencia.

La Hipertelevisión

Para realizar un acercamiento conceptual a la Hipertelevisión debemos entender algunos juicios que realizaron autores como Humberto Eco y Casetti. Gordillo hace un análisis del pensamiento de estos dos autores y divide la historia de la televisión en dos partes. La Paleotelevisión, corresponde a la década de los 50's, la tecnología de la televisión era incipiente, los contenidos eran producidos por canales estatales en gran parte del mundo, los contenidos representaban la hegemonía cultural occidental, quienes producían los contenidos ostentaban el poder político y económico. Los géneros más desarrollados eran el informativo, el ficcional y el entretenimiento. La segunda etapa inició en la década de los ochenta, denominada Neotelevisión, implicó una revolución de contenidos y de cantidad de emisores. Los protagonistas dejaron de ser los políticos y personalidades destacadas para ceder el sitio al individuo común.

En el siglo XXI se habla de una hipertelevisión, resultado de la hibridación, la mezcla de distintos modelos del mundo, los nuevos formatos y géneros. “En la Hipertelevisión lo viejo y lo nuevo se cruzan sus caminos, pues afectan a la sociedad del siglo XXI, la ficción, la telerealidad y el infoshow, siguen siendo grandes referentes de las televisores de la mayoría de la pises desarrollas.” (Gordillo, 2009, p. 14). La Hipertelevisión configura cuatro escenarios que la caracterizan: La

continuidad discontinua de la televisión, el discurso de la programación es fragmentado por la reunión de programas independientes y secuenciados. La disgregación de formatos a partir de la hibridación de géneros, la ruptura de los géneros tradicionales de información y ficción; la hipertelevisión es dinámica e incluye la hibridación de géneros. La Glocalidad, la globalización de contenidos y el valor de lo local. La pantalla espejo, el espectador anónimo se convierte en protagonista destacando por sobre celebridades.

Programa de Televisión

El programa de Televisión es el conjunto de emisiones que se transmiten de forma periódica, a modo de bloques agrupados bajo un título en común. Es el producto audiovisual que ofertan las cadenas de televisión a sus audiencias. El programa es una unidad y ofrece elementos narrativos y un contenido unificado.

“La unidad televisiva denominada programa es un segmento unitario de programación caracterizado por un conjunto de rasgos que lo enmarcan y separan de otros segmentos y de los demás programas.” (Gordillo, 2009, p. 43).

El programa es la fragmentación del discurso televisivo, un flujo constante de emisiones diarias, dirigidas a un público heterogéneo. La forma de sintetizar la fragmentación del discurso televisivo se da por medio de tres criterios, según Gordillo. El criterio anográfico o la presencia del nombre, todos los segmentos que son considerados programa dentro de la programación llevan un título o cabecera que los agrupa, todo aquello que no tenga un título unitario no es considerado programa y puede clasificarse como avances, publicidades, microsegmentos. Presencia en las parrillas, se puede reconocer a los programas porque se encuentran señalados dentro de las parrillas de programación de los medios, los avances, cortes publicitarios, segmentos no se encuentran diferenciados en las parrillas. Criterio de periodicidad, un programa jamás es un producto aislado pues se repiten de forma diaria, semanal, con cierta periodicidad diferenciándolos de otros elementos dentro de la programación; aunque pueden existir excepciones como galas, musicales, reportajes investigativos, eventos masivos de índole público.

Producción de Televisión

La Producción de Televisión es un proceso por el cual son elaborados productos, en este caso material audiovisual, para determinado contexto social. Como todo proceso la producción de televisión tiene etapas: preproducción, producción y postproducción.

Preproducción

Es la etapa de planificación, preparación y organización de cada elemento que va a participar en el proceso de producción. Determina la calidad del programa que será producido y consiste en la reunión de todo el equipo para definirlo. Es la etapa más delicada pues en ella se asignan los recursos, la distribución y organización de los mismos en las diferentes áreas de producción para cumplir con las necesidades de cada una de ellas. Dentro de esta etapa existe dos fases principales: El proceso de guionización y la Planificación de la preproducción

En el proceso de guionización se define el tema del producto audiovisual, su factibilidad, lo que el producto quiere conseguir con su público objetivo. La escritura del guion, un documento escrito que describe en forma cronológica el producto audiovisual, se compone de un elemento literario (los diálogos) y uno técnico (planos, movimientos, ángulos).

El proceso de Planificación de la preproducción se organiza los recursos técnicos, humanos y financieros que se disponen para la producción. Se busca financiamiento, se realiza un casting de locaciones, se confirman entrevistas y se reparte el guion entre los integrantes del equipo de producción.

Producción

La realización del producto audiovisual, se ponen en práctica lo planificado en la preproducción. “La etapa de Producción o realización tiene como base el guion o escaleta. En esta etapa interviene y participa todo el personal técnico o staff de

producción así como el elenco e invitados, dirigidos todos ellos por el realizador del programa.” (Prado, 2011, p. 22). El producto que se obtiene al final de esta etapa puede ser un programa de televisión completo o segmentos grabados en el estudio que luego formaran un material completo tras el final de la postproducción

Postproducción

Es la etapa de la edición de audio y video, agregar efectos digitales, voces en off, subtítulos. Dependiendo del tipo de producto audiovisual existen tres diferentes clases de postproducción

Postproducción en Vivo

Requiere gran dominio de la narrativa audiovisual, el ritmo que se va creando en tiempo real. El VTR inserta apoyos videográficos a las distintas secciones del programa (reportajes, noticias, entrevistas, animaciones) mismos que son insertados por orden del director con la guía del guion

“Quien se encarga de la postproducción en vivo debe poseer una gran capacidad de concentración y de toma de decisiones rápidas, además de un claro sentido de la narrativa audiovisual, pues su trabajo se traduce en edición en tiempo real, sin lugar para correcciones o enmendar errores cuando se transmite en vivo.” (Prado, 2011, p. 22)

Edición de un programa pre-grabado

Se trata del trabajo de edición de un producto audiovisual grabado previamente y cuya transmisión no será en vivo. Por lo general se agregan insertos, subtítulos, animaciones, correcciones de audio y video antes de la emisión final del producto.

Edición de Materiales de Apoyo

Es la postproducción propiamente dicho, se diseñan animaciones, se agrega subtítulos, se edita audio y vídeo, entrevistas, reportajes, que se utilizaran en el producto audiovisual final.

Género y Formato

Los géneros televisivos son la categoría en que se dividen los programas de televisión. Se crean para responder a dos aspectos: necesidad de clasificar los programas y a una necesidad comercial.

Los programas de televisión tienden a agrupar a los programas según la necesidad comercial y las temáticas que los programas transmitan. Los géneros televisivos se dividen en:

Informativo: Tiene por objetivo dar información sobre acontecimientos relevantes y de importancia en la vida pública. Los programas informativos son: Noticieros, entrevista, reportaje, debate o mesa redonda.

Documental: Se origina en la ampliación de una investigación de un tema de interés para la comunidad con hechos de la vida real, a diferencia de un reportaje el documental es más extenso en el tiempo y no corresponde a noticias del momento, sino a temáticas anteriores

Ficción: Programas basados en lo irreal, ficticio o fantástico, programas de ficción son las series, mini-series, novelas y películas.

Educativo: La televisión tiene como función educar, hay un elemento que es la intencionalidad del mensaje, si el mensaje busca educar a la audiencia el programa es apartado de la programación normal y forma parte de la educación informal

Magazine: Misceláneos, programas que tienen diversos temas de una amplia variedad, es un género híbrido por excelencia. Pueden ser magazines matutinos y nocturnos, tienden a ser más informales y tratar temas de actualidad mediante, reportaje, el humor, entrevistas y debates

Géneros Híbridos

En el contexto de 35ipertelevisión las fronteras que definen a los medios se vuelven difusas, se desvanecen porque los productos televisivos tienden a tener más de un

género y formato en su realización. “La hibridación, el sincretismo (Tendencia a conjuntar y armonizar corrientes de pensamiento o ideas opuestas) y la contaminación entre los géneros son la tendencia más importante de la televisión en el siglo XXI.” (Gordillo, 2009, p. 34). Gordillo propone una nueva clasificación de los géneros televisivos:

- Hipergénero Informativo: compuesto por los noticieros, reportajes, debates, infoshows, infohumor
- Hipergénero ficcional: se refiere a los telefilmes, teleteatros y teledramas.
- Hipergénero docudramático: la fusión entre la realidad y la ficción
- Hipergénero publicitario
- Hipergénero de Entretenimiento.

La televisión y el Significar

Desde la perspectiva marxista la televisión es comprendida como un espejo de la realidad, una reproductora de la realidad social. La televisión generalmente reproducía la realidad presentada por los Estados y grupos de poder político y económico. Estudios posteriores tomaron el concepto de hegemonía como centro de análisis, esto llevo a entender que la televisión sobrepasaba su rol de reproducir la realidad, la televisión produce realidad en el sentido de dar significado a las cosas por medio de una ideología dominante.

Para darle significado a la realidad la televisión utiliza una ideología dominante, es decir los significados culturales. “El mayor punto de contacto entre ambas perspectivas es la aceptación de que la producción de significados dentro de una cultura conlleva una reproducción de los significados dominantes. La diferencia mayor entre ambas es con respecto al rol que se le asigna al sujeto en la producción cultural.” (Orozco, 1984, p. 25) La televisión es una institución cultural en la sociedad y crea significados propios, estos significados tienen como fundamentación los significados de la propia cultura dominante y de las sociedad, la televisión

reproduce patrones de la sociedad pero les da un significado dentro de la misma cultura,

El poder de significar proviene de la capacidad de darle a un sentido al quehacer social, a los acontecimientos y agentes que intervienen en la vida social. Según Orozco hay dos formas por las cuales la televisión logra formar significados, la primera son las noticias: Son fabricadas por la combinación de distintos elementos y significados culturales de la hegemonía dominante. La segunda fuente es la transmisión de noticias y acontecimientos extranjeros que nos llegan de primera mano, por ende, tendemos a tener un significado de otra cultura formada por la visión de la noticia del medio.

La forma en que la televisión genera significados es mediante la codificación, un proceso en el cual los vídeos, audios, textos generan un discurso transmitido por el medio. Orozco (1984) asevera que: “Encodificar. Entonces. Implica dos tareas básicas: una. La de seleccionar los códigos para dar significado a distintos acontecimientos sociales y. otra. Colocar estos significados en un contexto de referencia específica”. Es decir, significar es dar contexto a un acontecer social dentro de la cultura dominante y de esta forma tratar de mantener es equilibrio, el estatus quo de la sociedad. De esta forma se mantiene una sociedad “universal” donde cada sujeto social se mantiene en su estándar, se crean roles sociales casi inamovibles y se conceptualizan comportamientos, por ejemplo: La mujer ama de casa, el padre de familia proveedor del hogar.

La televisión y los estereotipos

La televisión al igual que el resto de medios masivos responde a los intereses de grupos de poder político o económico, a una élite que busca generar una sociedad con una cultura hegemónica, que no reconoce la diversidad. Los mensajes creados por la televisión, el proceso de significación de las realidades sociales busca mantener a la cultura dominante.

La televisión genera estereotipos, manejando el discurso de una cultura dominante, por ende no reconoce la diversidad de expresiones culturales de una sociedad.

“El reconocimiento de la identidad indígena no sólo se da en sus expresiones culturales tales como rituales, cantos, bailes etc. Sino porque tiene protagonismo propio; sus intentos cotidianos por la participación en los medios de comunicación y en los cuales por su procedencia étnica tiene menos oportunidad que cualquier persona a la cual el poder dominante acepte.” (Sánchez, 2014, p. 50).

La televisión genera ideas de lo que consideramos apropiado, por ejemplo: En la publicidad un hombre de origen étnico mestizo siempre tendrá un mejor trabajo, familia y posición económica que un indígena. Hay que entender que los medios de comunicación por más esfuerzo realizado por el personal van a transmitir una realidad modificada por tomar elementos de la misma y formar un discurso. Por sus características técnicas la televisión es un medio que tiene un alto grado de representacionismo, de dar significados y generar estereotipos de todo aquello que no se comprende desde la óptica de una cultura dominante. El método para romper la representación de estereotipos es dar voz a los “otros” a la diversidad, a la pluralidad y alteridad, comprendiendo que no existe una cultura hegemónica.

Producción en los medios masivos de comunicación

Los medios de información masivos son instrumentos que cumplen con una función social, la de informar, educar y entretener; ser parte esencial en el intercambio de información.

Los medios de comunicación masiva son medios tecnológicos que sirven para enviar un mensaje a un receptor colectivo, a una gran cantidad de público y recorren grandes distancias en un mínimo de tiempo.

Los medios masivos de información tienen ciertas características como:

- Existe un único emisor y varios receptos, o receptor colectivo
- Cumplen la condición de ser abiertos, cualquier persona puede acceder a ellos
- Los contenidos están destinados a un público disperso, heterogéneo y anónimo

Medios Impresos

La actual revolución causada por los medios digitales tiene su origen en una transformación muy similar cuando Gutemberg inventó la imprenta, de esa forma, los medios impresos fueron los primeros en tener el carácter de masivos, la rapidez de su producción, la capacidad de divulgar el conocimiento y la información a las masas le dio poder fáctico a la prensa. Los medios impresos dieron luz a la noticia, una construcción de significados tomando diversos fragmentos de una realidad y cultura dominante para formar un discurso, con los medios impresos también nació la audiencia consumidora del producto llamado noticia.

Para construir el discurso de la noticia se crearon criterios para seleccionar hechos que puedan convertirse en noticia, sea por sus características o por el impacto que puede generar en la audiencia. Urrea considera que los criterios de selección de una noticia son:

- La novedad: un nuevo acontecimiento
- La originalidad, imprevisibilidad e ineditismo: refuerza la novedad y provoca curiosidad e inquietud, Urrea (200-) asevera “Un acontecimiento original es noticia porque es más novedoso, un hecho imprevisible genera conmoción, inseguridad, amenaza” (p.6)
- La evolución futura de los acontecimientos: las expectativas que la sociedad tiene sobre el desarrollo de un hecho
- Grado de importancia y gravedad: Impacto sobre el interés local o nacional
- Proximidad geográfica: Un hecho cercano es más noticiable por el interés del público
- La magnitud de las personas y lugares implicados: Un hecho es más atractivo y noticiable cuando se ven involucrados personas y lugares queridos por la audiencia.
- Jerarquía de los personajes implicados en un acontecimiento: aparición de figuras públicas en la noticia

- La comprensión: un hecho que no es comprensible es descartado como noticia
- La credibilidad: indagar datos confiables sobre el acontecimiento. “La credibilidad de una noticia está más ligada a la fuente que emite que a la verosimilitud del acontecimiento, por lo que un hecho poco verosímil puede legitimarse si la fuente cuenta con reconocimiento público” (Arrueta, 2015, p. 7).
- La exclusividad: capturar la novedad antes que otro medio impreso.

La Radio

La invención de la Radio tras un largo proceso de adelantos científicos fue una segunda revolución en la comunicación, los medios impresos tardaban un tiempo en transmitir los acontecimientos a la audiencia, la radio lo hacía de forma más inmediata, más cercana a la audiencia por su característica oralidad, de esa forma logró ganarse un lugar en el centro de los hogares. “La radio es esencialmente una ‘palabra destinada a otro’ transitividad acentada en la oralidad, crea condiciones privilegiadas para la dialoguicidad” (Mata, 1998, p. 7)

La Radio también genera una práctica significativa, la construcción del discurso radiofónico al ser oral tiene una construcción distinta en la que emisores y receptores forman parte de la misma función de productores de sentido. La Radio en su esencia es un espacio para la mediación, el diálogo, negociación. Emisor y Receptor dejaron de ser el principio y fin de un proceso para convertirse en parte activa de la formación del discurso radiofónico.

“Los receptores ya no son sólo término de un proceso iniciado en otro lado, sino parte activa de él tanto como productores de sentido pero también porque están presentes, inscriptos en el discurso del emisor.” (Mata, 200-, p. 6)

Los mensajes radiofónicos no son pensados como estímulos aislados que afectan a los receptores y surgen de la nada, los mensajes radiofónicos son parte de un contexto mayor, la cultura hegemónica, las representaciones de lo imaginario

sociales. La construcción discursiva de los mensajes radiofónico viene del diálogo entre emisores y receptores, entre medios y los públicos. Diálogos entre propuestas y necesidades, gustos y necesidades. Pero la interacción entre el medio y el público también genera la formación de identidades, dichas identidades están fundamentadas en el contexto mayor, en una cultura hegemónica, Mata (200-) afirma: “Consecuentemente, la radio se convierte en espacio clave (como los restantes medios masivos) para la constitución de identidades individuales y colectivas a través del juego de múltiples interpretaciones.” (p. 4)

Los Nuevos Medios

Es arriesgado dar una definición a los Nuevos Medios, los medios convencionales tuvieron que adaptarse a la informática y posteriormente al auge del Internet. Un periódico, una estación de radio, una televisora antes del auge del Internet eran medios independientes, con formas de producción distintas, con formas de acercarse a la audiencia muy diversas entre ellos; con el auge del Internet los medios tradicionales tuvieron que enfrentarse a la hipermedialidad, es decir, en una página de noticias o un blog se puede encontrar la noticia en texto, un podcast o audio y un enlace al vídeo en YouTube. A más de la hipermedialidad otro cambio evidente fue la velocidad con la que la información llega a la audiencia y el alcance masivo de la conocida viralidad (hacer de productos audiovisuales fenómenos globales) el advenimiento de las Redes Sociales promovió un contacto “cercano” con personas de latitudes distintas.

En su origen, en el tratamiento de la información, en la producción de los discursos los Nuevos Medios responden a una cultura hegemónica, a élites de poder, a una visión occidental, pero también existen otras voces, espacios donde grupos que fueron invisibilizados históricamente tratan de tomar un lugar en la aldea global. ¿Será el Internet, la hipermedialidad, las Redes Sociales un espacio para una comunicación intercultural?

Línea Editorial

La Línea Editorial es el lugar donde los medios masivos de comunicación construyen la realidad social, es un espacio en el cual se busca dar sentido a los mecanismos de

tematización y jerarquización de la información que transmite el medio. Es la base para entender la razón de la producción de productos comunicacionales o periodísticos.

“Al ser los medios masivos mediadores simbólicos del acontecer cotidiano, la línea editorial tiene matriz generativa en el vínculo que existe entre el medio masivo en cuanto empresa informativa, su público, y los agentes implicados directa e indirectamente en el proceso de producción periodística” (Arrueta, 2015, p.2)

La línea editorial puede entenderse de dos formas. La primera es por la perspectiva social: Se basa en la ideología del medio, es decir, las representaciones e imaginarios sociales. Compartidas por un grupo, entonces la ideología genera u interes grupal, una identidad, actividades, metas, normas y valores. La segunda perspectiva es el poder intrainstitucional: El trasfondo de las decisiones, la orientación de los conocimientos, creencias y opiniones del medio masivo.

“En términos generales es posible afirmar que la constitución de la línea editorial está vinculada con restricciones de orden interinstitucional e intrainstitucional. Esas restricciones, que se constituyen en la propia matriz historiográfica de la empresa periodística” (Arrueta, 2015, p. 13)

Discurso

El discurso es la esencia de lo que transmite un medio de comunicación a través de todos los productos que ofrece en su programación, más allá del debate entre género y formato existen tres tipos de discursos que se manejan en los medios: periodístico, publicitario y lúdico. Los discursos que transmiten los medios comunicación son construcciones culturales, un tejido que une las temáticas de la realidad y la ficción. El discurso periodístico nace de lo cotidiano, de lo real, muestra lo pasado y analiza lo que podría pasar, pero como se ha analizado, el discurso periodístico no transmite la realidad tal cual es, sino que crea un discurso tomando elementos de la realidad, los selecciona bajo ciertos parámetros y los adapta a una línea editorial.

“El discurso informativo se caracteriza porque hace saber. Pero también puede tener una función de hacer creer, de persuadir. Por ejemplo, en los artículos de opinión mediante diferentes estrategias

argumentativas se pretende hacer creer la adecuación de un determinado punto de vista. Además en el periodismo también se puede hacer sentir cuando mediante un reportaje, el fotoperiodismo, ciertas imágenes de televisión o algunos sonidos radiofónicos se transmite un material periodístico que afecta a la sensibilidad del receptor. Es evidente que ante determinados acontecimientos el periodismo tiende a emocionalizar los hechos.” (Alsina, 1995, p. 206).

El discurso publicitario se encuentra entre la frontera de la realidad y la ficción, toma muchos argumentos y situaciones de la realidad, es una representación de la misma pero nos vende una situación ideal luego de la compra de un algo. El discurso lúdico tiene la función de entretener, al igual que la publicidad utiliza elementos de la realidad y la ficción.

La divisoria entre los discursos mediáticos es difusa, en un noticiero se puede realizar una dramatización sobre los hechos de una noticia, una serie de televisión puede basarse en la vida de un personaje histórico, la publicidad puede transmitirse bajo la figura de publisreportaje. Por tal razón Gordillo al hablar sobre Hipertelevisión decía que existen géneros híbridos que rompen las fronteras tradicionales de los discursos.

Alsina establece las fronteras entre los diferentes discursos mediáticos con el tipo de *Contrato Pragmático* que manejan. El discurso periodístico es fiduciario: tiene por obligación que la audiencia crea que determinada información es real, el periodista el creador del discurso es el narrador de un acontecer diario, es la idea que la sociedad tiene sobre su papel. El contrato pragmático del discurso publicitario es la manipulación, la manipulación para que la audiencia sienta la necesidad de un producto, busca que el destinatario del discurso emprenda una acción. “La publicidad no es un discurso que se agota en sí mismo sino que va dirigido a la acción del destinatario. La virtualidad del discurso publicitario es hacer hacer.” (Alsina, 1995, p. 209). El contrato del discurso lúdico es ser lúdico, busca generar emociones en su audiencia.

Opinión Pública

La opinión pública es el conglomerado de puntos de vista, deseos, propósitos diversos y contradictorios, la voluntad común de la sociedad. La opinión pública

nace del proceso de comunicación que se desarrolla con los medios de información que influye en la opinión de la audiencia.

Entendemos a la opinión pública los conceptos sobre cuestiones de interés para la nación, expresados de forma pública, por gente ajena al gobierno o sus instituciones que buscan tener influencia en las acciones de las personas y en el aparato estatal.

“La opinión pública entendida de este modo, es fundamentalmente una comunicación de los ciudadanos con su gobierno y sólo de manera secundaria una comunicación entre ciudadanos” (Rivadeneira, 2010, p.45)

La opinión pública es comunicación producida por el procesamiento de información que produce un clima de opinión. El objeto o información sobre el cuál se inicia este proceso debe ser de interés grupal y para que la opinión cumpla con su proceso se necesita un libre acceso a la información. Finalmente la opinión pública tiende a producir efectos que sean visibles, notorios en los niveles de decisión, participación y poder, no solo en ámbitos políticos.

“El mensaje originario cumple su papel motivador de una respuesta, pero lo que no se altera es el medio, elemento de la comunicación que permanece durante el proceso” (Rivadeneira, 2010, p.46)

Premisa de Investigación

Los contenidos interculturales del medio televisivo TV Color Canal 36 del cantón Latacunga no son manejados desde una visión de alteridad y pluralidad.

Señalamiento de Variables

Variable Independiente: La Interculturalidad

Variable Dependiente: Programación de Televisión

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Análisis de Contenidos

El análisis de contenidos es una técnica para interpretar textos, sean estos escritos, orales, grabados, digitales, audiovisuales. Al realizar la interpretación de los textos analizados se abre la puerta para entender los distintos aspectos de la vida social que guarda la creación de un contenido. El Análisis de Contenido nos permite estudiar la naturaleza del discurso e indagar a profundidad el contenido comunicacional, sus códigos, íconos, gestos, signos, etc.

“El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida. En ese sentido es semejante es su problemática y metodología, salvo algunas características específicas, al de cualquier otra técnica de recolección de datos de investigación social, observación, experimento, encuestas, entrevistas, etc.” (Andreú, 200-, p. 1).

El análisis de contenidos es un técnica que se aplica en las ciencias sociales, permite conocer e interpretar la estructura, la dinámica, las categorías, los datos relevantes de un texto. Según Piñuel (2002) el análisis de contenidos puede ser “basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías)” (p.2). El análisis de contenido como técnica busca reconciliar lo cuantitativo y lo cualitativo, siendo lo cuantitativo la construcción del objeto científico de estudio.

El análisis de contenidos se distingue del resto de técnicas de investigación por su complejidad, pues combina la observación directa, la producción de datos, el análisis e interpretación de datos. Según Porta, los datos que arroja el análisis de contenidos tienen una triple perspectiva: Los datos tal cual los observa el analísta, el contexto de los datos y la forma en que el conocimiento del analísta obliga a dividir la realidad.

Piñuel (2002) menciona que el análisis de contenido debe cumplir con ciertas categorías fundamentales. Ser Objetivo: utilizar el método científico para reducir los sesgos que puede introducir el investigador al estudio. Ser Sistemático: seleccionar las variables de análisis, criterios previamente definidos y un proceso de codificación. Ser Cuantitativo: los mensajes analizados deben ser transformados a cifras numéricas para su entendimiento, pero no reducir un fenómeno social como un texto a simples números. Las herramientas que suele usar el análisis de contenidos son tres: el libro de códigos, un manual de instrucciones en las que se explican las directrices para analizar. La ficha de análisis donde se registran los datos. Finalmente se tabula los datos obtenidos.

El Libro de Códigos

Manual de instrucciones en las que se explica como evaluar las diferentes unidades de análisis, variables, indicadores. Por tal razón debe ser un texto escueto, sencillo y sintetizado. Los parámetros para medir si un contenido es intercultural son los establecidos por la CORDICOM: resalta el valor de las culturas, Fomenta los derechos de la Naturaleza, difusión de saberes ancestrales, promueve el reconocimiento de la diversidad, representaciones desde su territorio, recrear la memoria ancestral, difundir el patrimonio cultural, difusión de técnicas ancestrales, difundir el idioma y la tradición Oral.

Ficha de Análisis

Documento en el que se registran los datos de cada una de las unidades de análisis y sus respectivas variables. La Ficha de Análisis debe ser llenado como un cuestionario, se responde según su apreciación de cada segmento leído, escuchado o visualizado.

La presente investigación pretende analizar el manejo de los contenidos Interculturales en la programación de TV Color Canal 36. Se debe entender como el medio maneja los contenidos interculturales, si destina el espacio adjudicado por la ley y cual es el tratamiento que un medio mestizo le da a temáticas interculturales.

Muestra de análisis

Para realizar el análisis de contenido se realizó un muestreo de tres meses cronológicos, siendo estos: octubre, noviembre y diciembre de 2016. Se estudió la programación de 0:00 am a 23:59 pm.

Entrevista

La entrevista como una técnica de investigación es el acercamiento científico a un individuo para obtener de él o ella determinada información, profundizar sobre los conocimientos que esta persona pueda tener. Para la presente investigación se utilizó la técnica de entrevista focalizada, pues se centró en varios puntos específicos en los que el entrevistado pudo hablar libremente. Es muy práctica cuando se necesita investigar sobre temáticas culturales, educativos, sociales.

“Estudiar cambios de actitud, para estudiar situaciones que serán objeto de trabajo social, animación cultural o de tipo educativo; igualmente para abordar problemas poco conocidos por el investigador y que serán estudiadas más adelante”
(Pérez, 2009, p. 8)

Se utilizó las siguientes leyendas para los insertos de la entrevista. RosB E1 y AleG E2.

Enfoque de la Investigación

La temática estudiada tendrá un enfoque cualitativo, debido a que esta orientación destaca el contexto social y el significado de los actos humanos. Guardián (2007) El enfoque cualitativo le da importancia a la realidad, las experiencias vitales del ser humano, cultura, ideas, motivaciones. Intenta identificar, analizar, interpretar y comprender la naturaleza de la realidad.

El enfoque cualitativo de la investigación observa al escenario y a las personas que interactúan en el contexto de forma holística, los grupos sociales, las personas, los

escenarios y los contextos no son reducidos a simples variables, sino que son consideradas como un todo. En este enfoque se estudia el contexto, el pasado, las situaciones actuales a las que se enfrentan y el futuro que puede proyectarse.

El enfoque cualitativo analiza las transformaciones sociales, en este caso de investigación el tratamiento que tienen los contenidos interculturales en un medio destinado a un público mestizo, las significaciones que generan los contenidos de dicho medio sobre personas de otra cultura, la evolución del acercamiento que hace la comunicación para entender otros contextos culturales que son cercanos en términos geográficos y la opinión que genera el medio en su audiencia sobre los contenidos interculturales.

Modalidad de la Investigación

Técnicas usadas en el marco metodológico de la investigación, son seleccionadas por su efectividad en la recolección de información, en la presente investigación se utilizaron las siguientes.

Observación directa

La observación directa consiste en ser testigo de los comportamientos sociales de individuos o grupos en los propios lugares de sus actividades o residencias, sin modificar su marcha ordinaria. Tiene por objeto la recolección y el registro de todos los componentes de la vida social que se ofrecen a la percepción de ese testigo particular que es el observador. (Peretz, 2000)

La observación directa se caracteriza por tener una postura abierta a la diversidad, a la alteridad pues pretende estudiar, analizar, sacar conclusiones, pero no sacar juicios de valor sobre otras culturas. Observar el tratamiento de los contenidos interculturales en un medio de comunicación sin tener ideas preconcebidas y juicios sobre las personas que pertenecen a otro universo cultural, facilita comprender la alteridad y la pluralidad que debe ser reflejada en la comunicación.

Bibliográfica Documental

La revisión bibliográfica documental es un proceso que ayuda a la recolección de información de forma estructurada. El objetivo principal de dicho proceso es la localización de información importante y relevante para la investigación. “La elaboración del marco teórico a partir de la revisión documental resulta imprescindible, ya que, fundamentalmente, nos permite delimitar con mayor precisión nuestro objeto de estudio y constatar el estado de la cuestión” (Rodríguez, 200-, p.18)

Tipos de Investigación

Descriptiva

“Mediante la investigación descriptiva se puede llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Por su lado la definen como “una actividad encaminada a la solución de problemas”. (Cervo y Bervian, 1989, p. 41)

En la investigación descriptiva el investigador recoge datos sobre la base de una hipótesis, recoge la información de forma cuidadosa, analiza los resultados y extraer divulgaciones que contribuyan a la ampliación del conocimiento sobre la temática. Esta técnica permite recoger información primordial sobre el fenómeno, permite construir preguntas directrices desde el origen de los objetivos de la investigación

Operacionalización de Variables

Variable Independiente: La Interculturalidad

DEFINICIÓN	DIMENSIÓN/AMBITO	INDICADOR	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>“La interculturalidad es un proyecto de diálogo entre diversas culturas. A través de ella se pretende construir una nueva relación social, más igualitaria, sin discriminación, de respeto entre grupos y personas que pertenecen a diferentes culturas.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura • Diversidad • Alteridad • Respeto 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de valores y creencias • Diversidad de manifestaciones Culturales • Participación y convivencia • Respeto a la vestimenta, costumbres, cosmovisión 	<p>¿Considera que existe una relación del sistema de creencias y valores indígenas con TV Color?</p> <p>¿Considera una manifestación intercultural a los contenidos musicales del medio?</p> <p>¿Cuál es la importancia de preservación del idioma?</p> <p>¿Se ve reflejada y se genera identificación con el mundo indígena con los contenidos de TV Color?</p>	<p>Análisis de Contenido Matrices</p> <p>Entrevista Focalizada</p> <p>Cuestionario</p>

Tabla 1 Operacionalización de la Variable Independiente

Elaborado por: Omar Olmos

Variable Dependiente: Programación de medios televisivos

DEFINICIÓN	DIMENSIÓN/AMBITO	INDICADOR	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Es un conjunto de emisiones periódicas transmitidas a través de la televisión, para informar, entretener o educar a la gente, agrupados bajo un título o cabecera común para diferenciarse de los distintos contenidos audiovisuales de un canal de televisión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Emisiones periódicas • Discursos mediáticos • Línea editorial 	<p>Contenidos</p> <p>Ideología dominante del medio de comunicación</p> <p>Discurso del medio de comunicación</p>	<p>¿Los contenidos de la programación de TV Color tienen parámetros de interculturalidad?</p> <p>¿Estrategias para una programación inclusiva con otras culturas?</p> <p>¿Identificación con el discurso del medio?</p> <p>Es posible la generación de estrategias que fomenten contenidos interculturales propios del medio en la programación</p>	<p>Análisis de Contenido</p> <p>Matrices</p> <p>Entrevista Focalizada</p> <p>Cuestionario</p>

Tabla 2Operacionalización de la Variable Dependiente

Elaborado por: Omar Olmos

Recolección de Información

La recolección de información se dará mediante los instrumentos citados en la matriz de Operacionalización de variables.

Preguntas Básicas	Explicación
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Para qué?2. ¿De qué personas u objetos?3. ¿Sobre qué aspectos?4. ¿Quiénes?5. ¿A quiénes?6. ¿Cuándo?7. ¿Dónde?8. ¿Cuántas veces?9. ¿Qué técnicas de recolección?10. ¿Con qué?	<ol style="list-style-type: none">1. Para alcanzar los objetivos planteados en la investigación2. Contenidos de la programación de TV Color Canal 363. Manejo de la Interculturalidad4. El Investigador5. Programas de TV6. 20167. Latacunga8. Una vez9. Análisis de contenidos, Investigación bibliográfica documental, Observación directa, Investigación descriptiva,10. Matriz de análisis de contenido, ficha de grupo focal

Tabla 3 Plan de Recolección de Información

Elaborado por: Omar Olmos

CAPÍTULO IV ANÁLISIS Y RESULTADOS

Cómo se distribuye la programación de TV Color Canal 36

TV Color Canal 36 es un medio de comunicación televisivo que tiene su establecimiento en la ciudad de Latacunga. La señal del canal de televisión es de carácter regional pues es receptada en la provincia de Cotopaxi y Tungurahua. La programación de TV Color se emite durante 24 horas los siete días de la semana, se distribuye de la siguiente manera: Informativos y de Opinión 26.25% de la programación, Entretenimiento Musical 18.75%, Infomerciales 21.25%. Variedades 5.4%. Educativos 1.25%. A partir de las 22:45 de lunes a jueves y 23:00 los viernes, el medio masivo emite películas dando un 25.62% de espacio de programación. El espacio destinado a contenidos interculturales es el 4% de toda la programación.

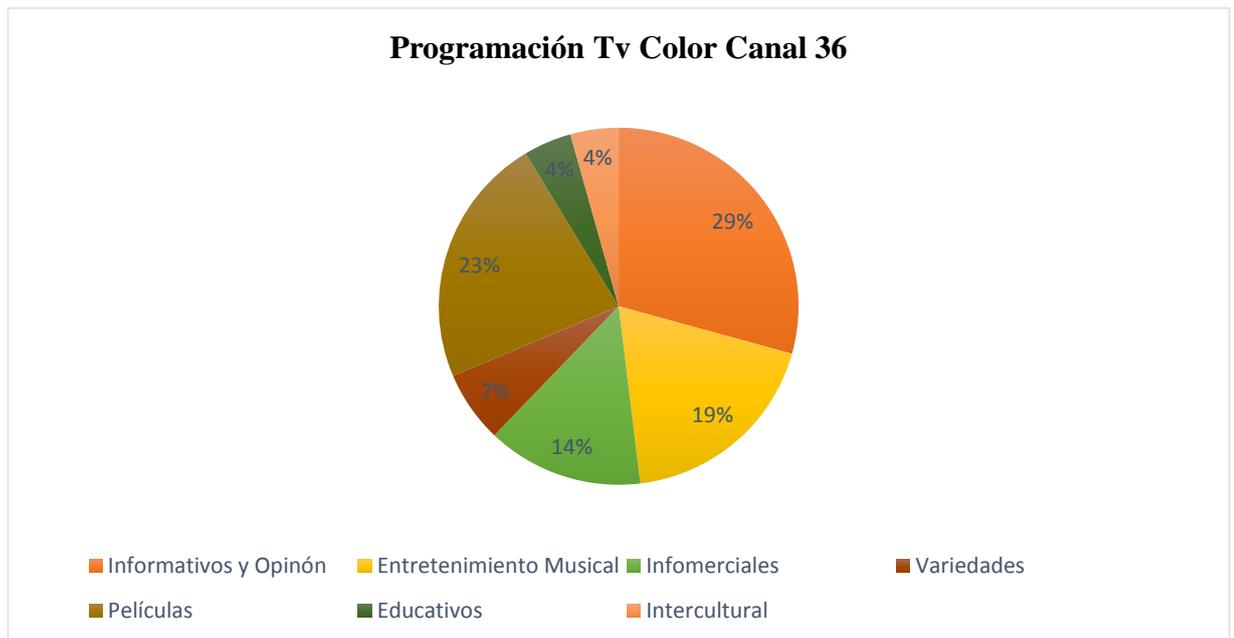


Gráfico 1 Distribución de Programación TV Color Canal 36

Elaborado por: Omar Olmos

La producción de contenido de TV Color son los Informativos y de Opinión: Reporteros en acción, Latacunga al Medio día, Hablando Claro, Cotopaxi al Aire, Panorama; Desde la Academia es un espacio arrendado por la Universidad Técnica de Cotopaxi. El contenido de Variedades por Revista en Familia. Los infomerciales

conlleven información sobre productos naturistas y no son producidos por el medio. De Mujer a mujer es un contenido educativo producido por el medio. Los contenidos educativos e interculturales son producidos por organismos estatales como la Secom y la Cordicom.

Para analizar los contenidos de los distintos programas emitidos por TV Color canal 36 se utilizó una matriz con los parámetros establecidos por la Cordicom.

La Interculturalidad en el Contenido Informativo y de Opinión

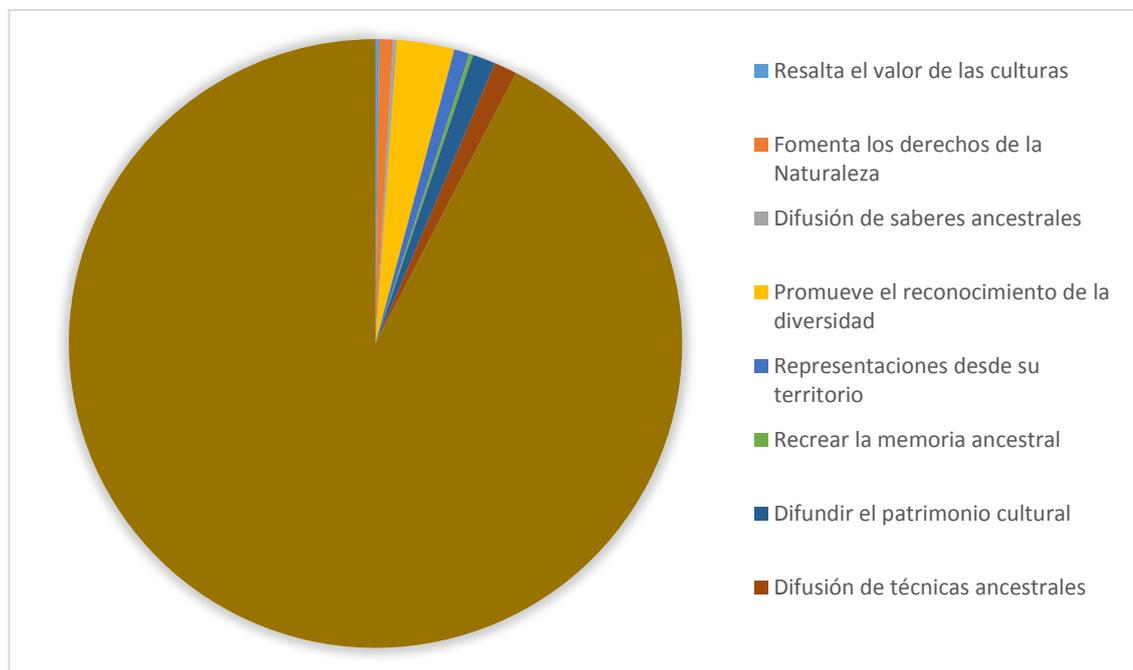


Gráfico 2 La Interculturalidad en el Contenido Informativo y de Opinión

Elaborado por: Omar Olmos

Los contenidos informativos y de opinión representan el 29% de la programación de TV Color. El discurso noticioso de TV Color se enfoca en temáticas políticas, administrativas de la ciudad, no incluye a las zonas rurales pero existen algunas informaciones con contenido intercultural. Dentro del 29% el 92% no representa contenido intercultural, siendo 1783 minutos a la semana. El 3% corresponde al reconocimiento de la diversidad, siendo 77 minutos y medio en los días analizados, de estos minutos 45 corresponden a una entrevista realizada el 5 de Noviembre a Lourdes Tiban. 1% a la difusión de técnicas ancestrales y difusión del patrimonio

cultural, siendo este porcentaje 23 minutos y medio a la semana. 0.8% a las representaciones de territorio ancestral, el porcentaje representa 17 minutos y medio por semana. 0.7% Fomenta el derecho de la naturaleza, durante esa semana se dieron noticias sobre operativos de control de venta de musgo, este porcentaje corresponde a 15 minutos durante la semana. El resto se reparte entre Resalta el valor de la cultura, difusión de saberes ancestrales y difusión del patrimonio cultural, teniendo 5 minutos a la semana respectivamente.

Los noticieros de TV Color Canal 36 son Reporteros en Acción primera emisión, Latacunga al Medio día y Reporteros en acción segunda emisión. Recogen noticias de la ciudad, casi la totalidad de las notas periodísticas analizadas no cumplen con los parámetros establecidos por la Cordicom para ser consideradas Interculturales. La información en su mayoría tiene origen en temas políticos, sociales de la Ciudad, las fuentes para la construcción de la noticia son moradores de los barrios céntricos de la ciudad, autoridades municipales o gubernamentales todos de origen mestizo. La temática de las noticias es política, económica y social. Es notoria la ausencia de información de las comunidades aledañas a la ciudad, las parroquias rurales.

Por La Comunidad es un espacio informativo y de opinión en el que se reciben llamadas al aire de la ciudadanía para expresar denuncias, quejas o malestares del sector en el que vive. Al igual que en los noticieros las llamadas tienen su procedencia de los barrios céntricos de la ciudad o de la zona urbana, es notoria la ausencia de llamadas de las parroquias rurales, otros cantones o provincias siendo Tv Color un medio de carácter regional.

En la primera emisión de Reporteros en Acción, Hablando Claro, Cotopaxi al Aire y Panorama. Los invitados son autoridades municipales, gubernamentales, de instituciones. En los programas Cotopaxi al Aire y Panorama durante toda la semana analizada cubrieron la polémica desatada por la elección de la nueva directiva de la Cámara de Comercio de Latacunga, ni los periodistas o los entrevistados mencionaron al otro, a la alteridad sus estrategias y propuestas electorales se destinaban totalmente a lo urbano y mestizo. Existió representación de la diversidad fue el Lunes 5 de Diciembre en el programa Hablando Claro pues la invitada fue la

Asambleísta Lourdes Tiban, quien actualmente es candidata a parlamento andino, la entrevista tuvo temática política.

Para Rosa Bustillos, técnica del Proyecto Jóvenes comunicadores de Cotopaxi de FEDECOX, el contenido noticioso de TV Color Canal 36 no corresponde a los parámetros de interculturalidad RosB E1. (2016, fuente directa): “Ellos se enfocan más a la urbe, porque ni siquiera salen a las parroquias rurales a pesar que muchas de las parroquias rurales no somos de etnia indígena, sino mestiza, sin embargo ellos no salen a recorrer las comunidades para saber qué es lo que sucede allá, se enfocan a la urbe”. Mama Alegría Guanotasig, indígena Kichwa hablante de la comunidad de Palopo AleG E2. Menciona que prefieren informarse a través de TV MICC Canal 47 (2016, fuente directa) “se enfoca a todas las comunidades, preguntan sobre los casos de la comunidad, proyectos”. Para que los espacios de noticias sean más inclusivos se sugiere buscar un equilibrio de género y usar estrategias que son empleadas en otros medios como un intérprete de lenguaje de señas, usar subtítulos en Kichwa es algo complejo por la diversidad de dialectos existentes en Cotopaxi.

La interculturalidad en el Contenido de Entretenimiento Musical

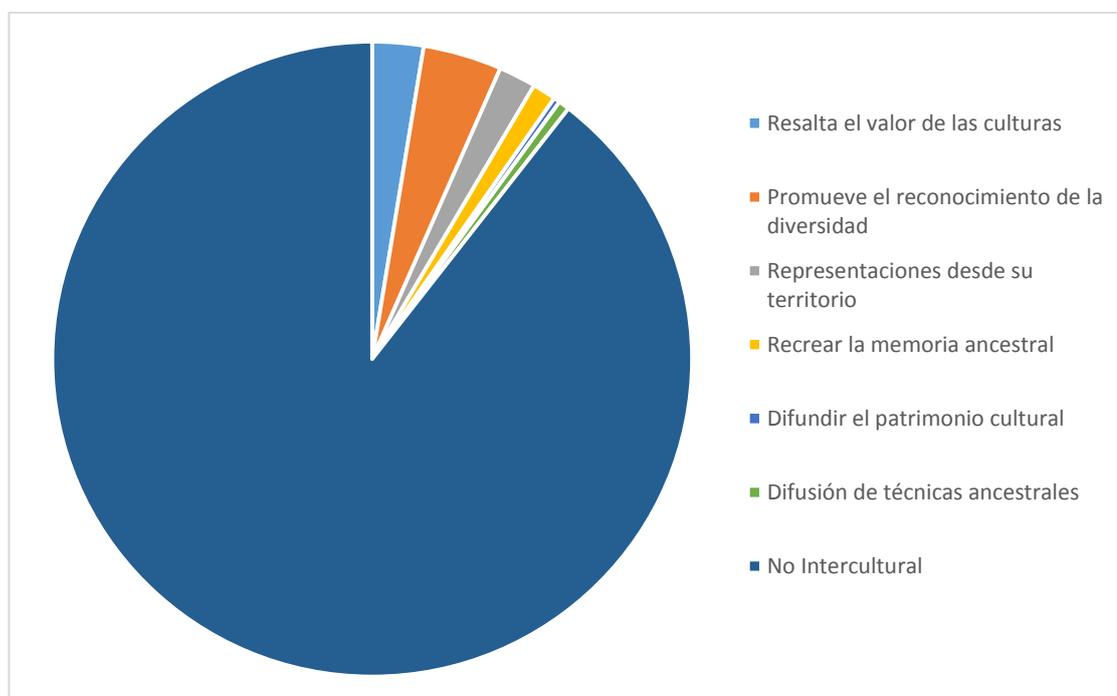


Gráfico 3 La Interculturalidad en los contenidos musicales *Elaborado por:*

Omar Olmos

El contenido musical de TV Color representa el 19% de la programación, es decir 1250 minutos. El 90% de este contenido no corresponde a parámetros de interculturalidad. El 4% representa al Reconocimiento de la Diversidad, el porcentaje es equivalente a 50 minutos en el tiempo analizado. 2.6% Resalta el Valor de las culturas, siendo un total de 33 minutos. Representaciones desde el territorio ancestral 1.9% es decir 24 minutos. 0.56% a contenidos que Difunden técnicas ancestrales. Pero el contenido musical no puede ser considerado intercultural pues es música mestiza que ocupa ciertos elementos de otra cultura desde un punto de vista exótico, además que elementos como el territorio, vestimenta son parte ya del modus vivendi mestizo.

TV Color tiene varios espacios de difusión musical. Bailaditas Ecuatorianas se transmite todos los días desde las 5am hasta las 7am, los vídeos musicales que se presentan en el programa son de géneros musicales como tecnocumbia, chicha, cumbia colombiana y música popular. En algunos de los videoclips de tecnocumbia, chicha y música popular se puede notar que se resalta el valor de la cultura, la representación se origina desde el territorio ancestral, y promueve el reconocimiento de la diversidad, pero los que actúan en la producción son artistas mestizos y la presencia de la cultura indígena, el territorio y la diversidad son solo un fondo para la realización de la producción audiovisual. El espacio de videoclips presentados desde las 15:35 a 16:00 y 18:10 a 18:30 son producciones extranjeras.

Los días viernes se presenta el programa “San Viernes Internacional” Programa de música Nacional enfocado a la tecnocumbia, chicha, música popular. Al igual que “Bailaditas Ecuatorianas” se resalta el valor de la cultura, la representación se origina desde el territorio ancestral, y promueve el reconocimiento de la diversidad e igual utilizan dichas situaciones como un contexto no participante de la producción, rasgando lo exótico y no se reconoce como una cultura en igualdad con la otra.

En las entrevistas focalizadas se pudo concluir que los contenidos musicales a pesar de que usen elementos que la CORDICOM considera parámetros para medir la interculturalidad, no representan a la cultura indígena de la zona de Cotopaxi. AleG E2. (2016, Fuente directa): “La música indígena no se conserva, se conserva en los

abuelos poca gente se identifica con la música indígena, todo viene cambiando” RosB E1. (2016, Fuente directa): “No se conserva la música indígena. Es un medio de comunicación más urbano y no es un canal muy visto en los sectores indígenas por la relación que tienen con los compañeros y compañeras con TV MICC”

La Interculturalidad en Contenido Educativo

De Mujer a Mujer es clasificado como un espacio informativo de temática de salud femenina y preventiva, recibe llamadas al aire sobre consultas médicas a la presentadora. El lenguaje en el que se explica la temática no es muy activo, se utilizan términos médicos que necesitan una explicación más clara, o métodos más didácticos para explicar ciertas enfermedades y dolencias de la mujer. El tratamiento de la feminidad es muy occidental, no se demuestra diversidad de lo femenino, otras concepciones desde lo afro o indígena.

La Interculturalidad en el Contenido de Variedades

Revista en Familia es el programa de variedades de TV Color Canal 36 de 9:30 a 11:00. Al igual que todo programa de variedades combina muchos géneros y formatos en su espacio, presentando reportajes, entrevistas, insertos, invitados especiales. Los invitados también son personas de origen mestizo, a excepción de Alex España cantante afro el lunes 5, siendo autoridades, médicos, veterinarios, personajes de la ciudad. Al ser un espacio de variedades y tener suficiente tiempo al aire podría incluirse un segmento de interculturalidad de producción propia del medio, no insertos de la SECOM Y Cordicom.

Preservación del Idioma y la Oralidad

Tras el Análisis de Contenido se nota que la programación de TV Color Canal 36 no difunde el idioma y la tradición oral de los pueblos originarios del Cantón Latacunga. La ausencia del Kichwa dentro de los contenidos del medio estudiado no es más que el reflejo de una sociedad en la que a pesar de los esfuerzos por protegerla e

institucionalizarla, el idioma y la interculturalidad son aún unos temas entre lo teórico y lo escasamente aplicado.

“Los medios como reflejo de la realidad o, al contrario, como generadores de realidad. Muchas veces, sin embargo, ambas posturas coinciden en un punto: en la satisfacción de los medios. Una actitud que desconoce que, cualquiera sea su papel, los medios son parte constitutiva del tejido social y de la construcción de los imaginarios ciudadanos” (Cerbino, 200-, p. 1)

Es importante mantener vivo el idioma para conservar activa la cultura ancestral, la forma de mantener vivo el Kichwa es la oralidad pues es una lengua que pasa de los ancestros a los abuelos, de los abuelos a los padres y en algunos casos de padres a hijos. AleG E2 (2016, fuente directa): “Hay que mantener nuestro idioma, nuestra palabra para que no se pierda. Cuando se pierde el idioma, el vestuario, un brazo”

La cultura mestiza se ha apropiado de muchos aspectos de las culturas originarias, en nuestro modus vivendi, en la relación que existe entre lo indígena y lo mestizo; la vestimenta, la música, las expresiones plásticas. El idioma es el nexo para la construcción de una sociedad fundamentada en el diálogo intercultural. Al promover el conocimiento del Kichwa nos acercamos de forma directa a la visión, a la conducta, a los valores, a la vida comunitaria. La propuesta de usar los medios de comunicación de masas para rescatar el idioma es un proceso democrático de abajo hacia arriba, un proceso que se fundamenta en la Comunicación Comunitaria. Para Kaplún (2007) “En este tipo de prácticas, ligadas a procesos de movilización social y animación cultural, a luchas por el reconocimiento y la redistribución del poder” (p.314).

Identificación con el medio

En la ciudad de Latacunga existe un canal de televisión cuyo Target es enfocado al sector indígena y campesino de la provincia, TV MICC Canal 47, que tiene una mayor aceptación por parte de este sector, aunque también se involucran con temáticas de la urbe, noticias de la ciudad, logran generar un espacio equitativo entre

lo urbano, lo rural y lo indígena. AleG E2 (2016, fuente directa) “El contenido de TV Micc es para todos, sea blanco, mestizo, indígena, y mantiene el idioma Kichwa” A diferencia de Tv Color, TV MICC, es un canal que es manejado por el Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi y por tal razón genera información, noticias, documentales, que tienen su origen en la vida comunitaria de los pueblos indígenas pero es holístico pues brinda un espacio para contenidos que se generan en la zona urbana.

Generación de Espacios Interculturales en TV Color Canal 36

Mediante las entrevistas se concluyó que se puede generar contenido intercultural desde el medio cambiando la visión que tienen los directivos y trabajadores del mismo. Generar una visión inclusiva que abarque más sectores de la provincia, a las comunidades indígenas, lo que inclusive podría traer más ganancias debido al rating. RosB E1 (2016, fuente directa) “Mantener reuniones con los dueños del medio, hacerles saber que su programación no está mal, pero debería ampliarse a más sectores” AleG E2 (2016, fuente directa): “Buscar acercamientos a las comunidades, para crear contenido para todos.”

Tratamiento de Contenido Intercultural

El contenido Intercultural que se transmite en TV Color es producido por la Cordicom. Son dos los espacios Interculturales dentro de la programación. El Diván que se encuentra al aire desde las 6:30 hasta las 7:00 am y Ranti Ranti desde las 18:30 hasta las 19:00.

El Diván es una producción que narra historias de varios personajes y su encuentro con la interculturalidad. El valor de la identidad, el rescate del idioma, el reconocerse a uno mismo para reconocer la importancia del otro, la importancia de símbolos como la artesanía, el cabello, los colores, el mantener la lengua para que la cultura se mantenga viva. Al final del programa el personaje que se encuentra a sí mismo en el diván a modo de terapia de una definición propia de lo que es la Interculturalidad,

destaco la del día martes 6 “La interculturalidad es algo que queremos juntos” y el jueves 8 “Verse a la cara con cariño y respeto”

Ranti Ranti es otra producción de la Cordicom, es un programa que se acerca a la vida comunitaria de distintas etnias, pueblos y nacionalidades del Ecuador, es un acercamiento desde la perspectiva del otro, no como algo exótico sino natural, la gente de la comunidad es la protagonista, la visión de la interculturalidad como la relación con el todo. El contenido emitido nace desde lo cotidiano y no de lo novedoso, al tratar temáticas como la medicina ancestral no es mostrada como una panacea mística, folclórica sino como un método con base científica y empírica. Para ser más inclusivos usan lenguaje de señas Ranti Ranti promueve el rescate de los valores, del territorio, de la diversidad, de los símbolos de cada etnia, pueblo y nacionalidad “Las hombres y las culturas deben estar unidos.” Es la reflexión del día martes 6 de diciembre para entender a la Interculturalidad como una relación con el todo.

Comprobación de la Premisa de Investigación

La cultura tiene una fuerte relación con la comunicación. Conceptualmente la cultura es la relación del Ser Humano con su entorno mientras que la comunicación es la relación, la puesta en común y el intercambio. La comunicación da forma a la cultura y está es ese mensaje que se transmite por el proceso comunicativo. La Comunicación intercultural necesita de alteridad y pluralidad alternativas para evitar este proceso de homogenización de la cultura. La interculturalidad se presenta también como una alternativa para cambiar el paradigma de una cultura dominante.

TV Color Canal 36 como medio de comunicación privado se mantiene en el paradigma de que una cultura deba dominar sobre la otra. El medio de comunicación transmite contenidos interculturales que son producciones estatales como Ranti Ranti o el Diván, estos contenidos interculturales responden a la Alteridad y Pluralidad, al ser producciones de la Cordicom cumplen con todos los parametros establecidos por la institución. TV Color no genera contenido intercultural propio, entre los contenidos informativos, de opinión, variedades y musicales del canal de televisión

no cumplen con los parámetros antes mencionados para ser considerados interculturales, ocasionalmente aparecen ciertos elementos como: Fomentar los derechos de la Naturaleza, Reconocimiento de la Diversidad o Representaciones desde su territorio, en caso de que el producto comunicacional, noticia o entrevista fortuitamente tenga uno de estos elementos. Los contenidos comunicacionales de TV Color corresponden a una óptica mestiza y urbana, no incluyen a los sectores indígenas de la provincia. Bustillos (2016, fuente directa): “Ellos se enfocan más a la urbe, porque ni siquiera salen a las parroquias rurales a pesar que muchas de las parroquias rurales no somos de etnia indígena, sino mestiza, sin embargo ellos no salen a recorrer las comunidades para saber qué es lo que sucede allá, se enfocan a la urbe”

El espacio que destina TV Color Canal 36 a los contenidos interculturales es del 4%, faltando un 1% por ciento para cumplir con lo estipulado por el artículo 36 Derecho a la Comunicación Intercultural y Plurinacional de la Ley Orgánica de Comunicación. Dicho artículo menciona que el medio puede crear contenido intercultural propio para ampliar o completar dicho espacio.

Excluyendo la difusión de los espacios interculturales de la Cordicom, Tv Color Canal 36 no genera interculturalidad pues existe una sola cultura siendo esta la mestiza, siendo la dominante en la lógica tradicional de poder. Al no existir interculturalidad no puede hablarse de alteridad y pluralidad, pues en la programación del medio no existe el “otro”, no hay una diferencia de culturas, no existe un compartir, el medio trata a su público de manera homogénea.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La interculturalidad es un proceso de diálogo entre distintas culturas; es la construcción de puentes de inclusión, de dialogo e instituciones que permitan la diversidad. Reconocer al otro como un igual, sin caer en lo exótico y respetar su cultural, cosmovisión, ritos y mitos. La interculturalidad se construye desde la alteridad, un principio que plantea la no exclusión y del respeto a la diferencia, pues excluir al otro conllevaría a excluirse a uno mismo.

Conclusiones

1. El espacio destinado para contenidos interculturales en la programación de TV Color Canal 36 es del 4%, faltando un 1% que puede cumplirse con producción propia del medio como lo estipula el artículo 36 de la LOC.
2. Los contenidos informativos y de opinión del medio corresponden a una lógica urbana, política, no son incluyentes pues no existe visualización de las parroquias rurales del cantón ni de las comunidades indígenas.
3. Los contenidos de carácter musical adoptan ciertos parámetros de la Cordicom como representaciones desde el territorio, o elementos del modus vivendi como la vestimenta, pero no representan a la música y culturas indígenas.
4. Los mestizos hemos adoptado en nuestra cultura varios aspectos de la cultura indígena, como la vestimenta, danza, gastronomía, pero no existe aún un diálogo intercultural entre ambos grupos culturales
5. La Interculturalidad no es reconocida por el medio de comunicación estudiado dentro de su programación, excluyendo a las producciones de la Cordicom, lo cual genera desconocimiento de la cultura de los “otros” que conviven en la ciudad de Latacunga.
6. TV Color Canal 36 trata a su público de manera homogénea, los contenidos comunicacionales del medio se centran en una perspectiva urbana y mestiza
7. La programación de TV Color Canal 36 no tiene un acercamiento a las temáticas de Interculturalidad, diversidad y alteridad.

8. TV Color Canal 36 al igual que todos los medios de comunicación se maneja por ventas, publicidad y lo que el público quiera consumir, por ello no se genera contenido intercultural propio del medio por temor a que la audiencia no lo consuma.

Recomendaciones

1. Generar espacios interculturales que promuevan el rescate y difusión del Kichwa. El idioma mantiene viva a la cultura, ayuda a que los saberes ancestrales puedan transmitirse de generación en generación. El conocimiento básico del idioma manejado por las comunidades indígenas de la provincia y el cantón podrían fomentar espacios de diálogo intercultural
2. Crear espacios de diálogo intercultural en la programación de TV Color canal 36, aprovechando el espacio publicitario y el contenido de variedades, mediante el apoyo de Organizaciones no Gubernamentales que trabajan en la ciudad como Plan y Fedecox
3. Generar reuniones entre los directivos de TV Color Canal 36 y organizaciones como Plan y Fedecox para agendar temáticas de interés intercultural.
4. Promover un cambio de visión de los directivos y trabajadores del medio, hacia una comunicación integradora, fundamentada en la pluralidad, la alteridad y la interculturalidad
5. Generar espacios interculturales de producción propia del medio, sobre culturas y nacionalidades originarias de la provincia de Cotopaxi
6. Asesorar y capacitar a los periodistas de TV Color Canal 36 en temáticas de Interculturalidad, Diversidad, para que en los productos comunicacionales, noticias, reportajes su visión sea más amplia y no se limiten a una temática política de la zona urbana
7. Incluir subtítulos en Kichwa en los espacios informativos y de opinión de la programación del medio.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Datos Informativos

Título

Producción de microprograma de contenido intercultural y educativo: “Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)

Institución Ejecutora

Universidad Técnica de Ambato

TV Color Canal 36

Ubicación

Provincia Cotopaxi

Cantón Latacunga

Beneficiarios

Comunidades Indígenas del Cantón Latacunga

Cultura Mestiza

Equipo Técnico Responsable

Omar Olmos Martínez (Investigador)

Kichwahablante

Costo

Se calculó los costos de la elaboración de la propuesta, en total suman \$ 4 241 (ver presupuesto) los valores serán cubiertos por el investigador.

Antecedentes de la Propuesta

El idioma es lo que mantienen vivo a una cultura, algunas definiciones del término cultura hacen énfasis en la transmisión de símbolos, conocimiento, historia,

tradiciones de generación en generación. Esto cuando el grupo cultural mantiene una misma lengua, en el caso de la cultura indígena de nuestro país el Kichwa ha sido reemplazado por el español. Según el testimonio de Alegría Guanotasig en la entrevista realizada menciona que mucho del conocimiento de los abuelos no puede ser transmitido a los nietos porque ellos ya no entienden el kichwa. Según Cartagena y Yaguachi (2016) “El kichwa es un idioma basado en la oralidad, en la forma de relatos, cuentos, leyendas, está presente en los procesos de socialización en donde los yachak a través de los ritos y enseñanzas ancestrales” (p.11). Esto dentro del contexto de la cultura indígena, pero ¿qué sucede con la cultura mestiza? La cultura mestiza ha adoptado varios elementos de la indígena en su relación con el entorno, elementos como la música, el vestuario, la gastronomía pero no se ha podido crear un diálogo intercultural porque no existe un código común. Un código común es algo que resulte inteligible para ambos grupos culturales, no existe comunicación sin un código común. Kaplún (2002) “Gran parte de los fracasos en la comunicación vienen del hecho frecuente de que pretendamos comunicarnos con los demás usando un código diferente al suyo. Un código que ellos no dominan.” (p.109). El español es un código impuesto por procesos de conquista y colonización, que ha fomentado la pérdida de varios rasgos culturales. La Interculturalidad requiere que ambas culturas mantengan sus rasgos, que se reconozcan como diversas, no imponer una sobre la otra.

TV Color Canal 36 es un medio que tiene por público objetivo a la zona urbana del cantón Latacunga, aunque su señal abarca a las parroquias rurales y comunidades indígenas del cantón. Los contenidos de TV Color son transmitidos a 3.233 personas de indígenas que residen en la parroquia Matriz de la ciudad y un total de 14 549 en todo el cantón. La distribución de la programación de TV Color 26% Contenido Informativo y de Opinión, 25% películas, 21% Infomerciales, 18% Entretenimiento musical, 5% Variedades, 4% Intercultural y 1% Educativo.

El objetivo principal es crear un escenario de aprendizaje mutuo en el rescate del idioma. Este compartir debe tener un sentido crítico y llamar a la reflexión de ambos grupos culturales ante la necesidad de establecer un código común para fortalecer el diálogo intercultural. TV Color Canal 36 constituye un medio idóneo para la

propuesta planteada, la señal del medio televisivo abarca toda la ciudad de Latacunga, sus zonas rurales y comunidades indígenas, también se considera un medio regional por lo que su señal llega a la provincia de Tungurahua. Dentro de la programación del medio el 21% de su espacio es usado para Infomerciales de 11h00 a 13h00, de 14h00 a 15h00 y de 16h00 a 18h10. En el espacio de variedades titulado “Revista En Familia” transmitido entre las 9h30 a 11h00 puede brindar un espacio para contenidos interculturales por las características del programa, siendo este destinado a la familia, con contenidos llamativos, musicales, de moda, salud, con un adecuado uso del discurso podría ser un espacio idóneo para generar un diálogo intercultural.

El artículo 36 Derecho a la Comunicación Intercultural y Plurinacional de la Ley Orgánica de Comunicación, estipula que todos los medios de comunicación cumplan con una cuota del 5% de contenido intercultural en su programación. Los contenidos interculturales son producidos por la Cordicom, en el caso de TV Color Canal 36 se incluye los programas el Diván y Ranti Ranti, ocupando un 4% de la programación del medio. En el mismo artículo dice que los medios de comunicación pueden completar o ampliar el espacio destinado a contenido Intercultural. TV Color puede ampliar su espacio destinado a dicho contenido para cumplir lo estipulado en la LOC, puede buscar alianzas estratégicas con Organizaciones Comunitarias para generar una comunicación más incluyente, diversa, que los 3 mil ciudadanos de étnia indígena se vean reflejados en el medio y que este sea el canal por el cual se rescate el Kichwa como un código común de diálogo intercultural.

Justificación

Una de las mejores formas de llegar a una audiencia dispersa es a través de la televisión, es un medio de comunicación que está presente en la mayoría de hogares y al menos en encendido una vez al día. Generar un código común que promueva el diálogo intercultural entre dos culturas que están en contacto permanente y necesitan el reconocimiento en la diversidad, pluralidad y alteridad, para motivar el diálogo intercultural es necesaria la transmisión de elementos simbólicos del idioma Kichwa, de esa forma se fomenta el manejo de un código común y se trata de mantener vivo

un idioma muy rico en oralidad, relatos, cuentos, leyendas y saberes ancestrales; al mantener vivo al idioma mantenemos vivo un patrimonio cultural intangible.

Se debe tomar en cuenta que TV Color Canal 36 tiene un alcance regional, su señal abarca territorios de las provincias de Cotopaxi y Tungurahua. En el caso específico del Cantón Latacunga el contenido intercultural producido y emitido por el medio llegaría a 3 233 ciudadanos indígenas que habitan en la zona urbana del cantón y a 11 316 que habitan en las parroquias rurales y comunidades indígenas, además de beneficiar al conocimiento de un nuevo idioma para la audiencia mestiza del medio, de esa forma TV Color Canal 36 sería el canal por el que se desarrolla el diálogo intercultural.

Actualmente el medio cumple con el 4% de contenido intercultural, dicho contenido es producido por la Cordicom, Ranti Ranti y el Diván son los programas retransmitidos por la televisora, en ambos casos utilizan el Kichwa como lenguaje dentro de la producción, con subtítulos en español para entendimiento de las personas de cultura mestiza, pero no existe un propuesta de aprendizaje y rescate del idioma. El medio de comunicación podría tomar la iniciativa de crear contenido intercultural con el objetivo del rescate y difusión del Kichwa.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un microprograma de aprendizaje mutuo en el rescate del idioma del Idioma Kichwa para establecer un código común de diálogo intercultural.

Objetivos específicos

Establecer una base de datos de vocabulario y locuciones Kichwa-Español

Redactar libretos técnicos y literarios que serán utilizados en la etapa de producción.

Producir contenidos interculturales con elementos de vocabulario, frases y tradiciones orales Kichwas para una audiencia mestiza.

Análisis de Factibilidad

Tabla 4 Análisis de Factibilidad

Socio-Cultural	Organizacional	Tecnológico
<p>Este proyecto es viable porque busca generar contenidos interculturales que promuevan el rescate y la difusión de Idioma Kichwa para una audiencia mestiza que desconoce el idioma y una indígena que ha perdido el uso de la misma.</p> <p>Existen organizaciones comunitarias que trabajan con personas de etnia indígena, organizaciones como FEDECOX o Plan cuentan con kichwa hablantes entre sus integrantes, lo que facilitaría la generación de contenidos.</p>	<p>La organización de este proyecto está a cargo del Investigador. Será la persona que establezca lazos y redes de trabajo para el desarrollo del proyecto.</p> <p>Posteriormente será el encargado de la producción del contenido intercultural, con el apoyo de un kichwa hablante para tener un discurso didáctico y el medio para transmitir dicho contenido.</p> <p>Se conformará una red con las instituciones, que serán las encargadas de fortalecer al proyecto.</p>	<p>En la actualidad la televisión se encuentra en la mayoría de los hogares y es encendida al menos una vez al día para buscar información o entretenimiento.</p> <p>El adelanto tecnológico ha facilitado la producción de video, gracias al abaratamiento de costos de cámaras de video de Alta definición, software de edición de video.</p> <p>Tanto los investigadores, como las instituciones vinculadas, tienen a la mano los elementos tecnológicos requeridos para poner en marcha esta propuesta.</p>

Elaborado por: Investigador

Fuente: Investigación Directa

Presupuesto

Se presenta el presupuesto para el siguiente proyecto.

Tabla 5 Presupuesto

RUBRO	VALOR
RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIAL DE OFICINA	
Cámara de vídeo	1.450
Computador	646
Material de oficina	150
Copias	15
RECURSOS HUMANOS	
Comunicador Social, Investigador	800
Locutor Kichwa hablante	800
EXTRAS	
Alimentación (dos comunicadores)	300
Transporte (mensual)	80
TOTAL	4 251

Fundamentación Legal

El presente proyecto se fundamenta en la Constitución Política del Ecuador

Art. 14.- Principio plurinacionalidad e interculturalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que estas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

El Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

5.2. a. Fomentar el diálogo de saberes entre la comunidad y la academia, en la investigación y documentación de la memoria social, el patrimonio cultural y los conocimientos diversos.

5.2. b. Incentivar y difundir estudios y proyectos interdisciplinarios y trans disciplinarios sobre diversas culturas, identidades y patrimonios, con la finalidad de garantizar el legado a futuras generaciones.

Ley Orgánica de Comunicación

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

Fundamentación Científico Técnica

La comunicación comunitaria postula el derecho a la participación, los sectores populares, las comunidades de pueblos originarios, quieren dejar su papel de receptos

y desean ser parte de los emisores de contenidos. Un cambio del clásico emisor/receptor a ser interlocutores en un proceso de comunicación más complejo e inclusivo. Kaplún (2002) Junto a la «comunicación» de los grandes medios, concentrada en manos de unos pocos grupos de poder, comienza a abrirse paso una comunicación de base; una comunicación comunitaria, democrática. (p.57)

La pérdida de una lengua es la desaparición de toda la cosmovisión, el saber ancestral, las tradiciones, el valor de la vestimenta, es rebajar la cultura a lo folclórico. El Kichwa ha perdido terreno frente al español, un idioma que fue impuesto y es el claro ejemplo de la hegemonía de una cultura sobre la otra, y como a través del idioma se ha ocultado la diversidad presente en la vida social. Recuperar el kichwa y compartirlo con los mestizos es la forma de crear un código común para reforzar el diálogo intercultural. El diálogo en igualdad de condiciones en las que no existan culturas hegemónicas, en los que se pueda transmitir la cosmovisión, rasgos culturales, historia, símbolos y la subjetividad de cada persona o grupo cultural a distintos grupos culturales; sin el temor de procesos de aculturación y homogenización, en un ambiente de alteridad y pluralidad.

TV Color Canal 36 cumple con una parte del requerimiento legal de contenido intercultural, el 1% faltante puede completarse de forma autónoma, impulsando el rescate del idioma Kichwa, gestionando por medio del investigador alianzas con Organizaciones Comunitarias e Indígenas que podrían aportar con kichwa hablantes para generar un discurso y tener contenido intercultural propio. El medio afirma que su público objetivo es de la zona urbana, en Latacunga habitan un aproximado de 3 mil personas que se identifican como indígenas.

El trabajo del comunicador-investigador es el de generar estrategias, crear redes y lazos de trabajo que estimulen la relación entre los directivos del medio y organizaciones del Cantón. La producción audiovisual de los contenidos en su aspecto técnico, el discurso, los saberes, nacen y se configuran desde los pueblos indígenas.

Modelo Operativo

Fase	Meta	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable	Evaluación
Planificación	Aprobar el proyecto en la Universidad Coordinar el espacio en la programación del medio Organizar el tiempo	Elaboración del proyecto Acercamiento al medio de comunicación. Asignación de responsabilidades	Computador Internet	3 Semanas	Investigador Directivos TV Color	Apoyo de las instituciones
Preproducción	Planificar aspectos técnicos del microprograma. Organizar el tiempo, recursos y personal	Redacción de guiones técnicos y literarios. Realización de storyboard Realizar lista de personas, materiales y medios técnicos para la producción Asignación de tareas	Computador Internet Material de oficina	1 Semana	Investigador	Guiones técnicos y literarios
Producción		Grabación de voces en off Grabación de tomas de paso Elaboración de	Computadora Internet Cámara de video Software de			Material de producción de calidad

		animaciones Selección de cortinas musicales	animación Software de audio Micrófonos Consola Refrigerios	2 Semanas	Investigador	
Postproducción	Obtener el producto final de la producción	Selección del material grabado. Montaje de voces en off, cortinas musicales, tomas de paso y animaciones.	Computadora Software de edición de audio y vídeo	2 Semanas	Investigador	Producto final de producción que cumpla estándares de calidad del medio
Difusión	Difundir el contenido elaborado en el espacio de programación asignado.	Asignar un espacio en la programación de TV Color Difundir los microprogramas	Computador Espacio en la programación	2 Semanas	Investigador Tv Color	Microprogramas tienen espacio en la parrilla de programación
Evaluación	Evaluar el proyecto Dar seguimiento al alcance de los microprogramas	Evaluación Seguimiento de los microprogramas	Computador Internet	2 Semanas	Investigador	Informe de evaluación

Tabla 6 Modelo Operativo

Elaborado por: Investigador

Fuente: Investigación Directa

Beneficiarios y Conductas Esperadas

Beneficiario	Responsabilidad	Conducta Esperada
Comunidades Indígenas	Co-Participación	Ayuda con un Kichwahablante para la creación de contenidos Valorización del idioma Kichwa
Ciudadanos de Cultura Mestiza	Co-Participación	Acercamiento a la cultura indígena con visión de alteridad y pluralidad Valorar el idioma Kichwa como un código común para entender la cosmovisión, tradición oral indígena
Universidad Técnica de Ambato	Organización y planificación del proyecto Ejecución de la propuesta Asegurar la continuidad del proyecto Evaluar propuesta	Interés por la propuesta Interés por el estudio de la Interculturalidad en los contenidos de los medios de comunicación
TV Color Canal 36	Asignar un espacio en la programación	Interés por la propuesta Interés por la generación de contenidos Interculturales

Tabla 7 Beneficiarios y Conducta Esperada

Elaborado por: Investigador

Fuente: Investigación Directa

Libretos

Programa 1 Kawsana Mayakuna Temática Napaykuna (Los Saludos)

N.	Sec.	Plano y Movimiento	Imagen	Voz en OFF
1	1	Animación de título	Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)	Bienvenidos a Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
2	2	Animación de texto	Napaykuna (Saludos)	Napaykuna
3	3	Plano Medio	Animación hombre hablando Subtítulo al decir Alli Pucha (Buenos días)	Para saludar decimos Alli Pucha
4	4	Plano General	Animación dos personas saludando Subtítulos (Buenos días amigo)	Por ejemplo Alli Pucha Mashi
5	5	Gran Plano General	Animación tarde soleada	
6	6	Plano Medio	Animación hombre hablando Subtítulos buenas tardes	Si ya es tarde decimos Alli chishi
7	7	Plano General	Noche estrellada	
8	8	Plano Medio	Hombre hablando en la noche Subtítulos Buenas noches	En la noche decimos Alli Tuta, por ejemplo
9	9	Plano General	Animación hombre llegando a casa, saluda a su padre Subtítulos Buenas noches papá	Alli Tuta, Tayta
10	10	Plano Medio	Animación hombre hablando Subtítulos Hasta pronto amigos	Ashata kashkaman mashikuna

Programa 2 Kawsana Mayakuna Temática Ayllu (La Familia)

N.	Sec.	Plano y Movimiento	Imagen	Voz en OFF
1	1	Animación de título	Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)	Bienvenidos a Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
2	2	Animación de texto	Ayllu (Familia)	Ayllu
3	3	Plano Medio	Animación de hombre hablando Subtítulos Hola Amigos	Imanalla mashikuna hoy conoceremos a mi familia
4	4	Primer Plano	Animación hombre anciano sonriendo Subtítulos: Abuelo	Hatun tayta
5	5	Primer Plano	Animación mujer anciana saludando Subtítulo: Abuela	Hatun mama
6	6	Plano medio corto	Animación pareja abrazándose Subtítulo: Papá y Mamá	Tayta y mama
7	7	Plano General	Animación dos niños jugando Subtítulo: Hermano	Wawki
8	8	Plano medio	Animación: Niña saludando Subtítulo: Hermana	Pani
9	9	Plano medio	Animación hombre hablando Subtítulos Hasta pronto amigos	Ashata kashkaman mashikuna

Programa 3 Kawsana Mayakuna Temática Allpapi Tiyashkakuna Accidentes Geográficos

N.	Sec.	Plano y Movimiento	Imagen	Voz en OFF
1	1	Animación de título	Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)	Bienvenidos a Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
2	2	Animación de texto	Allpapi Tiyashkakuna (Accidentes Geográficos)	Allpapi Tiyashkakuna
3	3	Plano Medio	Animación de hombre hablando Subtítulos Hola Amigos	Imanalla mashikuna hoy conoceremos sobre geografía
4	4	Plano General	Animación nubes pasando junto a una montaña nevada Subtítulos Montaña	Urku
5	5	Plano General	Animación de un río con hierba verde alrededor Subtítulos Río	Mayu
6	6	Plano General	Animación Paisaje verde, cercano del mar, varios árboles tropicales Subtítulos: Costa	Kunuk Allpa
7	7	Plano General	Animación Paisaje verde, un tucán, una serpiente y un jaguar Subtítulos: Selva	Sacha
8	8	Plano General	Animación Una casa junto a una pequeña colina Subtítulos: Loma	Tula
9	9	Plano General	Animación planta creciendo en tierra negra Subtítulo: Tierra	Allpa
10	10	Plano medio	Animación hombre hablando Subtítulos Hasta pronto amigos	Ashata kashkaman mashikuna

Programa 4 Kawsana Mayakuna Temática Murukuna Productos Agrícolas

N.	Sec.	Plano y Movimiento	Imagen	Voz en OFF
1	1	Animación de título	Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)	Bienvenidos a Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
2	2	Animación de texto	Murukuna (Accidentes Geográficos)	Murukuna Productos Agrícolas
3	3	Plano Medio	Animación de hombre hablando Subtítulos Hola Amigos	Imanalla mashikuna hoy conoceremos sobre geografía
4	4	Plano General	Animación de mercado tradicional de la Sierra	Ambiente de Mercado
5	5	Two Shoot	Un señor y un vendedor de frutas y verduras	Ambiente de Mercado
6	6	Plano Medio	Hombre pidiendo productos al vendedor Subtítulos Hola Amigo Véndame papas	Imanalla Mashi. Hatuna papakuna
7	7	Plano Detalle	Animación papas en el canasto	
8	8	Plano Medio	Hombre pidiendo productos al vendedor Subtítulos Choclos, Fréjoles	Chukllukuna Purutukuna
9	9	Plano Detalle	Animación de choclos y fréjoles en el canasto	
10	10	Plano Medio	Hombre pidiendo productos al vendedor Subtítulos Yucas	Lumukuna

11	11	Plano Detalle	Animación de yucas en el canasto	
12	12	Two Shot	Un señor y un vendedor de frutas y verduras, el señor se va caminando con el canasto Subtítulos: Muchas gracias, hasta luego	Yupaychani Ashata kashkaman
13	13	Plano medio	Animación hombre hablando Subtítulos Hasta pronto amigos	Ashata kashkaman mashikuna

Programa 5 Kawsana Mayakuna Temática Churanakuna Vestimenta

N.	Sec.	Plano y Movimiento	Imagen	Voz en OFF
1	1	Animación de título	Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)	Bienvenidos a Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
2	2	Animación de texto	Churanakuna (Vestimenta)	Churanakuna (Vestimenta)
3	3	Plano Medio	Animación de hombre hablando Subtítulos Hola Amigos	Imanalla mashikuna hoy conoceremos sobre la vestimenta
4	4	Plano Medio	Animación de una mujer con falda agitándola Subtítulos Falda	Anaku
5	5	Plano Medio corto	Anciano usando una bufanda Subtítulo: Bufanda	Kunkallina
6	6	Plano Medio	Hombre indígena usando un poncho rojo Subtítulo: Poncho	Ruwana
7	7	Plano General a Plano Medio	Joven en camiseta en un día soleado Subtítulo: Camiseta	Uku Kushma
8	8	Plano medio	Mujer joven vestida con una blusa Subtítulo: Blusa	Warmi wara
9	9	Lateral. Primer plano a plano detalle	Rostro de mujer usando un arete Subtítulo: Arete	Rinrina
10	10	Plano medio	Animación hombre hablando Subtítulos Hasta pronto amigos	Ashata kashkaman mashikuna

Programa 6 Kawsana Mayakuna Temática Tullpakuna Los Colores

N.	Sec.	Plano y Movimiento	Imagen	Voz en OFF
1	1	Animación de título	Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)	Bienvenidos a Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
2	2	Animación de texto	Tullpakuna (Vestimenta)	Churanakuna (Vestimenta)
3	3	Plano Medio	Animación de hombre hablando Subtítulos Hola Amigos	Imanalla mashikuna hoy conoceremos sobre los colores
4	4	Plano Detalle	Animación paisaje en blanco y negro	
5	5	Plano Detalle	El cielo se pinta de celeste	Chawa Ankas
6	6	Plano Detalle	Las montañas se pintan de marrón	Paku
7	7	Plano Detalle	El prado se pinta de verde	Waylla
8	8	Plano Detalle	El sol se pinta de amarillo	Killu
9	9	Plano Detalle	El lago se pinta de azul marino	Yanalla Ankas
10	10	Plano medio	Animación hombre hablando Subtítulos Hasta pronto amigos	Ashata kashkaman mashikuna

Día 7 Kawsana Mayakuna Temática Wiwakuna Los Animales

N.	Sec.	Plano y Movimiento	Imagen	Voz en OFF
1	1	Animación de título	Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)	Bienvenidos a Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
2	2	Animación de texto	Wiwakuna (Los Animales)	Wiwakuna (Los animales)
3	3	Plano Medio	Animación de hombre hablando Subtítulos Hola Amigos	Imanalla mashikuna hoy conoceremos sobre los animales
4	4	Gran Plano General	Animación, paisaje andino con varios animales	
5	5	Plano General	Animación de perro jadeando	Ashku
6	6	Plano General	Animación colibrí picando una flor	Kinti
7	7	Plano General	Animación gato lamiéndose una pata	Misi
8	8	Plano General	Animación lechuza para en un árbol	Chusik
9	9	Plano General	Animación araña tejiendo	Uru
10	10	Plano medio	Animación hombre hablando Subtítulos Hasta pronto amigos	Ashata kashkaman mashikuna

Administración de la Propuesta

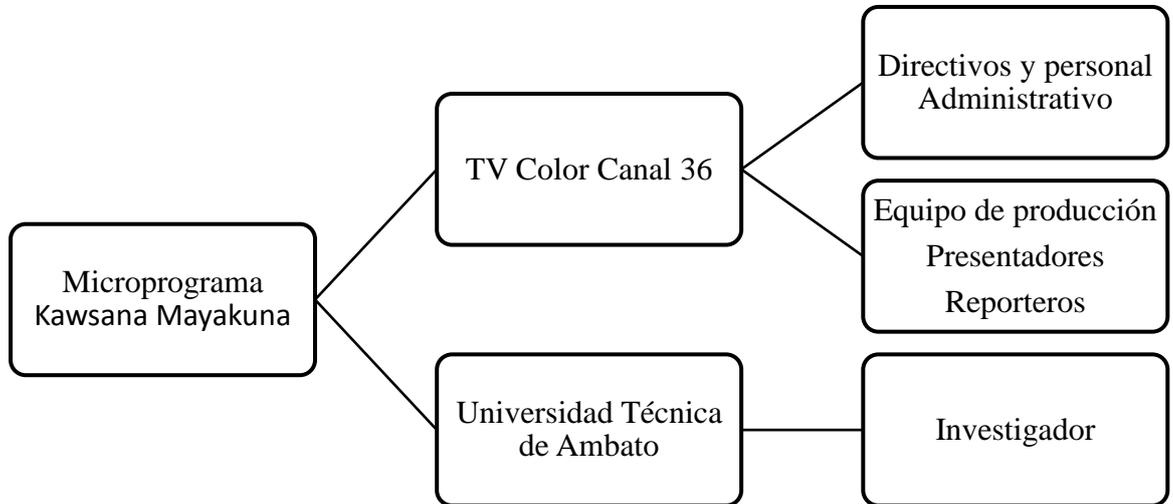


Gráfico 4 Administración de la Propuesta

Elaborado por: Investigador

Fuente: Investigación Directa

Previsión de la Evaluación

Proyecto de Producción de microprograma de contenido intercultural y educativo:
“Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)

Preguntas Básicas	Evaluación
¿Qué evaluar?	Proyecto de Producción de microprograma de contenido intercultural y educativo: “Kawsana Mayakuna” (Vivir Juntos)
¿Por qué evaluar?	Para indicar fortalezas y debilidades Para conocer el cumplimiento de actividades
¿Para qué evaluar?	Para analizar los alcances del proyecto y el cumplimiento de los objetivos
¿Con qué criterios?	A través de los participantes y beneficiarios
Indicadores	Los resultados se medirán con la aceptación de los microprogramas
¿Quiénes evalúan?	Investigador
¿Cuándo evaluar?	Al finalizar la ejecución de la propuesta
¿Cómo evaluar?	Midiendo el cumplimiento de los objetivos
¿Fuentes de evaluación?	Comunidades Indígenas del Cantón Latacunga Ciudadanía de cultura mestiza TV Color Canal 36
¿Con qué evaluar?	Aplicar instrumentos de cumplimiento de evaluadores

Elaborado por: Investigador

Fuente: Investigación Directa

Cronograma

ACTIVIDADES	TIEMPO																											
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO							
Elaboración del proyecto	■	■	■	■																								
Elaboración del marco teórico					■	■																						
Recolección de información							■	■																				
Procesamiento de información									■	■																		
Conclusiones y recomendaciones											■																	
Formulación de la propuesta													■	■	■	■												
Redacción de informe final																	■											
Correcciones																			■	■								

Bibliografía

1. Alsina, R. (1995). El Uso del Discurso en los Medios de Comunicación . *Signa*, 206.
2. Alsina, R. (2011). Comunicación Intercultural. *Portal de la Comunicación* , 5 .
3. Andrade, S. (2010). El Reto De La Interculturalidad: Interculturalidad, plurinacionalidad y ciencias sociales en el Ecuador. *Cuadernos de Investigación* , 8.
4. Andreú, J. (200-). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Granada: Departamento Sociología Universidad de Granada.
5. Arrueta, C. (2015). *La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas*. Jujuy.
6. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. (2005). *ALAIC*. Obtenido de <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/alaic1.htm>
7. Asunción-Lande, N. (2011). *Comunicación Intercultural*.
8. Ayala, E. (2004). La Interculturalidad: El camino para Ecuador . *Revista Universidad del Azuay*, 17.
9. Beltrán, R. (2005). La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamerica, un recuento de medio siglo. *III CONGRESO PANAMERICANO DE LA COMUNICACIÓN*, (pág. 7). Buenos Aires .
10. Bervian, C. y. (1989). *Metodología Científica* . México: Atlas.
11. Cartagena y Yaguachi, E. N. (2016). El Lenguaja Kichwa en el Desarrollo de la Identidad, en niños de Educación Inicial Dos, del Centro Educativo Comunitario “ATAPO LARCAPAMBA” . Riobamba : Universidad Nacional de Chimborazo.
12. Cerbino, M. (200-). *Medios de Comunicación, Sociedad y Cultura* . Quito: Flacso.
13. Dussel, E. (2000). *Europa, Modernidad y Eurocentrismo* .
14. Echeverría, B. (2001). *Definición de Cultura*. México DF: Itaca.
15. Escola, K. (2013). *El Audiovisual como Elemento de Recuperación y Valoración de la Cosmovisión Andina*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
16. Fonet, R. (2004). *Reflexiones de Raúl Fonet-Betancourt sobre el concepto de interculturalidad*. México DF.

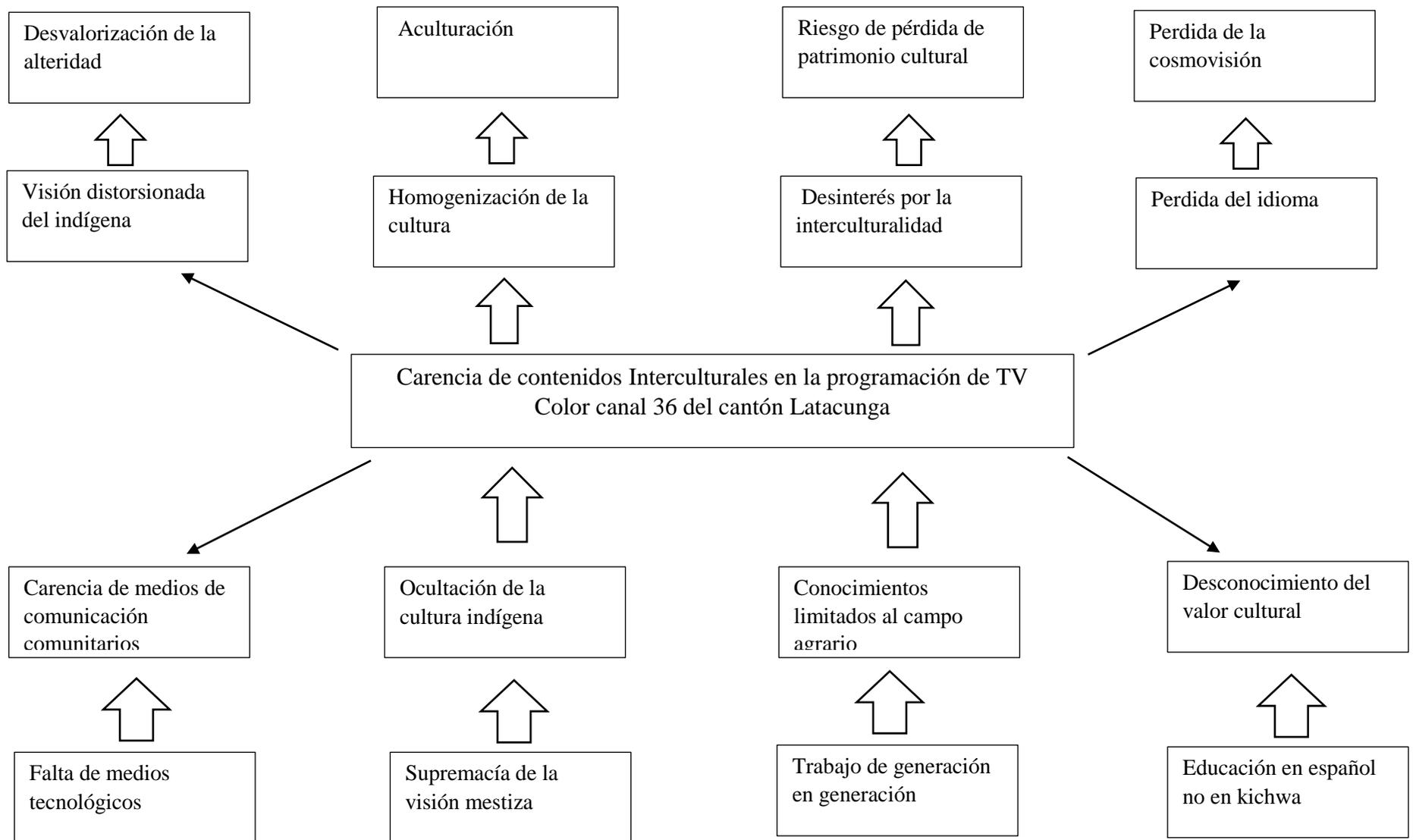
17. Fornet, R. (2006). *Interculturalidad a A prueba* .
18. Giménez, G. (200-). LA CULTURA COMO IDENTIDAD Y LA IDENTIDAD COMO CULTURA. *La cultura como identidad y la identidad como cultura* (pág. 1). México: UNAM.
19. Gómez, P. (2011). *El biculturalismo en perspectiva antropológica*. Granada .
20. Gordillo, I. (2009). *La Hipertelevisión, Géneros y Formatos* . Quito: Quipus.
21. Guardián, A. (2007). *El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socioeducativa*. San José : Educativo Regional.
22. Guerrero, P. (2002). *La Cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia* . Quito : Abya Yala.
23. Hernández, A. y. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales* , 231.
24. Kaplún, G. (2007). La Comunicación Comunitaria. *Anuario de Medios*, 314.
25. Kaplún, M. (2002). *Una Pedagogía de la Comunicación. El comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos.
26. Mata, M. C. (1998). Saber sobre la Radio. *Difusiones* , 7.
27. Mata, M. C. (200-). La Radio: Una relación comunicativa . *Diálogos de la Comunicación Social* , 3.
28. Orozco, G. (1984). *Viendo detrás de la Pantalla* .
29. Peretz, H. (2000). *Los métodos en Sociología, La observación* . Quito: Abya Yala.
30. Pérez, F. (2009). *La entrevista como técnica de investigación social*. Caracas : Universidad Central de Venezuela.
31. Piñuel, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del Análisis de Contenidos* . Madrid: Departamento de Sociología IV.
32. Prado, J. (2011). *El Laboratorio de Televisión como espacio didáctico* . Guadalajara: Cuci .
33. Rivadeneira, R. (2010). *La Opinión Pública: Análisis, estructura, y métodos para su estudio*. Mexico : Trillas .
34. Rodríguez, D. (200-). *Metodología de la Investigación*. Barcelona: Universidad Oberta de Cataluña.
35. Sánchez, S. (2014). *RECONOCIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS ECUADOR TV Y RTS, EN DONDE SU MAYORÍA REPRESENTATIVA ES MESTIZA*. Quito: UCE.

36. Simbaña, W. (2001). *El Churo, el Grito y otras formas de Comunicación Rural*. Quito: Abya Yala.
37. Urrea, J. (200-). La Producción de Noticias en Medios Escritos y Televisivos de El Salvador. *Realidades* , 6.

38. Fuentes Entrevistadas

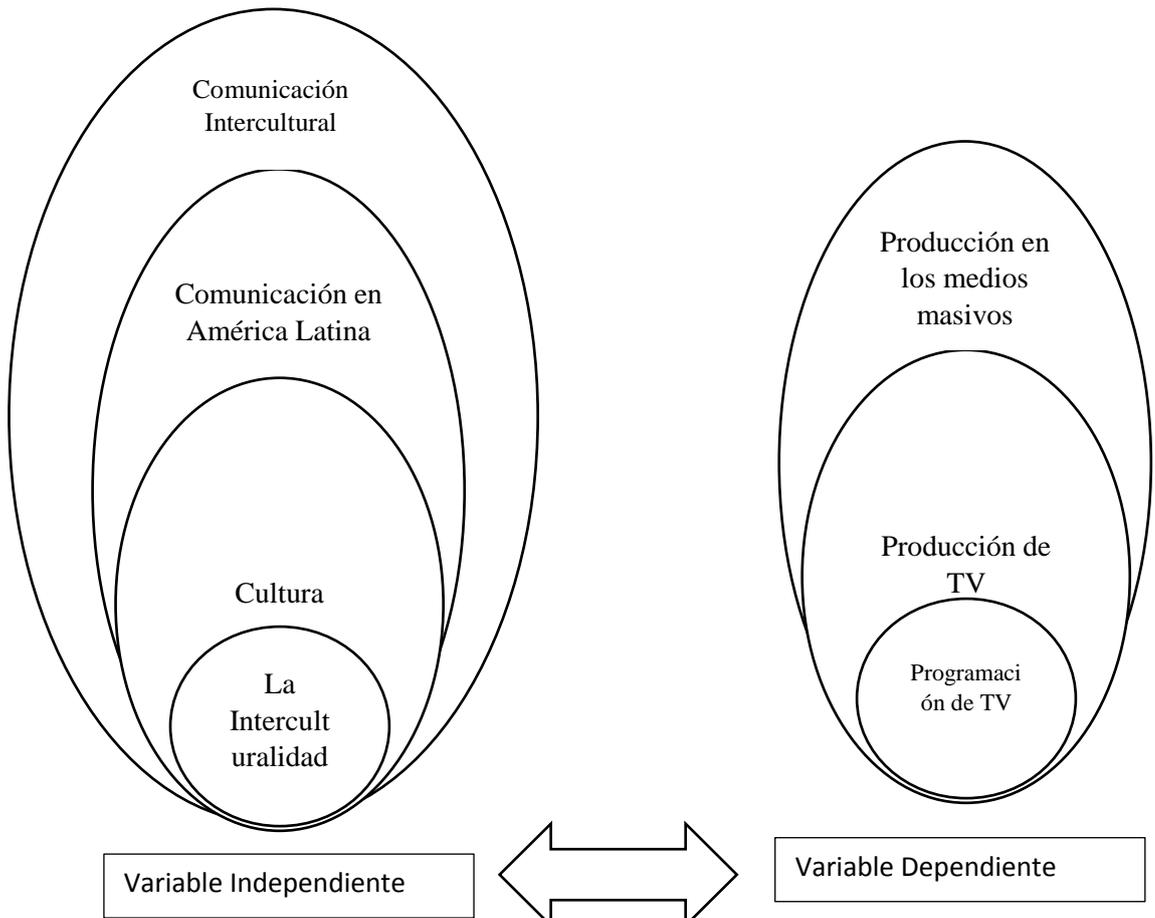
39. Bustillos, Rosa, Técnica de Juventudes de la Federación de Desarrollo Comunitario de Cotopaxi. 2016.
40. Guanotasig, Alegría, Liderasa Comunitaria de Palopo Mirador, Kichwa hablante, 2016.

ANEXOS

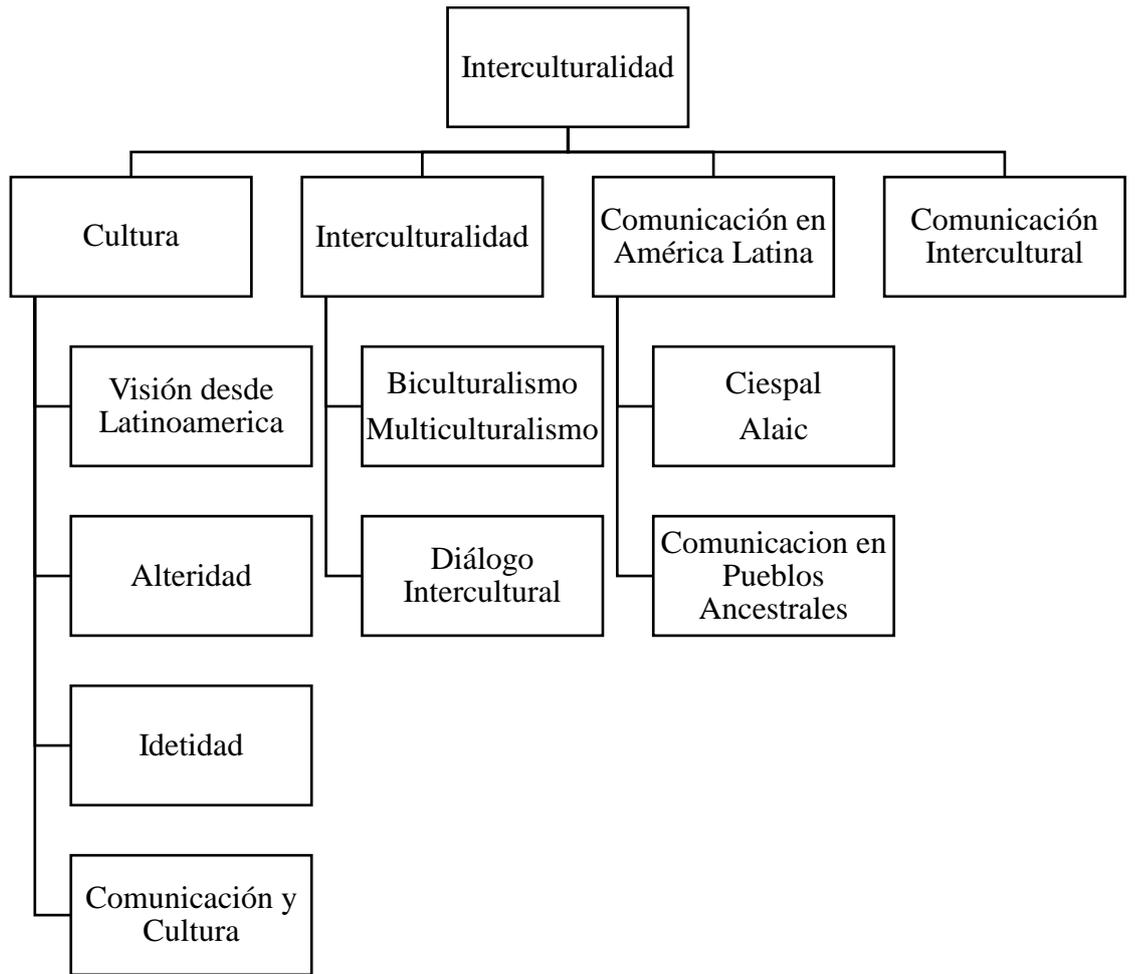


Anexo 1 Árbol de Problemas. Elaborado por: Omar Olmos

Anexo 2 Categorías Fundamentales

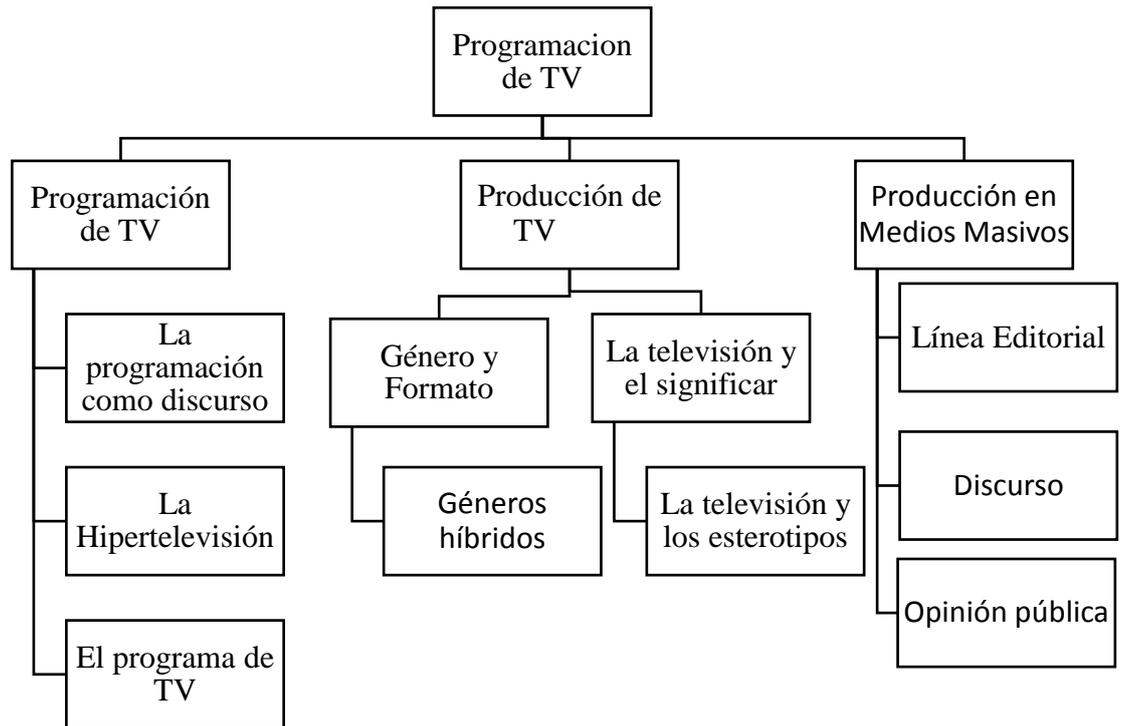


Elaborado por: Omar Olmos



Anexo 3 Categorías Fundamentales Variable Independiente

Elaborado por: Omar Olmos



Anexo 4 Categorías Fundamentales Variable dependiente

Elaborado por: Omar Olmos

Anexo 5 Libro de Códigos

LIBRO DE CÓDIGO	
<p>Instrucciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las unidades de análisis son los programas de TV Color • Los programas está categorizados por tipos de contenido. • La investigación cuenta con 9 indicadores que se refieren resalta el valor de las culturas, Fomenta los derechos de la Naturaleza, difusión de saberes ancestrales, promueve el reconocimiento de la diversidad, representaciones desde su territorio, recrear la memoria ancestral, difundir el patrimonio cultural, difusión de técnicas ancestrales, difundir el idioma y la tradición Oral. • Se realizará el análisis de contenido durante una semana desde el lunes 5 al viernes 9 de noviembre. • La medición de los diferentes programas y contenido se lo realizará en la escala de tiempo de minutos. • Los instrumentos para el registro y transcripción de datos son la ficha de análisis y la tabulación. 	
VARIABLES O INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Tipo de contenido	Clasificar el programa por el tipo de contenido que utilicen. <ol style="list-style-type: none"> 1. Informativo y de Opinión 2. Variedades 3. Infomerciales 4. Educativo 5. Intercultural
Tipo de programa	Calcular el tiempo en minutos de los diferentes tipos de contenidos.
Resalta el valor de las culturas	Medir en minutos cuanto contenido existe en el programa que maneje temáticas sobre Resalta el valor de las culturas. <ul style="list-style-type: none"> • Cultura: es la relación del ser humano con su entorno, es todo aquello que se reúne en: el arte, los conocimientos, los saberes, hábitos, modos de vida, el lenguaje, las habilidades adquiridas por cada ser humano y el grupo social, que son transmitidas de generación en generación.
Fomenta los derechos de la naturaleza	Medir en minutos cuanto contenido existe en el programa enfocado en temáticas sobre fomento de los derechos de la naturaleza <ul style="list-style-type: none"> •
	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de la Naturaleza: Los pueblos originarios tenían una relación estrecha con la Pachamama. Promover el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado y reconocer que la naturaleza es el lugar donde se reproduce y realiza la vida

<p>Difusión de los saberes ancestrales</p>	<p>Medir en minutos cuanto contenido existe en el programa sobre el tema de difusión de los saberes ancestrales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saberes ancestrales: A todos aquellos saberes que poseen los pueblos y comunidades indígenas, y que han sido transmitidos de generación en generación por siglos.
<p>Difundir el patrimonio cultural</p>	<p>Medir en minutos cuanto contenido existe en el programa que trate temas Difundir el patrimonio cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Cultural: Herencia cultural propia de una comunidad y que se transmite de generación en generación
<p>Difusión de técnicas ancestrales</p>	<p>Medir en minutos cuanto contenido existe en el programa que difunda técnicas ancestrales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas Ancestrales: Conocimientos científico/técnico de los pueblos ancestrales
<p>Difundir el idioma y la tradición Oral</p>	<p>Medir en minutos cuanto contenido existe en el programa que promueve la difusión del Idioma y la tradición Oral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idioma: Es la lengua propia de un grupo social o de varios pueblos y naciones, es un sistema lingüístico común. • Tradición Oral: Transmisión de saberes de generación en generación a través de relatos, cantos, oraciones, leyendas, conjuros, mitos, cuentos, etc.
<p>Contenido intercultural</p>	<p>Determinar en minutos cuánto contenido intercultural existe en los diferentes tipos de contenidos.</p>
<p>Indicadores interculturales</p>	<p>Especificar en minutos cómo están distribuidos los indicadores interculturales en los diferentes tipos de contenidos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Resalta el valor de las culturas 2. Fomenta los derechos de la Naturaleza 3. Difusión de saberes ancestrales 4. Promueve el reconocimiento de la diversidad 5. Representaciones desde su territorio 6. Recrear la memoria ancestral 7. Difundir el patrimonio cultural 8. Difusión de técnicas ancestrales, 9. Difundir el idioma y la tradición Oral.

Anexo 7 Entrevistas Focalizadas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
INVESTIGACIÓN: “La interculturalidad en la programación del medio
televisivo TV Color canal 36 del cantón Latacunga”

Entrevista a Rosa Bustillos, técnica de la Federación de Desarrollo Comunitario de Cotopaxi. Encargada del proyecto Jóvenes Comunicadores de Cotopaxi, alternativa vocacional enfocado en la comunicación como alternativa de desarrollo comunitario.

¿Considera que la programación de TV Color cumple con los parámetros de Interculturalidad expuestos por la CORDICOM?

Creo y pienso que no, de lo que yo he visto hay más una programación de música, de noticias, hay una programación sobre centros estéticos. Yo no he visto una programación que vaya enfocada al ámbito indígena, ellos se enfocan más a lo que sucede dentro de la urbe, de la ciudad, ni siquiera es que salgan mucho a las parroquias rurales a pesar de que muchas de las parroquias rurales no son de carácter indígena sino mestiza, sin embargo, ellos no salen a recorrer las comunidades para saber qué es lo que está sucediendo allá y se enfocan más a la Urbe. Están más preocupados de lo que pasa con el alcalde, lo que pasa con el gobernador, de lo que pasa acá adentro (refiriéndose a lo urbano) mas no lo que sucede con nosotros fuera.

¿Qué estrategias tomaría usted para hacer de la programación más inclusiva para otras culturas?

Tendríamos que dialogar mucho, primero en lo que es equidad de género pues tampoco es que sean inclusivos con las mujeres, los contenidos son más enfocados a una problemática masculina. Segundo, llegar a una igualdad de culturas, la mayoría vemos que los canales de televisión nacionales en la parte inferior de la pantalla hay una persona que nos habla en señas, para que puedan entender los sordomudos. Yo pienso que deberíamos ir buscando estrategias muy similares a esas para que se

puedan incluir los compañeros Kichwas, me preocupa que no todos los Kichwas son iguales, también hay que analizar que en las comunidades indígenas son las personas mayores las que conservan el idioma, los jóvenes y niños hablan más el castellano, el idioma se está perdiendo.

¿Considera Intercultural algunos elementos que se muestran en los contenidos musicales de TV Color Canal 36?

No, por más que me digan que son bailaditas ecuatorianas es otro tipo de género musical. El género musical indígena ya no se conserva, lamentablemente es un medio de comunicación urbano, no hay interés en lo indígena. No es un canal muy visto en las comunidades indígenas.

¿Cómo considera que es la relación de las comunidades indígenas con TV Color?

Les es muy difícil llegar a la audiencia indígena, por las razones que le expuse antes. Por ejemplo: las “bailaditas ecuatorianas” no tienen nada que ver con el mundo y la cosmovisión indígena, es un contenido musical más urbano. A diferencia de TV MICC un canal del movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi, ellos se involucran en lo indígena y también en el ámbito urbano, TV Color es un medio comercial, dependen siempre del rédito económico. Nosotros como Federación de Desarrollo Comunitario de Cotopaxi, muchas veces les hemos invitado a eventos que nosotros hacemos pero ellos nunca asisten, por el rédito económico.

¿Es posible realizar contenidos Interculturales desde TV Color Canal 36?

Lo primero es que deberíamos mantener una reunión con los directivos y administradores, hacerles saber que el trabajo que ellos están realizando, su programación no es mala pero que deberían ampliarse a más sectores de la Provincia, no solo enfocarse al centro de la Ciudad de Latacunga, incluso les ayudaría en el rating. Es necesario generar una nueva visión de trabajo, hacer una planificación y sacar diferentes temáticas, en Cotopaxi hay diversidad para mantener nutrida la programación.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
**INVESTIGACIÓN: “La interculturalidad en la programación del medio
televisivo TV Color canal 36 del cantón Latacunga”**

Alegría Guanotasig, kichwa hablante, lideresa comunitaria de Palopo Mirador, ubicada en el sector de Santán del Cantón Latacunga. Su comunidad participa en varios proyectos de la FEDECOX.

¿Considera que la programación de TV Color cumple con los parámetros de Interculturalidad expuestos por la CORDICOM?

Me parece que los contenidos de ese canal no se enfocan en lo Intercultural, a diferencia de TV MICC Canal 47 que por cualquier cosa tienen una comunicación más cercana con las comunidades. Todos los casos de la vida comunitaria se transmiten en TV MICC.

¿Qué estrategias implementaría para hacer de los contenidos de TV Color más incluyentes?

Para nosotros lo ideal sería la inclusión del idioma, el kichwa tiene un significado importante para nosotros, además de involucrarse más con la comunidad, una comunicación que identificara a todos a la ciudad, a las comunidades.

¿Cuál es la importancia de la preservación del idioma?

Es necesario rescatar en los jóvenes y niños, seguir hablando con ellos en nuestro idioma. Nuestros abuelos lo han mantenido, lo pasaron a los padres y las madres. Nosotros hemos enseñado a los niños solo en castellano pero toca mantener nuestro idioma, nuestras palabras para que no se pierdan. Sí se pierden las palabras es como perder el vestuario o una extremidad, nos quedamos a medias.

Se siente identificada con el contenido musical de TV Color

La música indígena, propiamente indígena queda muy poco, de mis abuelos se conservan algunas cosas pero la música indígena se ha perdido, no es como más antes y poca gente la conserva, ya es diferente.

Entonces usted se siente más identificada con el contenido de TV MICC

Si, ese canal es para los indígenas y mestizos, nos abarcan a todos. El canal TV MICC convoca a todas las organizaciones comunitarias indígenas, lo que se realiza en las comunidades y están manteniendo el Kichwa. El canal nos abarca a todos, dirigentes, niños y jóvenes. También ellos comunican con todos, con mestizos e indígenas pero tienen más cercanía con las comunidades

¿Qué estrategias usaría para generar contenido Intercultural desde TV Color?

Desde mi punto de vista empezaría por ser más inclusivo, abarcar a todas las parroquias, cantones, organizaciones, comunidades. Qué nos veamos reflejados en las informaciones.

PAPER

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
“LA INTERCULTURALIDAD EN LA PROGRAMACIÓN DEL MEDIO
TELEVISIVO TV COLOR CANAL 36 DEL CANTÓN LATACUNGA”

Investigador: Omar Olmos Martínez

Resumen

La presente investigación busca generar una propuesta comunicativa enfocada en la Interculturalidad, que permita la generación de contenidos Interculturales en la programación de TV Color Canal 36. Investigar sobre Interculturalidad beneficia a los pueblos y comunidades indígenas que residen en el Cantón Latacunga, favorece a la creación de un diálogo intercultural, fundamental para la construcción de una sociedad Intercultural en la que se pueda vivir en diversidad y respeto.

Para la investigación se utilizaron técnicas como el análisis de contenidos para estudiar el discurso generado por TV Color Canal 36 y si su programación cumple con los parámetros de la CORDICOM para considerar que un determinado producto comunicacional es Intercultural. Se utilizó una matriz para sistematizar el análisis de contenidos, con parámetros antes mencionados. Además de una entrevista focalizada para contrastar los resultados obtenidos tras el análisis.

Los resultados alcanzados tras aplicar la metodología demostraron que el medio de comunicación transmite contenido intercultural de producción estatal, pero la programación generada desde el medio no cumple con los parámetros para ser considerada intercultural, enfocándose en temáticas urbanas, políticas, representando una visión homogénea de la cultura, por lo que es necesario generar contenido intercultural desde el medio de comunicación para generar una comunicación más inclusiva que aporte al desarrollo de un diálogo intercultural.

Abstract

This research seeks to generate a communicative proposal focused on Interculturality, which allows the generation of Intercultural contents in the production of Channel 36 “TV Color”. Researching on Interculturality benefits the indigenous population and communities residing in the City of Latacunga, it favors the creation of an intercultural dialogue, essential for the construction of an Intercultural society in which one can live in diversity and respect.

This research used techniques such as content analysis to study the speech generated by Channel 36 “TV Color”, and if its programming complies with the parameters of CORDICOM, to consider that a specific communication product is Intercultural. A matrix was used to systematize the content analysis, with the parameters mentioned above. In addition to a focused interview to contrast the results obtained after the analysis.

The results obtained after applying this methodology showed that the communication medium transmits intercultural content of state production, but the programming generated from the medium does not meet the parameters to be considered intercultural, focusing on urban, political themes, representing a standardized vision of the Culture, so it is necessary to generate intercultural content from the media to generate a more inclusive communication that contributes to the development of an intercultural dialogue.

Introducción

La investigación “La interculturalidad en la programación del medio televisivo TV Color canal 36 del cantón Latacunga” ayudará a generar una propuesta comunicativa enfocada en la Interculturalidad, en pos de una comunicación incluyente, que promueva el diálogo intercultural, la convivencia entre diversas culturas en un ambiente de alteridad, pluralidad y reconocimiento de la diversidad.

La Interculturalidad es un aspecto que debe ser abordado, el Estado se reconoce como intercultural y plurinacional. En todo el territorio nacional conviven una diversidad de culturas, expresiones, cosmovisiones y es necesario un acercamiento desde la alteridad, desde el reconocimiento del “otro” como un ser distinto y que su cultura merece respeto y conservación. En la historia es una constante la imposición de una cultura sobre la otra y que la cultura sometida pierda sus rasgos característicos y termine por ser absorbida. La interculturalidad propone un proceso de descolonización, recuperación de los espacios perdidos por las culturas ancestrales y el reconocimiento a la diversidad.

La ciudad de Latacunga es también un contexto de diversidad, estando presentes la cultura hegemónica blanca/mestiza y culturas ancestrales como la panzaleo. Para generar una sociedad intercultural es necesario el diálogo y la comunicación y los medios son el punto de partida para generar un discurso de diversidad que llegue a la ciudadanía.

Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a que destaca el contexto social y los actos humanos, el enfoque cualitativo le da importancia a las experiencias vitales del Ser Humano, la cultura, las motivaciones, las historias de vida. Dentro de un enfoque cualitativo los contextos no son reducidos a simples variables sino son considerados de forma holística. Al ser la interculturalidad el dialogo, relación entre dos o más grupos culturales en el mismo territorio, para

abordar la interculturalidad es necesario una visión más amplia de los contextos más allá de variables numéricas.

Se utilizó el análisis de contenidos para la interpretación del discurso audiovisual de TV Color Canal 36 con la intención de interpretar los distintos aspectos de la vida social que guarda la creación y difusión de los contenidos comunicacionales del medio, indagar a profundidad en códigos, íconos, símbolos. Andreú (200-) afirma que “El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida.” (p.1). También se utilizó la técnica de entrevista focalizada para acercarnos a un individuo de manera científica para obtener determinada información, profundizar conocimientos que el entrevistado pueda tener. Es muy utilizada en investigaciones sobre temáticas culturales, educativas, sociales.

Se utilizó la modalidad de observación directa por su postura abierta a la diversidad, la alteridad a lo que pretender estudiar, analizar y sacar conclusiones, la observación directa no pretende emitir juicios de valor sobre otras culturas. La observación directa no modifica la marcha de las actividades normales del universo observado, tiene por objeto la recolección y registro de los componentes de la vida social, el observador es un testigo (Peretz, 2000). Bibliográfica documental, obteniendo información de fuentes como libros, revistas, informes técnicos, tesis de grados.

Resultados Alcanzados

Tras realizar el análisis de contenidos podemos afirmar que TV Color Canal 36 distribuye la programación de la siguiente manera: Informativos y de Opinión 26.25% de la programación, Entretenimiento Musical 18.75%, Infomerciales 21.25%. Variedades 5.4%. Educativos 1.25%. A partir de las 22:45 de lunes a jueves y 23:00 los viernes, el medio masivo emite películas dando un 25.62% de espacio de programación. El espacio destinado a contenidos interculturales es el 4% de toda la programación.

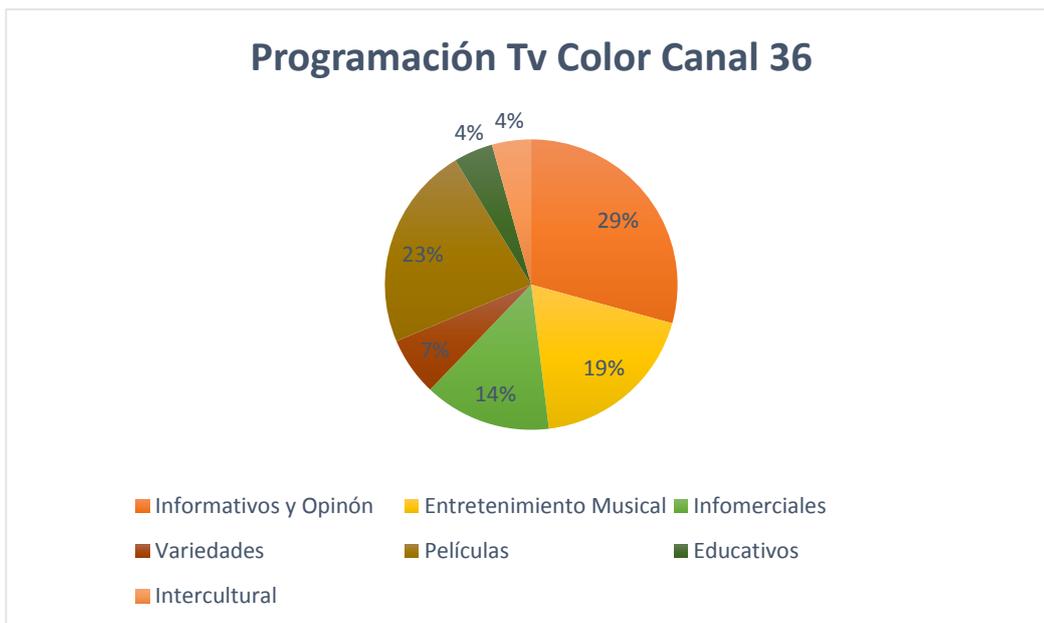


Gráfico N 1 Distribución de Programación TV Color Canal 36

Elaborado por: Omar Olmos

La interculturalidad en los Espacios de Noticias



Gráfico N 2 La interculturalidad en los Espacios de Noticias

Elaborado por: Omar Olmos

El espacio de Noticias e Informativos de TV Color Canal 36 son Reporteros en Acción primera emisión, Latacunga al Medio día y Reporteros en acción segunda emisión. Los contenidos noticiosos analizados no cumplen con los parámetros establecidos por la Cordicom para ser consideradas Interculturales. La información en su mayoría tiene origen en temas políticos. Por La Comunidad es un espacio informativo y de opinión en el que se reciben llamadas al aire de la ciudadanía para expresar denuncias, quejas o malestares del sector en el que vive. Al igual que en los noticieros las llamadas tienen su procedencia de los barrios céntricos de la ciudad. En la primera emisión de Reporteros en Acción, Hablando Claro, Cotopaxi al Aire y Panorama. Los invitados son autoridades municipales, gubernamentales, de instituciones. En los programas Cotopaxi al Aire y Panorama durante toda la semana analizada cubrieron la polémica desatada por la elección de la nueva directiva de la Cámara de Comercio de Latacunga. La técnica de entrevista sirvió para contrastar los resultados obtenidos tras el análisis de contenidos, en el diálogo se pudo obtener de RosB E1. (2016, Fuente directa): “Ellos se enfocan más a la urbe, porque ni siquiera salen a las parroquias rurales a pesar que muchas de las parroquias rurales no somos de etnia indígena, sino mestiza, sin embargo ellos no salen a recorrer las comunidades para saber qué es lo que sucede allá, se enfocan a la urbe”.

La Interculturalidad en los Contenidos de Entretenimiento Musical

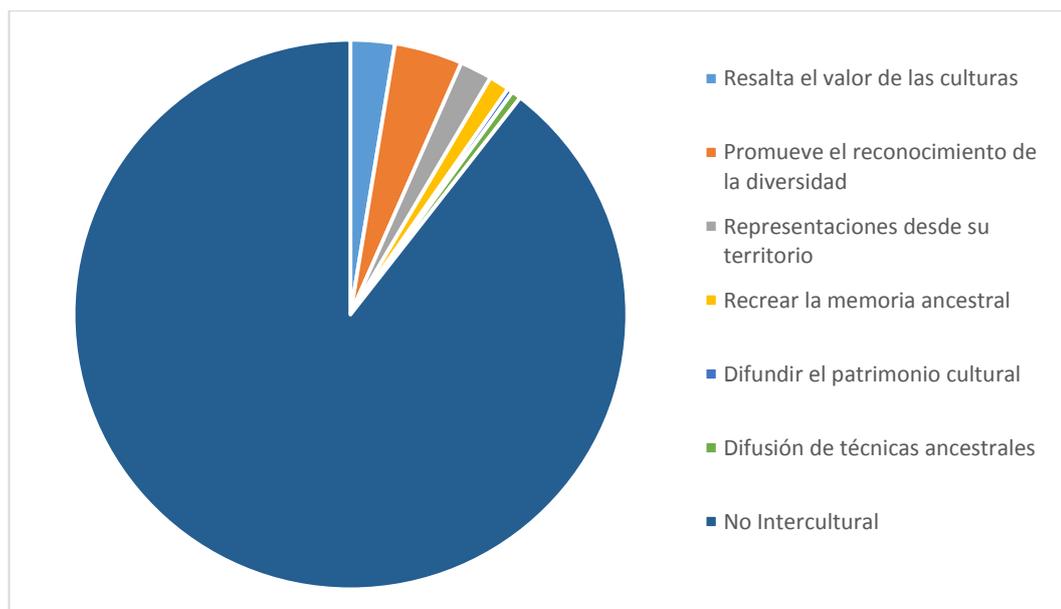


Gráfico N 3 La interculturalidad en los Espacios de Entretenimiento Musical

Elaborado por: Omar Olmos

TV Color tiene varios espacios de difusión musical. Bailaditas Ecuatorianas se transmite todos los días desde las 5am hasta las 7am, los vídeos musicales que se presentan en el programa son de géneros musicales como tecnocumbia, chicha, cumbia colombiana y música popular. En algunos de los videoclips de tecnocumbia, chicha y música popular se puede notar que se resalta el valor de la cultura, la representación se origina desde el territorio ancestral, y existe el reconocimiento de la diversidad pues vestimenta, danza son parte ya del modus vivendi de la cultura mestiza. Los días viernes se presenta el programa “San Viernes Internacional” Programa de música Nacional enfocado a la tecnocumbia, chicha, música popular, el contexto de dicha producción rasga en lo exótico y no se reconoce como una cultura en igualdad con la otra. AleG E2. (2016, Fuente directa): “La música indígena no se conserva, se conserva en los abuelos poca gente se identifica con la música indígena, todo viene cambiando” RosB E1. (2016, Fuente directa): “No se conserva la música indígena. Es un medio de comunicación más urbano y no es un canal muy visto en los sectores indígenas por la relación que tienen con los compañeros y compañeras con TV MICC”

La Interculturalidad en el Contenido de Variedades

Revista en Familia es el programa de variedades de TV Color Canal 36 de 9:30 a 11:00. Al igual que todo programa de variedades combina muchos géneros y formatos en su espacio, presentando reportajes, entrevistas, insertos, invitados especiales, siendo autoridades, médicos, veterinarios, personajes de la ciudad.

La Interculturalidad en la preservación del Idioma y la Oralidad

Tras el Análisis de Contenido es fácil notar que la programación de TV Color Canal 36 no difunde el idioma y la tradición oral de los pueblos originarios del Cantón Latacunga. La ausencia del Kichwa dentro de los contenidos del medio estudiado. Cerbino (200-) “Los medios son parte constitutiva del tejido social y de la construcción de los imaginarios ciudadanos” (p.1). Es importante mantener vivo el idioma para conservar activa la cultura ancestral, la forma de mantener vivo el Kichwa es la oralidad. AleG E2 (2016, fuente directa): “Hay que mantener nuestro

idioma, nuestra palabra para que no se pierda. Cuando se pierde el idioma se pierde el vestuario, un brazo”

La interculturalidad requiere de un diálogo intercultural, para promover el diálogo intercultural es necesario un código común para acercar ambos universos culturales. Al promover el conocimiento del Kichwa nos acercamos de forma directa a la visión, a la conducta, a los valores, a la vida comunitaria. Kaplún (2007) “En este tipo de prácticas, ligadas a procesos de movilización social y animación cultural, a luchas por el reconocimiento y la redistribución del poder” (p. 314).

Tratamiento de Contenido Intercultural

El contenido Intercultural que se transmite en TV Color es producido por la Cordicom. Son dos los espacios Interculturales dentro de la programación. El Diván que se encuentra al aire desde las 6:30 hasta las 7:00 am y Ranti Ranti desde las 18:30 hasta las 19:00. El Diván es una producción que narra historias de varios personajes y su encuentro con la interculturalidad. El valor de la identidad, el rescate del idioma, el reconocerse a uno mismo para reconocer la importancia del otro. Ranti Ranti es otra producción de la Cordicom, es un programa que se acerca a la vida comunitaria de distintas etnias, pueblos y nacionalidades del Ecuador, es un acercamiento desde la perspectiva del otro, no como algo exótico sino natural, la gente de la comunidad es la protagonista, la visión de la interculturalidad como la relación con el todo.

Generación de Espacios Interculturales en TV Color Canal 36

En el grupo focal se concluyó que se puede generar contenido intercultural desde el medio cambiando la visión que tienen los directivos y trabajadores del mismo. Generar una visión inclusiva que abarque más sectores de la provincia, a las comunidades indígenas, lo que inclusive podría traer más ganancias debido al rating. RosB E1 (2016, fuente directa) “Mantener reuniones con los dueños del medio, hacerles saber que su programación no está mal, pero debería ampliarse a más

sectores” AleG E2 (2016, fuente directa): “Buscar acercamientos a las comunidades, para crear contenido para todos.”

Discusión o Reflexión crítica

La cultura se entiende como la relación del ser humano con su entorno, reúne en: el arte, los conocimientos, los saberes, hábitos, modos de vida, el lenguaje, las habilidades adquiridas por cada ser humano y el grupo social, que son transmitidas de generación en generación. El lenguaje es la forma en la que se transmite estos saberes en el devenir de las generaciones, siendo el lenguaje escrito o las tradiciones orales de los diferentes pueblos. La cultura es el momento en el que el ser humano y su entorno se construyen y se reconocen. Echeverría (2001) “la cultura es el momento autocrítico de la reproducción, que un grupo humano determinado, en una circunstancia histórica determinada, hace de su singularidad concreta” (p.87)

Existe una relación entre cultura e identidad, la identidad es la apropiación de ciertos elementos culturales que se encuentran en el entorno social del individuo. La cultura es el proceso en el que se reconoce un grupo cultural tomando diferencias con otro grupo. Giménez (200-) la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los “otros”, y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos (p.1).

La Alteridad es el momento en que dos o más individuos, grupos sociales o culturales reconocen que son diferentes. La Alteridad consiste en la alternativa ante la homogenización de la cultura, un tipo particular de diferenciación. La Alteridad plantea un principio de no exclusión y del respeto a la diferencia, pues excluir al otro conllevaría a excluirse a uno mismo.

Los conceptos de Comunicación y Cultura se encuentran unidos por su esencia. Cultura es la relación del Ser Humano con su entorno, la Comunicación es la relación, la participación y la puesta en común. Ambos conceptos son inseparables pues pertenecen a la interacción humana, al desarrollo del individuo y las sociedades. El sistema comunicación-cultura se remonta al origen de la humanidad

La interculturalidad es una alternativa para cambiar el paradigma de una cultura dominante, siendo esta la occidental blanco/mestza, recuperar los espacios perdidos por las culturas originarias. La Interculturalidad trasciende la tolerancia entre diversos grupos sociales y culturales. Es la construcción de diálogo, convivencia e instituciones que promuevan la diversidad y el enriquecimiento de las culturas que conviven en aquel contexto. Para vivir en una sociedad Intercultural es necesario que exista un diálogo entre los diferentes actores sociales y culturales. El Diálogo Intercultural es entonces la la cosmovisión, rasgos culturales, historia, símbolos y la subjetividad de cada persona que pertenezca a distintos grupos culturales; sin el temor de procesos de aculturación y homogenización.

“La interculturalidad tiene que ser un instrumento de descolonización. La construcción de un Estado plurinacional y de una democracia intercultural desafían al Estado monocultural, a la democracia liberal y al sistema jurídico unitario y proponen la combinación de experiencias de formas occidentales y no occidentales” (Andrade, 2010, p.10).

La comunicación intercultural es el proceso de interacción simbólica que incluye a individuos y grupos que poseen diferencias culturales reconocidas en las percepciones y formas de conducta. El intercambio de símbolos entre individuos de diferentes comunidades o culturas que conviven en un mismo contexto, de tal forma que esas variaciones afectarán significativamente la forma y el resultado del encuentro. La Comunicación Intercultural promueve el convivir e interactuar sin perder sus valores culturales y crear nuevas identidades.

La programación de Televisión es un discurso, los recursos técnicos y expresivos como: caretas, contenidos gráficos, cortinillas, aspectos distintivos de cada segmento, que los medios de información manejan son elementos que conforman un discurso pero también la propia línea editorial del canal, sus bases de fundación, su modelo estratégico forman un discurso unificador. Dichos elementos generan un discurso unificado y convincente, pues al ser un medio visual gana más credibilidad que el resto, generando opiniones y discursos en la audiencia. El programa de TV, parte de la programación, es la fragmentación de ese discurso unificado flujo constante de emisiones diarias, dirigidas a un público heterogéneo.

La televisión y su contenido tienen la función de significar. Para darle significado a la realidad la televisión utiliza una ideología dominante, es decir los significados culturales. “El mayor punto de contacto entre ambas perspectivas es la aceptación de que la producción de significados dentro de una cultura conlleva una reproducción de los significados dominantes. La diferencia mayor entre ambas es con respecto al rol que se le asigna al sujeto en la producción cultural.” (Orozco, 1984, p.25) La televisión es un agente cultural, crea significados propios enmarcados dentro de una cultura dominante y reproduce los patrones establecidos por la sociedad a la que corresponde dicha cultura.

Referencias Bibliográficas

1. Alsina, R. (1995). El Uso del Discurso en los Medios de Comunicación . *Signa*, 206.
2. Alsina, R. (2011). Comunicación Intercultural. *Portal de la Comunicación* , 5 .
3. Andrade, S. (2010). El Reto De La Interculturalidad: Interculturalidad, plurinacionalidad y ciencias sociales en el Ecuador. *Cuadernos de Investigación* , 8.
4. Andreú, J. (200-). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Granada: Departamento Sociología Universidad de Granada.
5. Arrueta, C. (2015). *La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas*. Jujuy.
6. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. (2005). *ALAIC*. Obtenido de <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/alaic1.htm>
7. Asunción-Lande, N. (2011). *Comunicación Intercultural*.
8. Ayala, E. (2004). La Interculturalidad: El camino para Ecuador . *Revista Universidad del Azuay*, 17.
9. Beltrán, R. (2005). La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica, un recuento de medio siglo. *III CONGRESO PANAMERICANO DE LA COMUNICACIÓN*, (pág. 7). Buenos Aires .
10. Bervian, C. y. (1989). *Metodología Científica* . México: Atlas.

11. Cartagena y Yaguachi, E. N. (2016). El Lenguaja Kichwa en el Desarrollo de la Identidad, en niños de Educación Inicial Dos, del Centro Educativo Comunitario "ATAPO LARCAPAMBA" . Riobamba : Universidad Nacional de Chimborazo.
12. Cerbino, M. (200-). *Medios de Comunicación, Sociedad y Cultura* . Quito: Flacso.
13. Dussel, E. (2000). *Europa, Modernidad y Eurocentrismo* .
14. Echeverría, B. (2001). *Definición de Cultura*. México DF: Itaca.
15. Escola, K. (2013). *El Audiovisual como Elemento de Recuperación y Valoración de la Cosmovisión Andina*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
16. Fornet, R. (2004). *Reflexiones de Raúl Fornet-Betancourt sobre el concepto de interculturalidad*. México DF.
17. Fornet, R. (2006). *Interculturalidad a A prueba* .
18. Giménez, G. (200-). LA CULTURA COMO IDENTIDAD Y LA IDENTIDAD COMO CULTURA. *La cultura como identidad y la identidad como cultura* (pág. 1). México: UNAM.
19. Gómez, P. (2011). *El biculturalismo en perspectiva antropológica*. Granada .
20. Gordillo, I. (2009). *La Hipertelevisión, Géneros y Formatos* . Quito: Quipus.
21. Guardián, A. (2007). *El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socioeducativa*. San José : Educativo Regional.
22. Guerrero, P. (2002). *La Cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia* . Quito : Abya Yala.
23. Hernández, A. y. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales* , 231.
24. Kaplún, G. (2007). La Comunicación Comunitaria. *Anuario de Medios*, 314.
25. Kaplún, M. (2002). *Una Pedagogía de la Comunicación. El comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos.
26. Mata, M. C. (1998). Saber sobre la Radio. *Difusiones* , 7.
27. Mata, M. C. (200-). La Radio: Una relación comunicativa . *Diálogos de la Comunicación Social* , 3.
28. Orozco, G. (1984). *Viendo detrás de la Pantalla* .

29. Peretz, H. (2000). *Los métodos en Sociología, La observación* . Quito: Abya Yala.
30. Pérez, F. (2009). *La entrevista como técnica de investigación social*. Caracas : Universidad Central de Venezuela.
31. Piñuel, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del Análisis de Contenidos* . Madrid: Departamento de Sociología IV.
32. Prado, J. (2011). *El Laboratorio de Televisión como espacio didáctico* . Guadalajara: Cuci .
33. Rivadeneira, R. (2010). *La Opinión Pública: Análisis, estructura, y métodos para su estudio*. Mexico : Trillas .
34. Rodríguez, D. (200-). *Metodología de la Investigación*. Barcelona: Universidad Oberta de Cataluña.
35. Sánchez, S. (2014). *RECONOCIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS ECUADOR TV Y RTS, EN DONDE SU MAYORÍA REPRESENTATIVA ES MESTIZA*. Quito: UCE.
36. Simbaña, W. (2001). *El Churo, el Grito y otras formas de Comunicación Rural*. Quito: Abya Yala.
37. Urrea, J. (200-). *La Producción de Noticias en Medios Escritos y Televisivos de El Salvador*. *Realidades* , 6.