



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**TEMA:**

**“ESTUDIAR SI LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, DE LA CIUDAD DE IBARRA, SON VISIBILIZADAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD”.**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciados en la Especialidad de Comunicación Social.

**AUTORES:**

Muñoz Cárdenas Pablo Enrique

Valdivieso Meneses Nancy Yolanda

**DIRECTOR:**

Dr. José Revelo Ruiz

Ibarra, 2014

## **ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR**

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director del Trabajo de Grado con el siguiente tema: **“ESTUDIAR SI LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, DE LA CIUDAD DE IBARRA, SON VISIBILIZADAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD”**.

Trabajo realizado por los egresados MUÑOZ CÁRDENAS PABLO ENRIQUE Y VALDIVIESO MENESES NANCY YOLANDA, previo a la obtención del título de Licenciados en Comunicación Social.

A ser testigo presencial y corresponsable Director del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal designado.

Dr. José Revelo Ruiz  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## **DEDICATORIA**

A los hombres y mujeres que con sus manos forjan la identidad de nuestra querida Ibarra.

Nancy y Pablo

## INDICE DE CONTENIDOS

|   |          |
|---|----------|
| PORTADA   | i        |
| ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR                                       | ii       |
| DEDICATORIA   | iii      |
| ÍNDICE  | iv       |
| RESUMEN   | v        |
| ABSTRAC   | vi       |
| INTRODUCCIÓN  | vii      |
| <br>  |          |
| <b>CAPÍTULO I</b>   |          |
| <b>1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>                        | <b>1</b> |
| 1.1 Antecedentes  | 1        |
| 1.2 Planteamiento del problema                                | 3        |
| 1.3 Formulación del problema                                  | 3        |
| 1.4 Delimitación  | 4        |
| 1.4.1 Unidades de Observación                                 | 4        |
| 1.4.2 Delimitación espacial                                   | 4        |
| 1.4.3 Delimitación temporal                                   | 4        |
| 1.5 Objetivos   | 4        |
| 1.5.1 Objetivo general  | 4        |
| 1.5.2 Objetivos específicos                                   | 4        |
| 1.6 Justificación   | 5        |
| <br>  |          |
| <b>CAPITULO II</b>  |          |
| <b>2. MARCO TEÓRICO</b>                                       | <b>7</b> |
| 2.1 Fundamentación teórica                                    | 7        |
| 2.1.1. La Comunicación  | 7        |
| a) La Teoría Funcionalista de la Comunicación                 | 9        |
| b) La Teoría Estructuralista                                  | 13       |
| c) La Teoría de Marshall McLuhan                              | 19       |
| 2.1.2 La Cultura  | 21       |
| 2.1.2.1 Definición funcionalista – estructural                | 23       |
| 2.1.2.2 Definición estructuralista                            | 24       |
| 2.1.2.3 Definiciones marxistas                                | 26       |
| 2.1.2.4 Cultura según la Unesco                               | 28       |
| 2.1.3.1 La imagen   | 29       |
| 2.1.3.2 La producción de televisión                           | 33       |
| 2.1.3.3 La producción televisiva educativa                    | 37       |
| 2.1.4 La Semiótica como matriz del estudio de la comunicación | 41       |
| 2.1.4.1 Ramas de la semiótica                                 | 42       |
| 2.1.5 La Semántica y la interacción dentro de la comunicación | 44       |
| 2.1.6 La Lingüística  | 46       |
| 2.1.7 La antropología cultural o antropología social          | 48       |
| 2.1.8 La cultura en el cambio de la matriz productiva         | 50       |
| 2.1.9 Fundamentación legal                                    | 51       |
| 2.2 Posicionamiento Teórico Personal                          | 56       |
| 2.3 Glosario de términos                                      | 58       |

|   |    |
|---|----|
| 2.4 Interrogantes                                 | 61 |
| 2.5 Matriz categorial                             | 63 |
| <b>CAPÍTULO III</b>                               |    |
| <b>3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>         | 65 |
| 3.1 Tipo de investigación                         | 65 |
| 3.2 Métodos                                       | 65 |
| 3.3 Técnicas                                      | 66 |
| 3.4 Población                                     | 66 |
| 3.5 Muestra                                       | 66 |
| <b>CAPÍTULO IV</b>                                |    |
| <b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> | 68 |
| 4.1 Análisis de resultados                        | 69 |
| 4.2 Interpretación de resultados                  | 79 |
| <b>CAPÍTULO V</b>                                 |    |
| <b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>          | 80 |
| 5.1 Conclusiones                                  | 80 |
| 5.2 Recomendaciones                               | 81 |
| <b>CAPÍTULO IV</b>                                |    |
| <b>6. ESQUEMA DE LA PROPUESTA</b>                 | 82 |
| 6.1 Título de la propuesta                        | 82 |
| 6.2 Justificación e importancia                   | 82 |
| 6.3 Fundamentación de la propuesta                | 84 |
| 6.4 Objetivos                                     | 85 |
| 6.4.1 Objetivo general                            | 85 |
| 6.4.2 objetivos específicos                       | 86 |
| 6.5 Ubicación sectorial y física                  | 86 |
| 6.6 Desarrollo de la propuesta                    | 86 |
| 6.6.1 Nombre del programa                         | 87 |
| 6.6.2 Logotipo                                    | 87 |
| 6.6.3 Estructura del programa                     | 88 |
| 6.6.4 Plan de Rodaje                              | 89 |
| 6.6.5 Recursos humanos y materiales               | 89 |
| 6.6.6 Costos y financiamiento                     | 93 |
| 6.6.6.1 Costos                                    | 93 |
| 6.6.6.2 Financiamiento                            | 93 |
| 6.7 Impactos                                      | 93 |
| 6.7.1 Impacto social                              | 93 |
| 6.7.2 Impacto Educativo                           | 94 |
| 6.7.3 Impacto Económico                           | 94 |
| 6.8 Difusión                                      | 94 |
| 6.9 Bibliografía                                  | 94 |
| 6.10 Linkografía                                  | 95 |
| <b>ANEXOS</b>                                     | 96 |

|  |     |
|--|-----|
| ANEXO Nro. 1 Árbol de Problemas  | 97  |
| ANEXO Nro. 2 Matriz de coherencia  | 98  |
| ANEXO Nro. 3 Formato de la Encuesta  | 99  |
| ANEXO Nro. 4 Entrevistas   | 102 |
| ANEXO Nro. 5 Guion del programa “Arcoíris: los colores de nuestra identidad”             | 107 |
| ANEXO Nro. 6 Guiones literarios de los cuatro reportajes del programa”                   | 110 |
| ANEXO Nro. 7 Story Board Intro programa “Arcoíris: los colores de nuestra identidad”     | 119 |
| ANEXO Nro. 8 Story Board Outro del programa “Arcoíris: los colores de nuestra identidad. | 120 |
| ANEXO Nro. 9 Video del programa piloto “Arcoíris, los colores de nuestra identidad”      | 121 |
| ANEXO Nro. 10 CERTIFICADO  | 122 |

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación para obtener el la licenciatura en Comunicación Social en la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte se basó en: **“ESTUDIAR SI LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, DE LA CIUDAD DE IBARRA, SON VISIBILIZADAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD”**.

La investigación se realizó sobre la base de la detección de la escasas de espacios televisivos que difundan las manifestaciones culturales de la ciudad de Ibarra. Para sustentar este trabajo, a más de hacer una revisión minuciosa de la programación de los canales locales (TVN 9 y UTV 24), se realizó la investigación de campo con entrevistas a personajes destacados de la cultura local y una encuesta a 30 gestores culturales de la ciudad. La contundencia de los resultados corroboró lo que sucede en los medios locales. El 83.33% de los encuestados aseguran que las expresiones culturales de Ibarra no son conocidas por la mayoría de la población. Esta situación, por demás, lamentable en una ciudad con tanta riqueza cultural, nos llevó a plantear la necesidad de producir un programa de televisión que difunda los valores identitarios de la ciudad, en el que se destaquen los trabajos de los artesanos, artistas y obreros vinculándolos con la vida de cada uno de ellos, con lo cual se logrará la integralidad de los personajes. El objetivo que engloba a esta propuesta servirá también como documento educativo que permita crear en los niños y jóvenes una conciencia cultural de su localidad. En un mundo que avanza hacia la globalización, donde las fronteras se estrechan cada vez más, y por cuya dinámica, se corre el riesgo de perder los valores que nos identifican como pueblos con características propias, es justo y apremiante consolidar nuestra cultura. En esta tarea, el papel de los nuevos comunicadores y de los medios de comunicación es de significativa importancia. Nuestra profesión debe servir para sacar a la luz los valores culturales que nos hacen ser únicos en el mundo.

## Abstract

The present research was carried out at Northern Technical University and it was based on the **"TO STUDY WHETHER THE CULTURAL MANIFESTATIONS OF THE CITY OF IBARRA, ARE MADE VISIBLE IN THE MEDIA IN THE CITY"**. The research was conducted on the basis of the necessity of producing television programs that broadcast cultural events happening in Ibarra. In order to support this work, it was required to thoroughly review the broadcasting schedules for some local TV stations (UTV 24 and TVN 9), and it was also necessary to make personal interviews with prominent figures regarding local cultural issues, as well as a survey carried out with the cooperation of 30 cultural makers actively involved. As expected, the results confirmed the current reality of the local media. 83.33% of surveyed individuals said that the majority of cultural expressions in Ibarra are scarcely known by most of the population. This situation led us to consider that, in a city with such rich culture, it is of a remarkable importance to produce a television program that promotes the identity values of the city, and in which it could be reflected the labor of craftsmen, artists and workers, and how their lifestyle is linked to their daily work, so consequently, it will be possible to have an overall perspective of the characters involved in the stories. This research will also serve as the basis for an educational document that could be used to create local cultural awareness in children and youth. In a world moving towards globalization, where borders are increasingly narrower, and in whose dynamics we are risking the values that define us as peoples with our unique characteristics, it is justifiable and urgent to consolidate our culture. To do so, therefore, the role of new communicators and the media is of significant importance. Our profession should contribute to bring to light the cultural values that make us unique in the world.

## INTRODUCCIÓN

El rasgo fundamental que identifica a los pueblos en el mundo es, sin lugar a dudas, la cultura. Ella es la matriz de la presencia humana en sociedad, sin ella no existiríamos como seres humanos. Y es que entre cultura y sociedad vive una correspondencia íntima, porque el hombre es su creador y esta a su vez le proporciona herramientas para ser. Es decir, los seres humanos alcanzamos esta condición en relación directa con nuestras costumbres, hábitos, historia, ambiente, formas de comportamiento, las artes, modos de entender el mundo y la sociedad, etc, aspectos todos que tienen que ver con la cultura.

En la actualidad las sociedades del mundo sufren una avalancha informativa que no es fácil procesar, con el riesgo de dejarse llevar por sus contenidos. En este aspecto, los comunicadores y los medios de comunicación social tienen una tarea ineludible. Orientar de manera adecuada a los ciudadanos y ciudadanas. Desafortunadamente, la orientación pasa por intereses individuales y corporativos más fuertes que prevalecen por sobre los intereses comunes. Esta suerte de despersonalización de los profesionales de la comunicación y la pérdida de la razón de ser de los medios, ha contribuido a una acelerada pérdida de valores, entre ellos el de la identidad.

En ciudades como Ibarra, poseedora de una historia que se destaca por el heroísmo y capacidad de sus actores, el papel de los medios de comunicación y de los comunicadores ha dejado mucho que desear en cuanto a la valoración y difusión de las expresiones culturales. El hecho cultural ha sido abordado con miopía, pues no han alcanzado a ver más allá de las festividades, las elecciones de reinas, de las carreras de autos y la celebración del Inti Raymi, costumbre asumida después de la dominación inca en territorio ecuatoriano.

Frente a esta escases de espacios de difusión de la verdadera cultura local, donde los involucrados directos de los hechos culturales no han po-

dido expresarse, es necesario que los nuevos comunicadores propicien estas creaciones, con un enfoque social. En este sentido, el trabajo de tesis está encaminado a valorar y a difundir los aspectos culturales sobresalientes de la ciudad de Ibarra.

El trabajo de tesis contiene seis capítulos en los que se desglosa su propuesta: Capítulo I hace referencia al Planteamiento del Problema que determinó la investigación. Su formulación, delimitación, el objetivo general y los objetivos específicos.

El Capítulo II es el sustento científico. Consta de la estructura de la investigación desde el Marco Teórico, que se fundamenta en una amplia bibliografía respecto al tema investigado.

El Capítulo III se establece la Metodología de la Investigación. Aquí se establecen los métodos, instrumentos y técnicas que sirven de base para la elaboración del trabajo.

El Capítulo IV presenta los datos estadísticos que constituyen una base sólida para la elaboración de la propuesta.

El Capítulo V sobre la base de la experiencia obtenida en la investigación se presenta las conclusiones y las recomendaciones que contribuyan a solucionar el problema.

En el Capítulo VI se presenta la propuesta que servirá de alternativa para cambiar la realidad.

Finalmente se presentan los documentos anexos que representan una muestra del trabajo realizado. Árbol de problemas, , videos, entrevistas, encuestas.

## **CAPÍTULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Antecedentes**

Ecuador es considerado el país con mayor diversidad biológica por unidad de área, respaldada en una gran variedad de condiciones ambientales, que crean hábitats diversos de extraordinaria riqueza. A esto se suma un patrimonio de gran representatividad que está vivo en la cultura de sus pueblos y en sus diferentes expresiones de identidad.

Entre las provincias que mejor reúnen estas características se encuentra Imbabura, ubicada en la zona norte de la región sierra, muy cerca de la frontera con Colombia. Según los datos del censo del 2010, Imbabura tiene una población de 400.359 habitantes, repartidos en sus seis cantones: Ibarra, la capital; Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Urcuquí y Pimampiro. De acuerdo al último ordenamiento territorial, junto a las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas pertenece a la Zona 1.

Es conocida como la provincia Azul, porque en su sistema lacustre se encuentran lagunas de gran belleza como las de Mojanda, Cuicocha, Yahuarcocha, Puruhanta y el lago San Pablo.

También se destaca por la variedad de pisos climáticos que se ubican desde los valles hasta las altas montañas. Tiene dos zonas de tipo subtropical; una cálida y seca, en el Valle del Chota; y otra cálida y húmeda, en las zonas de Intag y Lita. Condiciones que posibilitan una producción agrícola y pecuaria muy variada.

Posee una composición étnica de las más ricas del país. En su territorio comparten el legado histórico, desde la colonia, la cultura originaria quichua con la afro descendiente y la mestiza, cada una con características y expresiones propias, que en los últimos años tienden a integrarse en un proceso intercultural todavía en ciernes.

En este marco, Imbabura conserva una serie de manifestaciones que se expresan en diferente grado en los cantones. Podríamos mencionar, a grosso modo: las fiestas en homenaje al sol y a la tierra, celebradas por las comunidades indígenas; la religiosidad, los mitos y las leyendas de los mestizos; la música y la danza de los afro descendientes del Valle de El Chota y demás expresiones artísticas de cada pueblo.

También existe una cultura de los oficios que identifican a cada uno de los cantones. En Otavalo, el mercado de Ponchos reúne a la mayoría de artesanías textiles de la provincia; en Cotacachi, la confección de artículos de cuero. En Ibarra se destacan los artesanos de San Antonio, en el tallado y la pintura religiosa; de Zuleta y La Esperanza, los bordados; de Carpuela, la elaboración de máscaras con motivos afros.

Estas manifestaciones sumadas a acontecimientos históricos de capital importancia como la batalla de Yahuarcocha, en la época del dominio inca; y la batalla de Ibarra, en los albores de la independencia americana, muestran a Imbabura como una potencia cultural digna de mayor preocupación y valoración por parte de sus ciudadanos, y de sus autoridades.

Con estas características Imbabura se posiciona como un destino turístico muy atractivo, alrededor del cual se desarrollan actividades empresariales, comerciales y sobre todo, culturales de importancia, que podrían contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Es de lamentar que este cúmulo de expresiones identitarias no sea apreciado con suficiencia por sus moradores, debido a una negación y ocultamiento, desde el poder.

A inicios de la década de los setenta, con la construcción del Autódromo de Yahuarcocha, en la provincia y en el país se vendió la idea de que “Ibarra es la capital turística del Ecuador” y “La ciudad a la que siempre se vuelve”. Slogans que resaltan las cualidades paisajísticas de la zona sin tomar en cuenta a sus habitantes. Los creadores de estas expresiones chauvinistas no tomaron en cuenta que el turismo sin gente es solo un montón de infraestructura de tercera que no representa a nadie. No tomaron en cuenta a la cultura.

Visto de esta manera, es evidente que en Ibarra existe un problema de identidad, frente al cual los medios de comunicación poco o nada hacen por contribuir al conocimiento de todo el bagaje cultural que contiene. Son muy escasos los programas que abordan temas acerca de la historia y costumbres locales, la mayoría promueven el entretenimiento fácil, carente de contenidos. Promoviendo una suerte de aculturación progresiva que se encamina de manera peligrosa a la pérdida de los valores identitarios.

## **1.3 Formulación del problema**

¿Son visualizadas las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, en los medios de comunicación locales?

## **1.4 Delimitación**

**1.4.1 Unidades de observación:** La presente investigación fue aplicada a los gestores culturales de los grupos representativos de la ciudad de Ibarra.

**1.4.2 Delimitación Espacial:** Esta investigación se ubicó en la ciudad de Ibarra.

**1.4.3 Delimitación Temporal.** El proyecto se desarrolló en el segundo semestre del 2013.

## **1.5 Objetivos:**

### **1.5.1 Objetivo General**

Estudiar si las manifestaciones culturales, de la ciudad de Ibarra, son visibilizadas en los medios de comunicación de la ciudad.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la difusión cultural en la ciudad de Ibarra.
- Proponer un Marco Conceptual que identifique los aspectos relevantes de la cultura en la ciudad de Ibarra.
- Elaborar una propuesta comunicacional televisiva que difunda las manifestaciones culturales destacadas de la ciudad de Ibarra.

## 1.6 Justificación

La cultura se manifiesta a través de todos los modos de comportamiento de una sociedad y en sus productos materiales e intelectuales, constituyéndose en la piedra angular de todo el desarrollo de la humanidad. No podríamos entender los avances tecnológicos sin explicarnos previamente en qué condiciones económicas, sociales, políticas e históricas se produjeron. La cultura atraviesa todas las áreas de la vida del hombre, creándolas y siendo afectado por ellas.

Los pueblos que habitan la ciudad de Ibarra, al igual que todos los pueblos originarios del mundo, crearon sus dioses buscando explicación a los fenómenos naturales. En este proceso de adaptación, a su vez fueron adecuando las herramientas que les permitían aprovechar las bondades de la naturaleza para solventar sus necesidades vitales. Toda esta actividad consciente fue transmitida de generación en generación creando identidades que definían a los pueblos por su ubicación geográfica, por su vestimenta, por la base de su alimentación, por su forma de recrearse y de responder a los problemas.

Este cúmulo de conocimientos y experiencias constituyen el eje fundamental del ascenso de la humanidad hacia mejores condiciones de vida y de relación entre sus individuos. El discernimiento de estos saberes no debe pasar como una simple satisfacción personal o como el cumplimiento de una materia dentro del currículum académico. El conocimiento de las manifestaciones culturales es una necesidad imperiosa para los pueblos, menoscabados en los actuales momentos por una cultura globalizante.

Las manifestaciones culturales representan una especie de cédula de identidad de los pueblos y una manera de estar en el mundo. Sin un entorno geográfico e histórico el ser humano no tendría espacio ni tiempo

donde existir. Por eso es de suma urgencia promover lugares de diálogos culturales donde se ponga de manifiesto la relevancia de la difusión de nuestras costumbres.

Al finalizar la investigación esperamos tener una visión más cabal de lo que representa la cultura y su difusión en un medio de comunicación audio visual. Un programa de televisión puede contribuir a crear hábitos culturales en la medida que se afiancen los efectos positivos que tiene el hecho de conocernos desde adentro. El conocimiento de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra permitirá a sus habitantes cimentar de manera consecuente sus valores identitarios, contribuirá a incentivar los aprendizajes de historia, arte, geografía, sociología y valores humanos. De esta manera podremos reconocer nuestras virtudes y defectos, con mejores posibilidades de contribuir al desarrollo y al progreso de la ciudad.

A su vez, la difusión de las costumbres, del paisaje, de los saberes, y de las artes, puede contribuir al fomento del turismo.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Fundamentación Teórica**

##### **2.1.1 La Comunicación**

La palabra comunicación se origina del latín “comunicatio” y esta a su vez procede del sustantivo “comunico”. Su traducción al castellano es participar en algo común. Tanto el sustantivo comunicación, como el verbo comunicar, tienen su origen en la palabra “comunis”, raíz castellana del término comunidad, que significa la participación o relación que se da entre individuos.

El término comunicación como concepto se presta a muchas interpretaciones, las cuales dependen del momento histórico, así como de las exigencias políticas, económicas, culturales y sociales del medio en el cual han surgido; esto ha dado origen a una gran variedad de conceptos; entre los cuales se pueden mencionar:

“Aristóteles: Señala que comunicación, es un proceso donde se utilizan todos los medios de persuasión que se tengan al alcance para hacernos entender”.

“Kurt Lewin: Define el proceso de la comunicación, como un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un in-

individuo transmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo”.

“William Bortot: Expone que la comunicación, es un fenómeno que establece una relación entre dos o más individuos, basada en el intercambio de mensajes y/o ideas, medio a través del cual se desarrollan todas las relaciones humanas”.

“André Martinet: Es la utilización de un código para la transmisión de un mensaje de una determinada experiencia en unidades semiológicas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí”.

“David K. Berlo: Es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor”. (HERNÁNDEZ Chiliberti, 2008)

Como se puede observar, independientemente del autor y momento histórico donde se desarrollan las ideas, todos coinciden en señalar que la comunicación es un proceso por medio del cual los individuos se relacionan entre sí, para hacer del mundo un lugar donde las ideas, los conocimientos, hechos y situaciones sean comunes.

En los últimos 150 años, y en especial en las dos últimas décadas, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han avanzado en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia. La revolución de las telecomunicaciones y de la transmisión de datos empuja al mundo hacia el concepto de “aldea global”. Los efectos de estos nuevos medios

de comunicación sobre la sociedad son muy estudiados. Hay quienes sostienen que los medios de comunicación tienden a reforzar los puntos de vista personales más que a modificarlos, y otros creen que, según quién los controle, pueden modificar decisivamente la opinión política de la audiencia. En cualquier caso, queda demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia.

En este sentido, toda estructura social está condicionada por el sistema de comunicaciones que en ella exista. De aquí surge la idea de que el control comunicacional es la forma más eficaz y eficiente del control social. De este análisis nacen diferentes planteamientos que persiguen precisamente el control de los medios para mantener el poder de los grupos hegemónicos de la sociedad.

#### **a) La Teoría Funcionalista de la Comunicación**

El funcionalismo es una corriente teórica surgida en Inglaterra en los años 1930 en las ciencias sociales, especialmente en Sociología y Antropología Social. Se caracteriza por el utilitarismo otorgado a las acciones que deben sostener el orden establecido en las sociedades. La teoría está asociada a Émile Durkheim y, más recientemente, a Talcott Parsons, Herbert Spencer y Robert Merton.

Como todas las teorías de la comunicación, trata sobre el poder y la influencia de los medios de comunicación en el público. Nace a principios del siglo XX con la obra de Harold Lasswell, "*Política mundial y la inseguridad personal*". Otro de los autores importantes fue Paul Lazarsfeld mediante su trabajo "La gente elige".

Esta teoría afirma que los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto

sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores. Para conseguirlo se formulan las siguientes preguntas: quién dice qué a quién; a través de qué medio y con qué efecto.

Los receptores, por su parte, tienen un conjunto de necesidades que los medios deben satisfacer. La función de esta institución tiene tres niveles. Por un lado se estandarizan los fenómenos sociales. Además esclarece las condiciones de los modos de vida y, por último, analiza las funciones de las operaciones repetidas dentro de una sociedad.

Respecto de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, la teoría funcionalista sostiene que los medios son utilizados por el Estado (el Gobierno) para vigilar el entorno, controlarlo y difundir la herencia social, antes transferida mediante la educación.

Los medios de comunicación social son desde esta perspectiva un subsistema dentro del sistema social.

Para que el sistema funcione, se requiere que haya libre flujo de información e ideas, y que todos los ciudadanos y ciudadanas estén informados sobre el equilibrio necesario en la sociedad. Una información es verdadera y racional, si contribuye al equilibrio y a una adaptación eficiente al ambiente del sistema social. En consecuencia, se debe conocer bien la institución de los medios. Por ejemplo, cómo se producen, se transmiten y se controlan los mensajes.

Como representantes de esta teoría también se destacan Marshall McLuhan, Berelson y Charles Wright.

Para Robert Merton, los medios de comunicación son un agente de socialización. Plantean una racionalidad normalizada, repetitiva e institucionalizada que trae consecuencias (ajuste o adaptación tecno funcional

de individuos, grupos y sistemas socioculturales). Los medios funcionalistas poseen tres características:

1. Tendencia al equilibrio del sistema social. La tendencia natural es al equilibrio, los Medios de Comunicación son instrumentos de control social que contribuyen al equilibrio necesario.

2. Organización institucional de las funciones sociales. Los Medios de Comunicación como institución contribuyen a satisfacer las necesidades de la sociedad. Función es aquí una condición, el estado de las cosas, el resultado de una operación con una estructura que tiene una pauta observable y regular, y que cumple una finalidad de acuerdo a una o más variables. La función puede ser visible u oculta, y disfuncional.

3. Interdependencia institucional de las funciones sociales. La sociedad es una estructura interdependiente, el cambio en un elemento repercute en el resto. Dentro de la estructura social encontramos instituciones sociales como los Medios de Comunicación. Éstos son vistos como instituciones estabilizadoras que contribuyen a mantener el status quo, dentro de la lógica reproductora de la sociedad. El funcionalismo analizará los elementos que no funcionan para aislarlos y corregirlos, de este modo la sociedad podrá seguir evolucionando.

Son elementos indispensables:

1) Unidad funcional de la sociedad - elementos del sistema social en armonía. Los conflictos se resuelven por la regulación del sistema

2) Universalidad del funcionamiento social - Cultura (funcional) = todo tiempo y civilización dispone de creencias y sistemas materiales con función vital para la comunidad. Cultura = función positiva de integración social.

3) Indispensabilidad de elementos funcionales - forma cultural (ritos, costumbres, ideas...) tiene una función social (necesidad indispensable para el desarrollo de formas culturales).

El funcionalismo explica las instituciones en términos de las 'necesidades' de la sociedad y de los individuos. Cuando se aplica a la institución de los medios, las presuntas 'necesidades' tienen que ver principalmente con cinco funciones desarrolladas por Harold Lasswell:

- 'Informar' para facilitar el progreso, los medios distribuyen información en un sistema que se auto adapta; ellos se corrigen a sí mismos y con dirección propia; por lo tanto no hace falta que el gobierno los controle, pero conviene que los comunicadores sean profesionales. Los medios masivos deben informar para la toma de decisiones colectivas y para el descubrimiento crítico de problemas, especialmente de aquellos originados por las concentraciones de poder, y que impedirían el proceso de respuesta a los cambios internos y externos.

- Interpretar los acontecimientos para facilitar la integración y socialización. Los medios también servirían de mediación entre los componentes sociales.

- Transmitir la herencia cultural', expresando la cultura dominante y reconociendo la existencia de las subculturas. Así se garantiza la continuidad.

- 'Entretener' para reducir la tensión, sobrellevar los inconvenientes de la vida y evitar que las sociedades se vengán abajo, es parte de la transmisión de cultura, pero añade la función del descanso.

- 'Movilizar' con objetivos sociales, por ejemplo, siendo 'perro guardián' para controlar desvíos dañinos al sistema.

Dicho de manera breve, la función de los medios es “informar, educar y entretener”, de acuerdo a las necesidades psicológicas de cada persona. Por lo tanto, Lasswell considera la comunicación como un proceso funcional para el equilibrio y el control social.

## **b) La Teoría Estructuralista**

Las fuentes filosóficas del estructuralismo tienen sus orígenes en el pensador alemán Immanuel Kant. Este autor señaló que existen categorías universales (espacio y tiempo) que el conocimiento aplica a cualquier dato que proceda de la realidad. Son pautas que sirven para elaborar las representaciones del mundo. Más tarde, los psicólogos de la Gestalt (forma) identificaron la existencia de categorías perceptivas universales que se utilizan para organizar los estímulos que llegan a los sentidos. A partir de este momento, nace «el formalismo» en el estudio de los modelos que sirven para organizar los datos de la realidad, y la «formalización», consistente en el empleo de lenguajes formales (o cálculos) para expresar las relaciones existentes entre aquellos datos.

En el campo de las ciencias humanas, el estudio de la representación del mundo a través de los modelos formales ha tenido diversos cultivadores; por la naturaleza del objeto todos estos análisis se relacionan directamente con el campo de la comunicación, aunque el interés de sus autores fuese cognitivo, psicológico o antropológico. En esta ocasión, se ha seleccionado la versión estructuralista del formalismo, por entender que es el paradigma en el que se insertan los modelos que explican la comunicación, sirviéndose de nociones tales como las de «códigos», «articulación», «mensajes», «discurso».

## **Las Características del Estructuralismo.**

1. Es un movimiento heterogéneo que nace como una metodología científica que pretende elaborar teorías objetivas y verificables, a través del control científico a las ciencias del espíritu. En el estructuralismo el hombre pasa de ser sujeto de la historia y de la cultura, a ser objeto que se conoce por la objetividad y la neutralidad científica, los "estructuralistas" tienden a estudiar al ser humano desde fuera, como a cualquier fenómeno natural, y no desde dentro, como se estudian los contenidos de conciencia.

2. Estos estudiosos rechazan las ideas de subjetivismo, historicismo y humanismo, que son el núcleo central de las interpretaciones de la fenomenología y del existencialismo.

3. Esta orientación, es el camino por el que tratan de elaborar estrategias investigativas capaces de explicar las relaciones sistemáticas y constantes que existen en el comportamiento humano, individual y colectivo, y a las que dan el nombre de "estructuras". Se trata de relaciones profundas que, en gran parte, no se perciben de manera reflexiva y que limitan y disminuyen la acción humana. La investigación estructuralista tiende a hacer resaltar lo "inconsciente" y los condicionamientos en lugar de la conciencia o la libertad humana.

4. Para el estructuralismo la noción fundamental no es el sujeto sino la estructura, la relación. Los hombres, como las piezas de ajedrez no tienen significado y no existen fuera de las relaciones que los constituyen y especifican su conducta. El hombre, un ser inmerso en estructuras psicológicas, económicas y sociales pierde su sentido como "yo", "conciencia" o "espíritu".

Con el estructuralismo se dio el florecimiento de todas las ciencias, la historia adquirió un nuevo sentido, un cuento que el hombre transformó de manera radical y sistemática los antiguos esquemas que se traían desde tiempos atrás, donde cada cultura manejaba a su manera conceptos y formas de comportarse en cuanto se le exigía étnicamente.

En la actualidad el estructuralismo sigue planteando al hombre como un ser potencial, y a la vez objeto de conocimiento, a partir del cual se continua el despliegue de las ciencias, puesto que es el único que cuestiona y modifica las estructuras. Así mismo, se abrió campo a lo que son hoy las investigaciones sociológicas en las cuales el punto de reflexión es todavía la vida social y la manera como los individuos aportan de manera progresiva a su desarrollo.

En el campo de la ciencia es relevante presentar una organización, puesto que el estructuralismo aportó nuevos tipos de análisis que permiten una aplicabilidad y confrontación entre lo que es ciencia y mundo. Dentro de esta organización sistemática de las ciencias, éstas adquirieron un avance en cuanto que las estructuras gramaticales y los géneros literarios también de manera positiva fueron replanteados.

El término «estructura» tiene una abundancia de definiciones; para los fines de este tema, designa la configuración de un sistema de intercambio entre cualquier clase de actores sociales. Desde la perspectiva del análisis estructural, no interesa tanto qué es lo que se intercambia, ni quiénes son los cambistas, lo que importa son las reglas que aplican en sus relaciones.

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación, casi al mismo tiempo que Laswell, elaboran su fórmula de cinco elementos. Se trata de un modelo de teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento

de las máquinas, en especial las electrónicas. Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos generalmente. Se trata de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje, independientemente de su significación. Esta teoría permite sobre todo estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio. Esta capacidad se mide según el sistema binario (dos posibilidades, 0 ó 1) en bite (binary digits) asociados a la velocidad de transmisión del mensaje, pudiendo esta velocidad ser disminuida por el ruido.

El modelo de Shannon se representa por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo incluimos el ruido, que aporta una cierta perturbación.

### **Los elementos del modelo de Shannon y Weaver son:**

1) La fuente: es el elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número, comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, el parlante de la radio o de la TV.

2) El transmisor: es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así, en nuestro ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

3) El canal: es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de micro-ondas utilizada por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.

4) El receptor: también aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y vehiculizado por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor, que es llamado destinatario. Es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.

5) El destinatario: constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de personas audiencia de radio o de TV.

6) El ruido: es un perturbador, que parasita en diverso grado la señal durante su transmisión: “nieve” en la pantalla de TV, fritura o lloro en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede Según el estructuralismo, el control de las élites se ejerce a través de ideologías falsas escondidas en la estructura del lenguaje, del mito y de los medios audiovisuales.

El estructuralismo dice que las palabras y la estructura gramatical no son simples reproducciones del mundo real, sino construcciones seleccionadas y arbitrarias.

Dentro de la Teoría de la Comunicación, el Estructuralismo se centra más en el receptor, en su contexto y en su código; y los medios ya no son creadores ni anuladores, sino solamente recordadores y transmisores de imágenes que ya todos conocemos y aceptamos por igual en sociedad. El

mensaje carece de importancia; lo que importa son las sensaciones e ideas que éste provoca sobre el individuo.

Para esta teoría, la sociedad se constituye de determinadas reglas o estructuras, las cuales dan un sentido a los acontecimientos, que, a su vez, son el producto de las normas que las personas han asimilado en sociedad y que les permiten evocar en común los mismos significados. De esta manera, los mensajes se dividen para dirigirse a cierto sector de la sociedad y para restringirse a otra.

El punto de vista estructuralista dentro de la comunicación se sustenta en que los sentidos engañan y, por lo tanto, debe estudiarse mediante la construcción de estructuras lógicas, que permitan descubrir las interrelaciones que crean el sentido y las reglas que establecen a las normas sociales. También plantea que si la sociedad se constituye porque existen determinadas reglas o estructuras, las cuales dan sentido a los acontecimientos y normas externas para juzgarlos, entonces los datos que se presentan al observador son, en apariencia, interpretados de acuerdo con las normas observables en forma directa, pero en realidad esas normas se constituyen o informan por las reglas operantes en una sociedad determinada a fin de producir tal sentido.

De esta manera, los individuos se encuentran acoplados dentro de estructuras, las cuales sirven como pautas para informar la acción con los datos que se reciben. Asimismo, en el interior del sujeto están todas las reglas productoras de normas y signos sociales, aplicables a cada caso. Dentro de esta corriente, la contradicción entre comunicación e información no es un problema.

### **c) La Teoría de Marshall McLuhan**

La teoría del canadiense Marshall McLuhan se fundamenta en el principio: “el medio es el mensaje”. Es decir, no interesa el mensaje en el fondo, sino el medio en el que se divulgue. La influencia del contenido es mínima. Lo importante no es lo que diga la televisión o quién o qué aparezca en ella, sino el hecho de que la televisión existe.

“La teoría de McLuhan rompe con el humanismo de siglos al partir de la situación de que el equilibrio sensorial de la tribu se terminó en el momento en que aparece la imprenta, pues antes la comunicación se practicaba con la utilización de todos los sentidos. Con el descubrimiento de la imprenta el ojo es casi exclusivamente la única fuente de cultura. El invento de Gutemberg es el causante de muchos males, pues con él se fragmenta el hombre, en la medida en que entra en escena el analfabeta”.

Leer implica una alteración total del sistema perceptivo. Es la cristalización del individualismo, el fin y el aislamiento de la cultura comunal. La lectura implica encerrarse en sí mismo, asimilando el texto según sus particularidades. Nace la crítica, la doctrina de la Biblia se atomiza en el número de lectores que tienen acceso a ella, el antiguo sermón familiar y las campanas que invitaban a la unión de los individuos desaparecen de la comunidad.

El idioma, antes vivo y actuante se convierte en letra muerta, producida en serie, pues para este autor la imprenta es la primera cadena de producción y montaje. Con el telégrafo, aparecido a fines del siglo XIX, se retorna al mundo de la información instantánea, pues ya no es preciso a que se vuelva a escribir un libro para poder comunicar ciertos aspectos de la vida.

Con el aparecimiento de la radio el mundo vuelve a la magia de la palabra y aunque en un principio son altos los costos para su adquisición, se oye en comunidad, en medio de los comentarios e inquietudes de quienes la escuchan, aparece luego la televisión. Su misión según el autor, es retornarnos al mundo tribal, devolvernos el perdido equilibrio y librarnos de la dictadura del ojo. Ese mundo tribal lo concibe sin diferencias sustanciales, en donde no hay mayorías ni minorías y en donde todos somos igualmente importantes.

La sociedad de hoy, con sus computadores memorizados y la posibilidad que nos brinda de que vivamos todo lo que suceda en el momento mismo en que acontece, nos está transformando en hombres tribales. Cualquier medio es una prolongación de nuestros sentidos, o de uno de ellos: la imprenta es una prolongación del ojo; la radio del oído; la televisión de todo el sistema nervioso central; es decir, de todo el ser humano, ya que esta no es un simple medio audiovisual, sino táctil.

“Para McLuhan los medios se dividen en fríos y cálidos. Los fríos son los que exigen de parte del receptor una gran participación y, por lo tanto, concentran casi por completo su atención. Es lo que ocurre con el cine, la televisión, el teléfono, un seminario. Los medios calientes, por el contrario, son aquellos que exigen muy poca participación de parte del receptor como es el caso de la radio, que puede usarse simplemente como sonido ambiental; los medios impresos o las conferencias”. (FORER (UNESCO, 1990)O Lòpez, 1996)

Aunque McLuhan sostiene que no desconoce la presencia del contenido de la comunicación, sin embargo, en él, tales contenidos son circunstanciales y se encuentran subordinados por completo al medio que los transmite, sin darse cuenta que está negando el pensamiento y endiosando la técnica de manera ilimitada, convirtiendo los mass media en fetiches. “Como todo parece indicar, la teoría de McLuhan se resuelve en un

público mundial narcotizado ante las imágenes de ese místico universo electrónico, en comunicación inmediata con todo el planeta gracias a los satélites de las grandes potencias.

### **2.1.2 La Cultura**

A partir de los siglos XVII y XVIII se entendía por cultura aquello que el hombre añade a la naturaleza, sea en sí mismo (cultivo de espíritu), sea en otros objetos, tales como utensilios, herramientas, procesos técnicos, etc. De aquí surge la idea de "bienes culturales" o de "cultura material" de manera que la cultura se entiende como una actitud consciente del hombre frente al mundo que le rodea.

Una definición, que puede considerarse como clásica es que "cultura" es "toda la compleja totalidad que incluye el conocimiento: las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, hábitos y capacidades cualesquiera adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad". De esta manera, la cultura se refiere a todos los conocimientos, capacidades, hábitos y técnicas adquiridos o heredados socialmente, es decir, no heredados biológicamente. Esta definición descriptiva, considera que cultura es todo aquello que es producido en sociedad.

La cultura en su origen se puede percibir como producto humano en un primer momento, que se "construye" en la vida social comunitaria, se produce o genera, se transmite o comunica y preserva históricamente las manifestaciones culturales como manera de mantener la cohesión social, apoyada en el sentimiento de pertenencia y ubicada en un espacio particular que es donde se asienta la comunidad, aunque la misma cambie de geografía, se mantendrán la identidad y esto lo realiza cada generación a través del tiempo.

El campo de la cultura es vasto y cambiante. Nadie, ni siquiera un equipo de investigadores, puede hacer una reconstrucción tan detallada de toda una sociedad, ni siquiera de un grupo pequeño, sin embargo, es posible obtener datos cuidadosamente descritos de los aspectos más importantes de una cultura.

En 1871, Edgard Taylor publicó su “Cultura Primitiva”, y aunque, la nueva ciencia, la moderna antropología que él creó prácticamente desde sus cimientos, ha tenido muchos y grandes hombres durante ese período, ningún libro acerca de esta materia ha resistido la prueba del tiempo tan bien como el suyo, por eso parece recurrente considerarlo a modo de fundamento toda vez que fue siempre mucho más historiador humanista y racionalista que científico natural. Es en la historia de la humanidad en lo que estuvo interesado, en la historia tal como la ha forjado el hombre, y no como resultado de las causas naturales, así señala: “Todos los historiadores que no son simples cronistas han interpretado siempre los hechos culturales como constitutivos, no de una simple sucesión de acontecimientos sino también de una conexión”.

Para Taylor la cultura es “ese complejo conjunto que incluye el conocimiento de las ciencias, las artes, la moral, las leyes, las costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”.

Bajo este concepto encontramos algunas implicaciones. La susceptibilidad de ser investigado según principios generales como materia adecuada para el estudio de las leyes del pensamiento y de la acción humana. Así se anota, en primer lugar, el sentido del isocronismo el cual puede atribuirse, en gran medida, a la acción de causas uniformes: mientras por otra parte, sus diversos grados pueden considerarse como fases del desarrollo o evolución, cada una como resultado de una historia anterior,

y dispuestas a desempeñar su propio papel en la configuración de la historia del futuro.

En este concepto se observa también un uso equivalente de los términos cultura y civilización, revelando la idea euro-céntrica de que occidente es la cúspide de la evolución humana, mientras las otras culturas, constituyen grados inferiores de ese proceso. Más allá de esta idea que justifica al colonialismo, se encuentra en Tylor algunas claves importantes sobre la definición antropológica de cultura. Al definirla como “un todo complejo”, se supone la inclusión de una serie de elementos de carácter simbólico, pero también elementos concretos como las costumbres, hábitos y otras capacidades.

#### **2.1.2.1.- Definición funcionalista-estructural**

La característica más peculiar del concepto funcionalista de cultura se refiere precisamente a la función social de la misma. El supuesto básico es que todos los elementos de una sociedad (entre los que la cultura es uno más) existen porque son necesarios. Esta perspectiva ha sido desarrollada tanto en antropología como en sociología aunque, sin duda, sus primeras características fueron delineadas por el sociólogo francés Émile Durkheim. En su libro “Las reglas del método sociológico” (1895), plantea que la sociedad está compuesta por entidades que tienen una función específica, integradas en un sistema análogo al de los seres vivos, donde cada órgano está especializado en el cumplimiento de una función vital. Del mismo modo en que los órganos de un cuerpo son susceptibles a la enfermedad, las instituciones y costumbres, las creencias y las relaciones sociales también pueden caer en un estado de anomia.

Más tarde, el polaco Bronislaw Malinowski retomó tanto la descripción de cultura de Tylor como algunos de los planteamientos de Durkheim relativos a la función social. Para Malinowski, la cultura podía ser entendida

como una realidad excepcional que debía estudiarse en sus propios términos. En la categoría de cultura incluía artefactos, bienes, procesos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados (Thompson, 2002: 193). También consideraba que la estructura social podía ser entendida análogamente a los organismos vivos pero, a diferencia de Durkheim, Malinowski tenía una tendencia más holística. Creía que todos los elementos de la cultura poseían una función que les daba sentido y hacía posible su existencia. Pero esta función no era dada únicamente por lo social, sino por la historia del grupo y el entorno geográfico, entre muchos otros elementos. El reflejo más claro de este pensamiento aplicado al análisis teórico fue el libro “Los argonautas del Pacífico Occidental” (1922), una extensa y detallada monografía sobre las distintas esferas de la cultura de un pueblo que habitaba en las islas Trobriand, al oriente de Nueva Guinea.

Años más tarde, Alfred Reginald Radcliffe-Brown, también antropólogo británico, retomaría algunas de las propuestas de Malinowski, en especial las que se referían a la función social. Radcliffe-Brown rechazaba que el campo de análisis de la antropología fuera la cultura, más bien se encargaba del estudio de la estructura social, un entramado de relaciones entre las personas de un grupo. Sin embargo, también analizó aquellas categorías que habían sido descritas con anterioridad por Malinowski y Tylor, siguiendo siempre el principio del análisis científico de la sociedad. En su libro “Estructura y función en la sociedad primitiva” (1975) Radcliffe-Brown establece que la función más importante de las creencias y prácticas sociales es la del mantenimiento del orden social, el equilibrio en las relaciones y la trascendencia del grupo en el tiempo.

### **2.1.2.2 Definición estructuralista**

Según la teoría estructuralista, la mente humana clasifica todos los fenómenos del mundo, estableciendo conjuntos clasificatorios a los que se adhieren cargas semánticas (se convierten en símbolos). Por ejemplo,

Héritier proponía que un par de grupos clasificatorios universal es el que distingue hombres de mujeres, basado en las diferencias fisiológicas. Lo que cambia son las atribuciones de cada grupo: en algunas culturas, como la occidental, la mujer se encarga de criar a los niños; en otras, esta tarea corresponde a los hombres.

El estructuralismo es una corriente más o menos extendida en las ciencias sociales. Sus orígenes se remontan a Ferdinand de Saussure, lingüista, quien propuso a grosso modo que la lengua es un sistema de signos. De acuerdo con Lévi-Strauss, la cultura es básicamente un sistema de signos producidos por la actividad simbólica de la mente humana.

En Antropología estructural (1958) Lévi-Strauss define las relaciones que existen entre los signos y símbolos del sistema, y su función en la sociedad, sin prestar demasiada atención a este último punto. En resumen, se puede decir que en la teoría estructuralista, la cultura es un mensaje que puede ser decodificado tanto en sus contenidos, como en sus reglas. El mensaje de la cultura habla de la concepción del grupo social que la crea, habla de sus relaciones con internas y externas. En su obra "El pensamiento salvaje" (2002), Lévi-Strauss señala que todos los símbolos y signos de que está hecha la cultura son productos de la misma capacidad simbólica que poseen todas las mentes humanas. Esta capacidad, básicamente consiste en la clasificación de las cosas del mundo en grupos, a los que se atribuyen ciertas cargas semánticas. No existe grupo de símbolos o signos (campo semántico) que no tenga uno complementario. Los signos y sus significados pueden ser asociados por metáfora (como en el caso de las palabras) o metonimia (como en el caso de los emblemas de la realeza) a fenómenos significativos para el grupo creador del sistema cultural. Las asociaciones simbólicas no necesariamente son las mismas en todas las culturas. Por ejemplo, mientras en la cultura occidental, el rojo es el color del amor, en Mesoamérica es el de la muerte.

Según la propuesta estructuralista, las culturas de los pueblos "primitivos" y "civilizados" están hechas de la misma materia y, por tanto, los sistemas del conocimiento del mundo exterior dominantes en cada uno – magia en los primeros, ciencia en los segundos – no son radicalmente diferentes. Aunque son varias las distinciones que se pueden establecer entre culturas primitivas y modernas: una de las más importantes es el modo en que manipulan los elementos del sistema. En tanto que la magia improvisa, la ciencia procede sobre la base del método científico. El uso del método científico no quiere decir –según Lévi-Strauss– que las culturas donde la ciencia es dominante sean superiores, o que aquellas donde la magia juega un papel fundamental sean menos rigurosas o metódicas en su manera de conocer el mundo. Simplemente, son de índole distinta unas de otras, pero la posibilidad de comprensión entre ambos tipos de culturas radica básicamente en una facultad universal del género humano.

En la perspectiva estructuralista, el papel de la historia en la conformación de la cultura de una sociedad no es tan importante. Lo fundamental es llegar a dilucidar las reglas que subyacen en la articulación de los símbolos en una cultura, y observar la manera en que éstos dotan de sentido la actuación de una sociedad. En varios textos, Lévi-Strauss y sus seguidores (como Edmund Leach) parecen insinuar, como Ruth Benedict, que la cultura es una suerte de patrón que pertenece a todo el grupo social pero no se encuentra en nadie en particular. Esta idea también fue retomada del concepto de lenguaje propuesto por Saussure.

### **2.1.2.3 Definiciones marxistas**

Tal como se señaló anteriormente, Karl Marx a pesar de la opinión generalizada, puso atención en el análisis de las cuestiones culturales, específicamente en su relación con el resto de la estructura social. Según la propuesta teórica de Marx, el dominio de lo cultural (constituido sobre todo por la ideología) es un reflejo de las relaciones sociales de producción,

es decir, de la organización que adoptan los seres humanos frente a la actividad económica. La gran aportación del marxismo en el análisis de la cultura es que ésta es entendida como el producto de las relaciones de producción, como un fenómeno que no está desligado del modo de producción de una sociedad. Asimismo, la considera como uno de los medios por los cuales se reproducen las relaciones sociales de producción, que permiten la permanencia en el tiempo de las condiciones de desigualdad entre las clases.

En sus interpretaciones más simplistas, la definición de la ideología en Marx ha dado lugar a una tendencia a explicar las creencias y el comportamiento social en función de las relaciones que se establecen entre quienes dominan el sistema económico y sus subalternos. Sin embargo, son muchas las posturas donde la relación entre la base económica y la superestructura cultural es analizada en enfoques más amplios. Por ejemplo, Antonio Gramsci llama la atención a la hegemonía, un proceso por medio del cual, un grupo dominante se legitima ante los dominados, y estos terminan por ver natural y asumir como deseable la dominación. Louis Althusser propuso que el ámbito de la ideología (el principal componente de la cultura) es un reflejo de los intereses de la élite, y que a través de los aparatos ideológicos del Estado se reproducen en el tiempo.

Así mismo, Michel Foucault –en el conocido debate de noviembre de 1971 en Holanda con Noam Chomsky– respondiendo la pregunta de que si la sociedad capitalista era democrática, además de contestar negativamente –argumentando que una sociedad democrática se basa en el efectivo ejercicio del poder por una población que no esté dividida u ordenada jerárquicamente en clases sostiene que, de manera general, “todos los sistemas de enseñanza – los cuales aparecen simplemente como transmisores de conocimientos aparentemente neutrales, están hechos para mantener a cierta clase social en el poder, y excluir de los instrumentos de poder a otras clases sociales.

#### **2.1.2.4 Cultura, según la Unesco**

Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por ella es como discernimos los valores y realizamos nuestras opciones. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden”. (Comisión de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, UNESCO, 1990.)

#### **2.1.3 La Televisión**

“La televisión representa para los ciudadanos de las sociedades modernas lo que el tótem para las tribus primitivas: objeto de veneración y reverencia, signo de identificación individual y colectiva. Como tótem, la televisión concentra las expectativas y temores de las tribus modernas. Da sentido a la realidad. En torno a ella se celebran los modernos rituales individuales, familiares y sociales. Los profesionales y los políticos, las estrellas y los publicitarios son los hechiceros de las nuevas liturgias que exorcizan demonios y prometen paraísos”.

La televisión transforma los hábitos perceptivos de los espectadores al crear la necesidad de una híper estimulación sensorial. El movimiento es, pues uno de los grandes alicientes de la televisión como recurso para la captación de la atención y como elemento gratificador para mantenerla. Y

al hablar de movimiento hay que referirse tanto al movimiento de los elementos dentro del encuadre como al movimiento de la cámara o al proveeniente del cambio constante de planos a través del montaje.

La práctica del zapping es una prueba más de la necesidad psicológica de un ritmo trepidante en los programas televisivos, como consecuencia de la modificación de los hábitos perceptivos de las nuevas generaciones. Por si la estimulación sensorial que ofrece la televisión no fuera suficiente, el espectador puede incrementarla mediante el cambio de canal. "El zapping no se da prácticamente entre personas mayores de 65 años, lo que prueba que las nuevas tecnologías producen modificaciones sensoriales en las nuevas generaciones. Este cambio se da fundamentalmente en personas de entre 18 y 30 años; lo utilizan sensiblemente menos las personas que están entre los 31 y los 44 años; y mucho menos los mayores de 44 años". (FERRÈS, 1994)

La televisión es una manifestación de lo que Abraham Moles denominó la cultura mosaico. Mientras la cultura tradicional era limitada en conocimientos, pero organizada, coherente, estructurada, la cultura mosaico se caracteriza por el desorden, la dispersión, el caos aleatorio. La televisión favorece, pues, un tipo de saber disperso, compartimentado, descontextualizado, incoherente. No existen unas normas de referencia válidas para todos. No hay un saber jerarquizado y estructurado en el que insertar las informaciones nuevas. La única coherencia hay que buscarla en el seno del propio medio, en su propia lógica interna.

### **2.1.3.1 La imagen**

"La imagen no da, por sí misma, casi ninguna inteligibilidad. La imagen debe ser explicada; y la explicación que se da de ella en la televisión es insuficiente (...) El acto de ver está atrofiando la capacidad de entender.

Aún admitiendo que el acto de ver empobrece el entendimiento, este empobrecimiento está ampliamente compensado por la difusión del mensaje televisivo y por su accesibilidad a la mayoría". (SARTORI, 1998)

"La imagen debe estar repleta de contenidos. En gran parte, los contenidos televisivos (de naturaleza informativa) son imágenes de acontecimientos, pero son también "voces públicas" (...) Es verdad que la fuerza de la imagen está en la propia imagen. Para hacernos una idea, basta con comparar la información escrita del periódico con la información visual de la televisión". (SARTORI, 1998,pág. 84)).

Sartori en su libro "Homo videns, La sociedad teledirigida" hace referencia a una investigación experimental de Iyengar y Kinder quienes distinguieron entre "El poder de los noticiarios televisivos para dirigir la atención del público y el poder de definir los criterios que informan la capacidad de enjuiciar y para ambos casos concluyen que las noticias televisivas influyen de un modo decisivo en las prioridades atribuidas por las personas a los problemas nacionales y las consideraciones según las cuales valoran a los dirigentes políticos". (SARTORI, 1998,Pág.106)

"La Palabra produce siempre menos conmoción que la imagen". (SARTORI, 1998 pág. 115) Así pues, la cultura de la imagen rompe el delicado equilibrio entre pasión y racionalidad. La racionalidad del homo sapiens está retrocediendo, y la política emotivizada, provocada por la imagen, solivianta y agrava los problemas sin proporcionar absolutamente ninguna solución. (SARTORI, 1998 pág. 116)

"La televisión empobrece drásticamente la información y formación del ciudadano. El mundo en imágenes que nos ofrece el video-ver desactiva nuestra capacidad de abstracción y, con ella, nuestra capacidad de comprender los problemas y afrontarlos racionalmente". (SARTORI, 1998 pág.127) La imagen fabricada produce una reacción hecha de emociones.

La gente ve por TV a los muertos y dice: "Terrible". Ve un desocupado y dice: "¡Qué triste!". Ve una fiesta de Hollywood y dice: "¡Magnífico!". La diferencia entre el desocupado y la desocupación es enorme. La TV nos mostrará al pobre desocupado que tiene hambre, pero no nos explica por qué está desocupado o cómo se resuelve el problema.

Si uno no tiene capacidad de abstracción, o sea de profundizar y desarrollar el discurso sobre cosas que no se ven (la democracia, la constitución, la justicia, etc.), aun las cosas que se ven no las puede comprender. En todos los tiempos, se han fabricado las imágenes con vistas a ciertos empleos, individuales o colectivos. En todas las sociedades, se han producido la mayor parte de las imágenes con vistas a ciertos fines (de propaganda, de información, religiosos, ideológicos en general).

Arnheim nos habla de las funciones de la imagen. Estas funciones son las mismas que fueron también las de todas las producciones propiamente humanas en el curso de la historia, que pretendían establecer una relación con el mundo. Así enumera el modo simbólico: "las imágenes sirvieron sin duda primero, como símbolos, símbolos religiosos más exactamente, que se suponía, daban acceso a la esfera de lo sagrado mediante la manifestación más o menos directa de una presencia divina. Sin remontarnos hasta la prehistoria, las primeras esculturas griegas arcaicas eran ídolos, producidos y venerados como manifestaciones sensibles de la divinidad. Algunas de las imágenes representan en ella divinidades (Zeus, Buda o Cristo), y otras tienen un valor puramente simbólico (la cruz cristiana, la esvástica hindú)". (AUMONT, 1992,pág. 98)

Los simbolismos no son solo religiosos, y la función simbólica de las imágenes ha sobrevivido ampliamente a la libertad de conciencia de las sociedades occidentales, aunque sea solo para transmitir los nuevos valores (la Democracia, el progreso, la Libertad, etc.)

El modo epistémico: la imagen aporta información sobre el mundo. Y por último se refiere al modo estético, donde la imagen está destinada a complacer a su espectador, a proporcionarle sensaciones específicas.

La imagen tiene como función primera el asegurar, reforzar, reafirmar y precisar nuestra relación con el mundo visual: desempeña un papel de descubrimiento de lo visual. E. H. Gombrich opone dos modos principales de inversión psicológica en la imagen: el reconocimiento y la rememoración. (AUMONT, 1992)

El reconocimiento, reconocer algo en una imagen es identificar, al menos parcialmente, lo que se ve en ella con algo que se ve o podría verse en la realidad. Es un proceso, un trabajo, que utiliza las propiedades del sistema visual.

El instrumento de la rememoración por la imagen es lo que podría llamarse el esquema: estructura relativamente sencilla, memorarizable como tal más allá de sus diversas actualizaciones.

El papel del espectador es proyectivo: tenemos tendencia a identificar cualquier cosa en una imagen, siempre que haya una forma que se parezca mínimamente a esa cosa.

El papel del espectador según Gombrich es un papel extremadamente activo: construcción visual del "reconocimiento", activación de los esquemas de la "rememoración" y ensamblaje de uno y otra con vistas a la construcción de una visión coherente del conjunto de la imagen. Se comprende por qué es tan central en toda la teoría de Gombrich este papel del espectador: es él quien hace la imagen.

En su relación con la imagen, el espectador cree, hasta cierto punto, en la realidad del mundo imaginario representado en la imagen. En las teo-

rías de los años cincuenta y sesenta, ese fenómeno de credibilidad fue visto con frecuencia como masivo, predominante y, a fin de cuentas, engañoso.

Es desde el punto de vista de la implicación emotiva del espectador como puede analizarse el placer o displacer que producen los filmes, las series o, en general, cualquier programa televisivo. Para que un programa guste al espectador debe halagar suficientemente sus fantasmas conscientes e inconsciente, de manera que le permita saciar sus pulsiones; y, al mismo tiempo, es preciso que esta saciedad se mantenga contenida dentro de unos límites, es decir, que no rebase el punto movilizador de sus angustias y rechazos. En definitiva, la televisión actúa como espejo. Las preferencias de los espectadores provienen tanto de un ejercicio de su inteligencia como de sus sentimientos. Cuando el espectador elige a sus héroes o heroínas, está poniendo de manifiesto sus ideas, intereses, pulsiones, esperanzas y problemas. Cuando valora un programa, se está valorando a sí mismo. Se produce incluso la paradoja de que el espectador acude a la pequeña pantalla para huir de sí mismo y en realidad se encuentra, aunque sea de manera inconsciente. (FERRÈS, 1994 págs. 59-60)

### **2.1.3.2 La Producción en Televisión**

Hacer televisión, no significa poseer una cámara y realizar grabaciones en un video. Claro que por ahí se empieza cuando la idea de crear imágenes nos seduce. Pero la televisión es un mundo mucho más complejo, que requiere la participación de numerosas personas y de importantes recursos técnicos. La articulación de personas con la suma de sus talentos, más la utilización óptima de los aparatos tienden a llegar hacia un fin, lo que podríamos llamar producto televisivo. Pues bien, todo eso tiene que ver con lo que se denomina proceso de producción.

La producción pasa por tres etapas establecidas de manera clara:

1. Etapa de preproducción
2. Etapa de producción
3. Etapa de postproducción

### **1. Etapa de preproducción.**

Es la etapa previa a la realización del programa, desde la concepción de la idea hasta antes de la grabación. Abarca una serie de actividades que van desde la definición del tema, objetivos y contenidos del programa; género, formato, duración y público al que va dirigido; investigación, diseño de la producción (ambientación, escenografía, talentos, etcétera).

El trabajo de preproducción es fundamental para asegurar las condiciones óptimas de realización de todo proyecto audiovisual, en este caso de televisión. Al final de esta primera etapa se tiene ya el guión para televisión, así como el Breakdown (desglose). El guión constituye el plan fundamental sobre el cual se construye el programa de televisión, es, por lo tanto, un elemento básico para la organización y la planeación de la producción. El guión nos permite conocer la estructura narrativa del programa, el ritmo y el manejo de los tiempos; los requerimientos técnicos, humanos, logísticos, materiales, financieros y otros apoyos necesarios para la producción. El breakdown, por su parte, nos facilita el trabajo de planeación y organización de la producción. Existen diferentes tipos de guiones para televisión, cuyo formato dependerá del tipo de programa a producir.

El mayor esfuerzo productivo se realiza en esta fase. El equipo de producción atenderá a la resolución de los problemas que planteen las personas y los medios precisos para la realización del programa. En primer lugar, se encargarán de la supervisión y corrección del guión técnico, del

que se distribuirán copias a los miembros del equipo técnico y artístico, así como al resto de personas que precisen de información sobre el mismo. Según las indicaciones del guión, el equipo de producción seleccionará los lugares donde se llevará a cabo la grabación e iniciará los trámites necesarios para evitar posibles problemas durante el rodaje en los escenarios y localizaciones. En esta fase de "preproducción" se contratan ya los equipos técnicos, artísticos, de edición, de vestuario, de maquillaje, etc. con los que se contará durante la realización del programa. Por otra parte, los equipos de producción y realización deberán elaborar una serie de listas en las que se detalle con la mayor exactitud posible las necesidades de atrezzo y mobiliario. En definitiva, en esas listas se precisará qué personas, materiales y medios serán necesarios en cada momento de la grabación. Todo el material previamente citado, será de vital ayuda para que el equipo de producción pueda visualizar el volumen de trabajo a desarrollar. El final de la fase de preproducción se resume en la confección de un plan de trabajo en el que quedará programado las actividades que día a día se deberán efectuar para ajustarse a las previsiones del equipo de producción.

## **2. Producción y rodaje**

Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción. Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital. En esta etapa de la producción se incorporan el equipo de cámaras, los técnicos de sonido, el equipo de dirección artística y decoración, los iluminadores, etc. El trabajo que se efectúa en esta fase queda recogido en la orden de trabajo diaria, que se materializa en datos reales en el parte de producción. La jornada de trabajo finaliza con el visionado del material grabado y la preparación del día siguiente.

La etapa de producción o realización tiene como base el guión 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. Es durante esta etapa cuando se emplea la mayor parte de los equipos técnicos e instalaciones con que cuenta el Laboratorio de Televisión, tanto del foro (cámaras de estudio, micrófonos, iluminación) como de la sala de control maestro o Máster (switcher, monitores, consola de audio, etc.)

El producto que se obtiene en esta etapa puede ser, o bien el programa completo en su versión final y definitiva (sea que se transmita en vivo o se grabe), o bien segmentos grabados en estudio, mismos que luego en postproducción se unirán a los materiales videográficos previamente realizados, definidos como “apoyos a la producción” (reportajes, entrevistas, sondeos, etc.), así como la inserción de gráficos, subtítulos, créditos, efectos especiales de video y audio, música y otros elementos que constituyen el trabajo de edición al que se refiere la tercera etapa.

### **3. Postproducción**

Consiste en la selección del material grabado. Se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra. La producción se encarga en esta última fase de la obtención del producto final, es decir, el máster de grabación a partir del que se procederá al proceso de copia. Para ello debe asegurarse que se respeten los plazos de postproducción de la imagen, así como controlar el alquiler de las salas de edición y sonorización, supervisar el trabajo de doblaje y el grafismo electrónico.

La postproducción es la última parte del proceso de producción de un programa. Etapa, en suma, en la que se dota de unidad al programa y se añaden los últimos toques antes de su emisión.

La postproducción en vivo. Aunque esta expresión no es muy usual en el medio televisivo, hace referencia al proceso más importante, complejo y decisivo al momento de grabar o transmitir en vivo un programa de televisión. Esto se debe a que exige, de parte de todo el staff, conocimientos, destrezas y habilidades en cuanto al dominio en el manejo de los equipos del foro y máster pero sobre todo, implica un alto sentido de la narrativa audiovisual, la progresión, el ritmo y demás elementos que van creando, en tiempo real, el producto televisivo. El trabajo de todos se realiza simultáneamente al desarrollo de las acciones que se generan tanto en el foro como cuando provienen desde la VTR o la computadora del máster. Esto implica contar ya con los apoyos gráficos y video-gráficos que se utilizarán en los diferentes segmentos o secciones del programa (reportajes, entrevistas, fotografías, cortinillas, música, entre otros), mismos que se “correrán” en el momento en que el director lo indique, con base al guión o escaleta respectivo.

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.

### **2.1.3.3. La producción televisiva educativa**

Si bien la función social de la televisión es, a grandes rasgos, la de cultivar valores y promover la cultura, no tiene por obligación educar a sus televidentes, pero hay quienes como Mario Kaplún sugieren que "todo programa educa, sólo que -lo mismo que la escuela, lo mismo que el hogar- puede educar bien o mal" (Kaplún citado por Abrego, 2000).

Es claro que la televisión promueve en el espectador una serie de valores, y representaciones, sin embargo, no se le puede ver todavía como

un proceso de educación sino de enculturización, es decir, el proceso en el que un individuo o grupo ponen en relación los sucesos, los fines y las creencias que los grupos sociales quieren preservar y estos los interiorizan y los hacen suyos. (TORRES, 1999 pág. 3)

### **a) La educación como una construcción social**

La televisión educativa "hace referencia a toda emisión de programas por televisión dirigidos concretamente a potenciar la información, con objeto de mejorar el estándar cultural de la población, y optimizar los niveles educativos de determinados grupos (escolares, o profesionales). Su eje sustancial es la referencia educativa." (SÀNCHEZ, 1995)

La educación es una construcción social pues es parte del sistema social y su práctica depende de una institución que asigna recursos económicos y humanos con un fin determinado. La socialización se ubica en el sistema comunicativo y por último el aprendizaje es parte del sistema cognitivo.

Con la reflexión anterior es posible distinguir dos tipos de televisión: Por un lado aquella que forma parte de un programa educativo avalado por alguna instancia social (relación educación- sistema social), y por otro lado aquella capaz de promover algún tipo de habilidad de manera aislada al sistema educativo nacional o fomenta valores y principios (relación aprendizaje - sistema cognitivo).

En ambos casos puede darse un proceso de enculturización, sin embargo, en el primero será la sociedad la encargada de evaluar y legitimar esos conocimientos adquiridos, mientras que en el segundo caso los conocimientos se dejan al arbitrio de quién los consume y pueden ser aplicados o no durante su vida.

Al referirse a la educación, Pitágoras señalaba que educar no es dar carrera para vivir, sino templar el alma para las dificultades de la vida. Algo parecido deben pensar aquellas instituciones u organizaciones que se han dado a la tarea fomentar contenidos educativos y reconocen en la tecnología un medio adecuado para ello.

Sin embargo, es pertinente situar a la educación como objeto de estudio definido pues, como se dijo anteriormente, de no hacerlo se cae en el error de pensar que todo es educación y en estos términos, cualquier producto televisivo se puede promover como educativo.

### **b) Televisión para el aprendizaje**

El aprendizaje es una capacidad biológica de los seres vivos que puede ser distinta en cada individuo y depende de la acomodación que se haga de la información nueva en la estructura cognitiva ya sea de manera memorística o significativa. De tal suerte que es posible aprender de cualquier experiencia de vida, y de aquellas que apelan a nuestros sentidos a partir de los medios de comunicación.

Para el aprendizaje, una televisión deberá tener presentes los valores y principios que sustentan su cultura y ayudar a promover actitudes y habilidades, aunque estas no sean avaladas por el sistema social.

### **c) Televisión educativa**

Sin negar la influencia que ejerce la televisión (como medio de comunicación de masas) en el aprendizaje, los efectos que se producen no son necesariamente educativos, pues para ello, son indispensables algunos elementos cardinales. Es decir, siguiendo la explicación de Ochoa (2003, p.3), la televisión educativa debe diseñar programas con una intencionalidad clara y expresa; los planteamientos técnicos deben aparecer supedi-

tados a los didácticos, de ahí que los contenidos y las audiencias aparezcan delimitados.

En el caso de la televisión educativa se utilizan medios y materiales complementarios, donde todos los elementos (códigos audiovisuales) se ponen al servicio de la educación-enseñanza-formación. El precio o la rentabilidad han de medirse con parámetros diferentes a los que se utilizan en la televisión comercial. Y los criterios de calidad han de privar sobre criterios de la audiencia.

La Televisión Educativa persigue objetivos muy definidos en el campo educativo, que contribuyen de manera eficaz en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su interés e intención es básicamente el de educar en un sentido amplio, ofreciendo a través de la televisión una serie de contenidos inmersos en cada uno de los niveles educativos, incorporando además conocimientos, valores y habilidades. (ABREGO, 2000)

Quizás las bondades de la educación presencial no sean sustituidas jamás por ningún medio, pero hay que reconocer el enorme impacto de los medios tecnológicos en la educación, no se trata de cambiar ante la necesidad de la eficientización de los tiempos, sino tomar en cuenta que la labor educativa puede llegar a más gente y de distintas formas a partir del lenguaje verbo audiovisual.

Es labor de quién participa en esta tarea tener en cuenta que la educación no es el medio sino el fin, y que un programa que promueva la educación o el aprendizaje, deberá reflexionar sobre las necesidades educativas con un fin social.

La labor de educar o promover el aprendizaje a partir de los medios es un reto constante. En el primer caso, la televisión educativa debe tener presente que es sólo una parte de un programa educativo más amplio,

que responde a un currículum y esta validado socialmente. Mientras que en el caso de aquellos programas que apelan al aprendizaje, se deben tomar en cuenta infinidad de factores tales como: la edad del público al que van dirigidos, las habilidades, conocimientos y destrezas propias de esta edad, su nacionalidad, su cultura y su contexto o realidad inmediata, y con todos estos factores proponer programas que diviertan, propicien el aprendizaje y sean de calidad.

En ambos casos, se deben ofrecer los elementos necesarios para adoptar una postura ante la vida, de tal modo que quien sea educado o aprenda a partir de los medios tenga la capacidad de seleccionar de toda la gama de posibilidades existentes, aquellas que lejos de situarlo en la dinámica del mundo actual le dé la posibilidad de elevar su espíritu a partir de la reflexión y el conocimiento y ¿por qué no? creer en las utopías.

#### **2.1.4 La Semiótica como matriz del estudio de la comunicación**

Se conoce como semiótica a la teoría que tiene como objeto de estudio los signos. Se encarga de analizar la presencia de éstos en la sociedad, al igual que la semiología. Ambos conceptos son tomados como sinónimos por el diccionario de la Real Academia Española (RAE), aunque los expertos establecen algunas diferencias.

Muchos autores han hablado y escrito sobre el término: Saussure, Pierre, Buysens, etc. En las diferentes definiciones se encuentran elementos en común y otros absolutamente opuestos; sin embargo todos coinciden en algo, que la semiótica no se trata de un acto de lectura; sino de una actitud de exploración de lo que existe de fondo de toda significación: sus raíces y los mecanismos que la sostienen.

Algunos intelectuales sostienen que la semiótica incluye a todas las demás ciencias, que se dedican al estudio de los signos en determinados

campos del conocimiento. Es decir, que la ven como una ciencia orientada a estudiar cómo funciona el pensamiento para explicar las maneras de interpretación del entorno y de creación y difusión de conocimiento que tienen las personas.

Otros especialistas definen a la semiología como una disciplina que se encarga de los estudios vinculados al análisis de los signos a nivel general, tanto lingüísticos (relacionados a la semántica y la escritura) como semióticos (los signos humanos y de la naturaleza).

El signo lingüístico es entendido como el vínculo más relevante en los sistemas comunicativos humanos. Está formado por un significante (la imagen acústica) y un significado (una idea que se tiene en la mente respecto a cualquier palabra). Para Charles Peirce, el signo es una entidad compuesta por el significante (el soporte material), el significado (la imagen mental) y el referente (el objeto, ya sea imaginario o real, al que alude el signo).

Las características más trascendentes del signo lingüístico son la arbitrariedad, la linealidad, la inmutabilidad y la mutabilidad.

#### **2.1.4.1 Ramas de la semiótica**

La semiótica se encuentra dividida en diversas clases:

\*La semántica que es la encargada de estudiar qué relaciones existen entre significantes y significados; es decir el significado de las palabras, de los enunciados y de las oraciones.

\*La onomasiología que se encarga de nombrar a los objetos y establecer las diferentes denominaciones para una misma cosa.

\*La semasiología, al contrario, estudia la relación que existe entre un objeto y su nombre. En el caso del diálogo, parte del receptor al emisor para el estudio del mismo.

\*La pragmática es la encargada de estudiar las relaciones entre significantes y usuarios; es decir de qué forma emplean los seres humanos los diferentes signos a la hora de comunicarse.

\*La parte de la semiótica que se encarga de estudiar las relaciones que se establecen entre los diversos significantes se llama sintaxis.

En cada idioma la semiótica ocupa un lugar diferente y por tanto su entorno de análisis también varía. En el caso de España, su intervención en el campo de la comunicación se ha mostrado un tanto despareja y hasta superflua. Podemos decir que se pueden distinguir dos líneas bien definidas dentro de la semiótica, una se encuentra enfocada al discurso social y la otra a lo visual.

La semiótica del discurso social también conocida con el nombre de socio semiótica se encarga de estudiar el proceso a través del cual los medios de comunicación de masas llegaron a integrarse a la cultura de la sociedad, produciendo diversas tipologías en los discursos, tales como periodístico, publicitario y político; a partir de los cuales ha surgido el discurso social, que toma cosas de cada uno de ellos para expresar ideas con las que el pueblo se siente identificado. A su vez, en los últimos años la cercanía entre la semiótica y la comunicación de masas se ha afianzado aún más gracias a las tecnologías avanzadas utilizadas en el campo de las artes audiovisuales. Esto ha generado que la semiótica deba comenzar a estudiar el significado de los signos en el mundo de la informática y la inteligencia artificial. Posiblemente esto exigirá una unificación entre el lenguaje coloquial y las nuevas tecnologías, y un amplio estudio de estas consecuencias podrá colaborar con un mayor entendimiento de las relaciones entre sociedades.

En el ámbito de la medicina, por último, la semiótica es el área que se dedica al tratamiento de los signos de las enfermedades a través de la

diagnosis y de la pronosticación. Cabe mencionar que esta acepción es una de las más antiguas que existen.

### **2.1.5 La Semántica y la interacción dentro de la comunicación**

La Semántica proviene de un vocablo griego que puede traducirse como “significativo”. Se trata de aquello perteneciente o relativo a la significación de las palabras. Por extensión, se conoce como semántica al estudio del significado de los signos lingüísticos y de sus combinaciones.

De ahí que también sea necesario hacer referencia a la existencia de lo que se conoce como campo semántico. Este es un término que se emplea para definir a un conjunto de palabras o de elementos significantes que tienen un significado similar ya que poseen como nexo común un sema.

Un claro ejemplo de lo antes mencionado puede ser el campo semántico conformado por términos tales como muralla, pared o tapia porque tienen en común que se refieren a tipos de muros. La semántica, por lo tanto, está vinculada al significado, sentido e interpretación de palabras, expresiones o símbolos.

Todos los medios de expresión suponen una correspondencia entre las expresiones y determinadas situaciones o cosas, ya sean del mundo material o abstracto. En otras palabras, la realidad y los pensamientos pueden ser descritos a través de las expresiones analizadas por la semántica.

La semántica lingüística estudia la codificación del significado en el contexto de las expresiones lingüísticas. Puede dividirse en semántica estructural y semántica léxica. La denotación (la relación entre un palabra y aquello a lo que se refiere) y la connotación (la relación entre una pala-

bra y su significado de acuerdo a ciertas experiencias y al contexto) son objetos de interés de la semántica.

El estudio del referente (aquello que la palabra denota, como un nombre propio o un sustantivo común) y del sentido (la imagen mental que crea el referente) también forman parte de la semántica lingüística.

Dentro de este tipo de semántica tendríamos que hacer referencia a lo que se conoce como semántica generativa. Este término se utiliza para referirse a un programa llevado a cabo por un conjunto de estudiosos a mediados del siglo XX. Con él lo que se hizo fue expandir y desarrollar las teorías planteadas en su momento por el filósofo y lingüista estadounidense Noam Chomsky.

La semántica lógica, por otra parte, se encarga del análisis de los problemas lógicos de significación. Para esto estudia los signos (paréntesis, cuantificados, etc.), las variables y constantes, los predicados y las reglas.

De ahí precisamente que este tipo de semántica sea el que se utiliza en el campo de las ciencias, concretamente de las matemáticas. Y es que en esta área se establecen estructuras y elementos que se relacionan entre sí. Este sería el caso de los conjuntos y grupos de diversa índole.

La semántica en las ciencias cognitivas, por último, se centra en el mecanismo psíquico entre los interlocutores en el proceso comunicativo. La mente establece relaciones permanentes entre las combinaciones de signos y otros hechos externos que introducen significado.

Por último tendríamos que determinar que también existe lo que se conoce como calco semántico. Es un término que se usa para definir al préstamo o adopción de una palabra de otra lengua por lo que sería la traducción.

### **2.1.6. La Lingüística**

El lenguaje es “diverso y singular”, susceptible de ser analizado desde perspectivas muy distintas (física, fisiológica, psíquica, individual, social), tiene carácter estático pero dinámico, actual y simultáneamente pasado.

La lengua es una parte esencial y determinada del lenguaje y es a su vez un producto social de la facultad del lenguaje y un conjunto de convenciones, adoptadas por la comunidad, para permitir el ejercicio de la facultad lingüística entre los individuos. Es decir que la lengua es un “hecho social”.

El lugar de la lengua se ubica en el cerebro de los hablantes y es la suma de imágenes verbales y sus correspondientes conceptos almacenada en todos los individuos. La lengua es un tesoro depositado por la práctica del habla en todos los sujetos que pertenecen a la misma comunidad; se trata de un sistema virtualmente existente en el conjunto de los individuos.

La lengua es un producto que se registra de manera paciente; el individuo no puede por sí mismo crearla ni modificarla: y obedece a una especie de contrato establecido en la comunidad y para conocer su funcionamiento, donde es preciso realizar una tarea de aprendizaje.

El habla tiene un carácter individual, se trata de un acto de voluntad e inteligencia de los hablantes y contrariamente a la lengua es algo “accesorio” (un individuo privado del habla por determinada patología puede seguir conservando su lengua).

La lengua, si bien es un objeto psíquico, tiene naturaleza concreta, dado que los signos tienen un lugar real en el cerebro y son representables mediante imágenes convencionales.

En este marco de elementos, podemos convenir que “La Lingüística es la disciplina que estudia el lenguaje natural humano como parte universal y considerado como fundamento de la propia esencia del hombre. Por tanto, el lenguaje es nuestro objeto de estudio. Sin embargo, puesto que la capacidad de comunicación que constituye el lenguaje se concreta en las lenguas particulares, debemos añadir que la Lingüística estudia además las lenguas” (JIMÈNEZ, 2001)

La lingüística es una disciplina cuyo objeto de estudio es el lenguaje humano. Además de ser una ciencia teórica, puesto que formula explicaciones diseñadas para justificar los fenómenos del lenguaje, es una ciencia empírica que realiza observaciones sobre las lenguas, en especial para confirmar o refutar afirmaciones de tipo general dadas en la teoría. Primero haciendo referencia a la lingüística tradicional, luego con los aportes de Ferdinand de Saussure (1857-1913) y culminando con los conceptos actuales de Neurolingüística y la Psicolingüística, se ve la necesidad de una actualización constante en la materia.

La lingüística tradicional investigaba simplemente, el estudio general de los signos. Posteriormente Ferdinand de Saussure realizó estudios más profundos relacionando el lenguaje y el habla, estableciendo diferencias entre el significante y el significado. Saussure, en su definición de signo, reemplazó el vocablo nombre, por el de imagen acústica esto es, la imagen mental de un nombre, que le permite al hablante decirlo, y luego reemplazar al objeto por el concepto. En otras palabras, su definición, une dos entidades que pertenecen al lenguaje, eliminando el plano de la realidad de los objetos, esto es, los referentes sobre los cuales se emplea el lenguaje. Porque si tanto el significado como el significante son entidades

mentales, es evidente que su marco teórico propone una ruptura entre el plano lingüístico y el plano del mundo externo a la mente.

Finalmente, esta definición de signo lingüístico se completará cuando le da el nombre de significante a la imagen acústica y significado al concepto mental con el que se corresponde dicha imagen acústica.

El aporte de Ronald Barthes (1913-1980) es incluir al estudio de los signos, la semiología. Esta disciplina, entiende que los seres humanos se comunican no solamente a través de los signos lingüísticos (el lenguaje) sino también de otros elementos culturales tales como la ropa, el peinado, los gestos, las imágenes, las formas y los colores a fin de convencernos unos a otros respecto de las emociones, valores e imágenes que deseamos transmitir.

Para Noam Chomsky, lingüista estadounidense, el uso cotidiano del lenguaje demuestra con claridad el formidable potencial creativo del ser humano. Su rasgo teórico se caracteriza por considerar el lenguaje como un hecho innato, en tanto y en cuanto postula la existencia de una 'gramática universal' común a todos los seres humanos. En este sentido se opone con firmeza a las adaptaciones humanas que pregona el estructuralismo norteamericano. Chomsky es considerado el fundador de la gramática generativa transformacional, un sistema totalmente original para abordar el análisis lingüístico. Dicha teoría defiende que el lenguaje es consecuencia de una facultad humana innata y que, por lo tanto, la finalidad de la lingüística consiste en determinar las propiedades que lo caracterizan.

### **2.1.7 La antropología cultural o antropología social**

Es la rama de la antropología que centra su estudio en el conocimiento del ser humano por medio de sus costumbres, relaciones parentales, estructuras políticas y económicas, urbanismo, medios de alimentación, sa-

lubricidad, mitos, creencias y relaciones de los grupos humanos con el ecosistema.

La concepción dominante en Occidente hasta el siglo XIX distinguía a las civilizaciones dominantes de los estadios inferiores de desarrollo de la evolución cultural de las sociedades humanas: el estado de barbarie (bárbaros) y el de salvajismo (salvajes o indígenas, los pueblos periféricos o primitivos que se consideraba vivían en "estado de naturaleza" o mito del buen salvaje). Contra esta concepción dominante, la antropología cultural sostiene, siguiendo el paradigma del relativismo cultural, que buena parte de las experiencias y conceptos considerados naturales son en realidad construcciones culturales que comprenden las reglas según las cuales se clasifica la experiencia, se reproduce esta clasificación en sistemas simbólicos y se conserva y difunde esta clasificación.

Los seres humanos, como animales sociales, viven en grupos más o menos organizados, las sociedades humanas. Sus miembros comparten siempre formas de comportamiento que, tomadas en conjunto, constituyen su cultura. Un debate intelectual muy antiguo (que data de al menos la Ilustración) discute si cada sociedad humana posee su cultura propia, distinta en su integridad de cualquier otra sociedad, y si los conceptos de civilización y cultura son asimilables o no.

La antropología cultural incluye también el estudio de la religión (o fenomenología de la religión) como un elemento común a todas las culturas: el hecho religioso.

El antropólogo cultural estudia todas las culturas, ya sean de sociedades tribales o de naciones civilizadas complejas. Examina todos los tipos de conducta, racional o irracional. Considera todos los aspectos de una cultura, incluidos los recursos técnicos y económicos utilizados frente al medio natural, los modos de relación con otros hombres o las especiales

experiencias religiosas y artísticas. No solo se estudian las actividades correspondientes a los diversos aspectos, sino que revisten especial interés sus relaciones recíprocas, por ejemplo, la relación entre la estructura de la familia y las fuerzas económicas o entre las prácticas religiosas y las agrupaciones sociales. Uno de los temas principales de la antropología cultural, por lo tanto, es la relación entre los rasgos universales de la naturaleza humana y la forma en que se plasma en culturas distintas. El estudio de las razones de las diferencias culturales —motivadas por razones ambientales o históricas—, y de la organización de estas en sistemas globales ha ocupado también buena parte de los esfuerzos de la disciplina.

### **2.1.8 La cultura en el cambio de la matriz productiva**

En los momentos actuales el país, de la mano del gobierno, se encuentra en un proceso de cambio que más allá de querer transformar las estructuras del sistema hacia un socialismo del siglo XXI lo que pretende es consolidar el modo de producción capitalista. Para tal cometido se ha puesto en boga el cambio de la matriz productiva, en donde la cultura cumple un papel primordial. Así lo han expresado el presidente de la república y sus ministros: “Cambiar la matriz productiva significa diversificar los medios de producción, es decir, innovar, buscar nuevos productos para exportar, desarrollar otros sectores como las industrias básicas, el forestal, los biocombustibles y la maricultura, para lo cual se hace indispensable también un cambio de mentalidad cultural”. (Rafael Correa – Argenpress, 07, junio, 2013)

Sobre la base del pensamiento marxista desarrollado en la obra del sociólogo ibarreño Agustín Cueva, el sociólogo Holger Córdova, nos sugiere una hipótesis para la reflexión: “Todo proceso de cambio institucional en un país requiere de un cambio, fundamentalmente, en la matriz cultural de las personas, más aún si la aspiración gira en torno a la transformación productiva, esto último para relacionarlo con nuestro momento

actual. El cambio indispensable estaría en la forma de pensamiento y las acciones para desplegarlo”. (CUEVA, 2014)

Las críticas a la vigencia de una estructura colonial en el Estado, implícita en la obra de Agustín Cueva, está muy asociada a la categoría de dominación, resguardada por las élites del país y que converge en prácticas colonizadoras y colonizadas, también reproducidas por la sociedad, demostró la necesidad de repensar las formas de hacer cultura de los sujetos culturales capaces de convertirse en sujetos históricos, que puedan enfrentar los rezagos de la colonización mediante la construcción de auténticas culturas y artes propios.

A la luz de estos contenidos es necesario pensar en el fortalecimiento de una política pública en cultura que responda a su falta histórica; enfrentar las limitaciones mercantilistas y uniformes del arte y la cultura; articular las políticas productivas con el desarrollo de las industrias culturales nacionales; formular políticas que tengan en cuenta la relación Estado-nación y sus implicaciones en la formación social de nuestro país; crear estrategias encaminadas a la construcción conjunta de unidades económico-culturales; establecer las condiciones necesarias para que la producción de los artistas ecuatorianos pueda constituirse en industrias culturales; y definir las estrategias y objetivos destinados a la proyección de la cultura como agente económico en el socialismo del buen vivir.

### **2.1.9 Fundamentación legal**

El presente trabajo se sustenta en principios jurídicos relacionados con el ámbito de la comunicación y el desarrollo y difusión de la cultura.

## **a) Constitución de la República**

El primer soporte tiene como principios fundamentales los artículos que se expresan en la Constitución de la República del Ecuador.

Sobre la comunicación en el Título II de los Derechos, el Art. 16, numeral 1, señala:

“Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.”

Igualmente el Art. 18 numeral 1 expresa:

“Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.”

Con respecto a la Cultura, en el Título II en la sección Cuarta sobre Cultura y Ciencia los Arts. Del 21 al 25 dicen:

“Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estéti-

ca; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.”

“Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.”

“Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.”

“Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.”

“Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.”

En el título VII del Régimen del Buen Vivir el Art. 384 dice:

“Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana”.

El Título VII del Régimen del Buen Vivir señala:

“Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.”

“Art. 378.- El sistema nacional de cultura estará integrado por todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema.”

“Las entidades culturales que reciban fondos públicos estarán sujetas a control y rendición de cuentas.”

“El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través del órgano competente, con respeto a la libertad de creación y expresión, a la interculturalidad y a la diversidad; será responsable de la gestión y promoción de la cultura, así como de la formulación e implementación de la política nacional en este campo.”

“Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.”

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.”

#### **b) Ley de Comunicación**

Por su parte la Ley de Comunicación es un instrumento que fomenta la producción nacional, lo que hace posible la creación de material audiovisual, que muestre la riqueza cultural de la ciudad de Ibarra. El Art. 97 señala:

“Art. 97.- Espacio para la producción audiovisual nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diario del medio”.

#### **c) Proyecto de Ley de Cultura**

Al anterior conjunto de normativas se agrega el proyecto de Ley de Cultura enviado por el Ejecutivo, a la Asamblea Nacional, que continúa en tratamiento para su aprobación.

En el segundo párrafo del motivo uno, el texto dice: “La Ley fija las garantías operativas de los derechos culturales, tanto en lo que se refiere a la dimensión organizativa institucional (regulando las bases del Sistema Nacional de Cultura), como en lo que se refiere a la dimensión funcional de dicha garantía (reglando las bases y fundamentos de las políticas culturales)”.

En el segundo párrafo del motivo tres, la normativa expresa: “La ley se ocupa de manera amplia y vigorosa del fomento de la creación de contenidos audiovisuales nacionales e independientes, reconociendo la importancia que tiene este sector de las industrias culturales en la vida contemporánea y el significativo déficit que nos aqueja como Nación en este campo.”

#### **d) Ministerio de Cultura**

En Ecuador el Ministerio de Cultura es el órgano rector de la actividad cultural. En su página web, [www.culturaypatrimonio.gob.ec](http://www.culturaypatrimonio.gob.ec), la institución establece su Misión y Visión.

#### **Misión:**

“El Ministerio de Cultura y Patrimonio ejerce la rectoría del Sistema Nacional de Cultura para fortalecer la identidad Nacional y la Interculturalidad; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguarda de la memoria social y el patrimonio cultural, garantizando el ejercicio pleno de los dere-

chos culturales a partir de la descolonización del saber y del poder; y de una nueva relación entre el ser humano y la naturaleza, contribuyendo a la materialización del Buen Vivir.”

### **Visión:**

“El Ministerio de Cultura y Patrimonio ejercerá la rectoría de las políticas públicas culturales y del Sistema Nacional de Cultura; garantizará el ejercicio de los derechos culturales e incidirá en la integración simbólica del Ecuador y en el cambio cultural de la sociedad.”

## **2.2. Posicionamiento Teórico Personal**

La cultura es un término de extraordinaria amplitud que hace referencia a la forma en que el hombre, a través de la creación de símbolos y la elaboración de objetos, establece su presencia en el universo. En este proceso voluntario se establecen infinidad de relaciones entre personas por medio de la comunicación, cualidad que les faculta a aprender, compartir y transmitir los saberes. La cultura afecta a los miembros de una sociedad y moldea su conducta.

Con el avance de la tecnología, la ciencia y los medios de comunicación es fácil acercarnos al mundo en poco tiempo y conocer los comportamientos de otras culturas. Por desgracia no siempre tenemos acceso a lo mejor de esas culturas y terminamos siendo presas fáciles de lo que los monopolios empresariales nos venden. Así llega la imposición de la moda y con ella algunos cambios de conducta, sobre todo en los jóvenes, que influyen de manera negativa en la práctica de las tradiciones y de los valores identitarios.

Si la cultura es el “conjunto de formas, modelos o patrones, explícitos o implícitos, con los que se manifiesta una sociedad”, es importante que

estos se difundan y lleguen a la mayor parte de la población, para que sus vínculos de identidad y pertenencia se consoliden.

Aunque existen avances en ese sentido, esta acción se la realiza generalmente desde un enfoque utilitarista, como gancho publicitario o como mercancía sujeta a las leyes del mercado. Vista así su difusión, el proceso de construcción social que la sustenta queda deslegitimado.

Bajo estas consideraciones es necesario replantearse las formas de difundir la cultura desde los medios de comunicación, en especial de la televisión. Crear espacios que, sin desligarse de los avances tecnológicos, contribuyan a afianzar la memoria histórica colectiva y los valores de la identidad nacional, con la participación de los mejores representantes de nuestros pueblos.

Por otra parte, la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada el 14 de junio del 2013, en el Art. 97 que se refiere al espacio para la producción audiovisual nacional, establece la obligatoriedad de “los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria, en horario apto para todo público, a la difusión de producción nacional”.

Se abre así la puerta para que los productores audiovisuales nacionales realicen trabajos en los que se visibilice la cultura del país, que puede estar expresada desde la riqueza étnica y de género.

En tal virtud creemos que comunicación y cultura son una alianza única, de riqueza inigualable, para generar pensamiento crítico en una sociedad cuya estructura económica, social, política y cultural le hace olvidar a sus integrantes sus verdaderas raíces.

### **2.3 Glosario de Términos**

**Aculturación.** Resultado de un proceso en el cual una persona o un grupo adquieren una nueva cultura, por lo general a expensas de la cultura propia y de forma involuntaria.

**Anomia.** Reciben este nombre todas aquellas situaciones que se caracterizan por la ausencia de normas sociales que las restrinjan. También es un trastorno del lenguaje que imposibilita a una persona llamar a las cosas por su nombre.

**Chauvinismo.** Exaltación desmesurada de lo nacional frente a lo extranjero.

**Cognitivo.** Es aquello que pertenece o que está relacionado al conocimiento. Éste, a su vez, es el cúmulo de información que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje o a la experiencia.

**Comunicación.** Proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

**Cultura.** Conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad se manifiesta. Como tal incluye lenguaje, costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

**Hábitat.** En el ecosistema, **hábitat** es el ambiente que ocupa una población biológica. Es el espacio que reúne las condiciones adecuadas para que la especie pueda residir y reproducirse, perpetuando su presencia

**Identidad.** Respuesta a las preguntas quién soy, qué soy, de dónde vengo, hacia dónde voy. Pero el concepto de identidad apunta también a qué quiero ser. Se la define también como el conjunto de valores, símbolos, creencias y costumbres de una cultura.

**Interculturalidad.** Es un concepto relativamente nuevo que hace referencia a la convivencia entre las diferentes culturas que comparten un territorio, que interactúan entre sí pero que mantienen sus características propias.

**Isocronismo.** Igualdad de duración en los movimientos de un cuerpo.

**Lengua.** Es el sistema que una comunidad humana utiliza para desarrollar la comunicación.

**Lenguaje.** Es la capacidad que toda persona tiene de comunicarse con las demás mediante signos orales, escritos, gestuales, mímicos, simbólicos, etc. El Lenguaje es una actividad humana que nace con el hombre, que sólo a él pertenece y que le permite comunicarse y relacionarse al poder expresar y comprender mensajes.

**Lingüística.** Estudio científico tanto de la estructura de las lenguas naturales y de aspectos relacionados con ellas como de su evolución histórica de su estructura interna y del conocimiento que los hablantes poseen de su propia lengua.

**Post producción televisiva.** Consiste en la selección del material grabado. Se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra.

**Pre producción televisiva.** Es la etapa previa a la realización del programa, desde la concepción de la idea hasta antes de la grabación.

**Producción televisiva.** Es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción. Una mala planificación supondría un gasto importante de tiempo y capital.

**Pueblos originarios.** La denominación con la que se conoce a los indígenas americanos a manera de reivindicar su cultura y sus intereses en el actual continente americano

**Saberes.** Se entiende como saberes a los conocimientos ancestrales conservados por los pueblos originarios de generación en generación que han perdurado hasta nuestro tiempo.

**Semántica.** La Semántica proviene de un vocablo griego que puede traducirse como “significativo”. Se trata de aquello perteneciente o relativo a la significación de las palabras

**Semiótica.** Se conoce como semiótica a la teoría que tiene como objeto de estudio los signos. Se encarga de analizar la presencia de éstos en la sociedad, al igual que la semiología.

**Sui géneris.** Locución adverbial procedente del latín que significa de su propio género o especie y que en castellano se usa para denotar que aquello a lo que se aplica es un género o especie muy singular y excepcional.

**Utilitarismo.** Tendencia a colocar la utilidad de algo por encima de cualquier otra consideración.

## 2.4 Interrogantes

**a) ¿Qué hacer, desde la comunicación, para promover el conocimiento de la cultura de la ciudad de Ibarra?**

Siendo la comunicación un eje transversal en toda actividad humana, los comunicadores sociales tienen la ineludible responsabilidad de investigar los hechos culturales que genera una sociedad y crear espacios en los medios donde las comunidades, los artistas, los artesanos y los colectivos culturales tengan la posibilidad de exponer sus actividades

**b) ¿Cómo valorar las diferentes expresiones culturales de la ciudad de Ibarra?**

“No se puede amar lo que no se conoce” sentencia esta máxima con certeza. Haciendo una aplicación al tema que tratamos, cómo podríamos valorar expresiones culturales como el Inti Raymi si desconocemos sus orígenes y la cosmovisión que esta fiesta encierra? Ahí está el papel de la educación para inculcar estos conocimientos y por supuesto el de la comunicación para difundirlos y para relacionarlos en un contexto más amplio. Mientras los hechos culturales sean mas y mejor difundidos las personas tendrán mejores argumentos para valorarlos con justeza.

**c) ¿Por qué es importante destacar las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra?**

Ibarra es considerada la capital turística del Ecuador. Pero, esta frase se ha convertido en letra muerta, porque no existe un sustento cultural. El principal problema es el desconocimiento que tienen los ibarreños de las expresiones culturales que existen en la ciudad. Si se quiere que el turismo realmente sea el motor económico de la ciudad, el trabajo de los medios de comunicación debe estar enfocado a ampliar y fortalecer la difusión de las manifestaciones culturales que se generan desde todos los

sectores ciudadanos. Paralelamente esto contribuirá a afianzar la identidad de los ibarreños e ibarreñas.

**d) ¿Cómo contribuir, desde la comunicación, a la construcción de la interculturalidad en la ciudad de Ibarra?**

En la ciudad de Ibarra conviven varias culturas: Indígena, mestiza, afro descendiente, con sus propias características, que se relacionan de manera permanente. Relación que no es entendida en su verdadera magnitud. El papel de los medios de comunicación debe estar enfocado a visibilizar esa convivencia, destacando las particularidades de cada cultura para apreciarlas en su contexto, que contribuirá a enriquecerlas mutuamente y a la cultura de la ciudad.

**2.5 Matriz Categorial**

| CONCEPTO  | CATEGORÍAS   | DIMENSIÓN                                    | INDICADOR  |
|---|--------------|--|--|
| Se refiere a la profundización del conocimiento de la cultura en la ciudad de Ibarra, de manera que sirva para incrementar los sentimientos y las prácticas de identidad en sus habitantes. | Comunicación | Funcionalista<br>Estructuralista<br>Marxista | El sistema de canales de televisión privados     |
|   | Cultura      | Las artes<br>Los modos de vida.              | La fiesta del Inti Raymi en la ciudad de Ibarra. |

|  |           |  |  |
|--|-----------|--|--|
|  |           | Los derechos fundamentales<br>Los sistemas de valores, las creencias.                                      | La obediencia a la autoridad de los padres<br>La convivencia entre varias nacionalidades |
|  | Identidad | Los símbolos.<br>La Historia<br>Las costumbres<br>El patrimonio material e inmaterial<br>La tradición oral | La batalla de Ibarra<br>Los monumentos históricos<br>Los mitos y las leyendas            |
|  | Educación | El humanismo<br>Los ideales de vida<br>Los valores humanos<br>Modelos pedagógicos                          | La extensión universitaria de la UTN en las comunidades rurales                          |
|  | Sociedad  | La libertad<br>La participación<br>La colectividad<br>La solidaridad                                       | La conformación de las juntas parroquiales   |
|  | Ideología | Creencias<br>Política  | Los movimientos sociales y los partidos políticos.                                       |

## **CAPÍTULO III**

### **3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

El diseño empleado en esta investigación fue no experimental porque no manejó hipótesis ni observó correlación de variables.

El proceso investigativo empezó con un pre diagnóstico, que se estableció por medio de la formulación de preguntas sobre la situación de la cultura en la ciudad de Ibarra y la importancia de su difusión en el desarrollo de la población. Los resultados nos permitieron identificar el problema de la falta de programas culturales en la televisión local (TVN Canal y UTV Televisión Universitaria) y plantearlo.

Para afianzar el análisis se entrevistó a varios actores culturales que permitió identificar de manera práctica los problemas que encuentran para la difusión de sus propuestas dentro de la ciudad de Ibarra.

Esta investigación se orientó a incentivar y mejorar la difusión de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, a través de productos comunicacionales en la televisión local.

#### **3.2 Métodos**

La metodología que se empleó en esta investigación fue la deducción. Estuvo determinada por la descripción general del ámbito cultural en la ciudad de Ibarra y el papel que desempeñan los trabajadores culturales.

### 3.3 Técnicas

La técnica que se utilizó para el efecto fue la encuesta. Se aplicó a 30 personas involucradas en las actividades culturales. Se enfocó a conocer el nivel de difusión en los medios de difusión de las expresiones culturales más destacadas de la ciudad de Ibarra. Los resultados fueron tabulados y sometidos al análisis respectivo.

Además, se entrevistó a trabajadores destacados de la cultura quienes desde su visión particular han aportado al debate acerca de la escasa difusión de las expresiones culturales en la ciudad de Ibarra.

### 3.4 Población

La presente investigación se aplicó a un grupo de 30 personas dedicadas a alguna actividad cultural en la ciudad de Ibarra.

### 3.5 Muestra

La muestra se realizó con el cálculo propuesto por la fórmula de Jiménez C. et al (1999: p119)

N.P.Q

$$n = \frac{(N-1) E^2 + P.Q}{K^2}$$

n: muestra

N: población

Q: probabilidad de fracaso

E: error Standard

K: corrección de error

Para esta investigación no se calculó la muestra ya que se trabajó con toda la población porque el número no es muy elevado pero si representativo.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se realizó una encuesta para recopilar información sobre la difusión de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, en los medios de comunicación.

Se la realizó a actores culturales y representantes de organizaciones culturales reconocidos en la ciudad de Ibarra.

|              |           |
|--------------|-----------|
| Encuestados  | 30        |
| <b>TOTAL</b> | <b>30</b> |

Luego de aplicada la encuesta, los resultados son los siguientes:

## 4.1 ANALISIS DE RESULTADOS

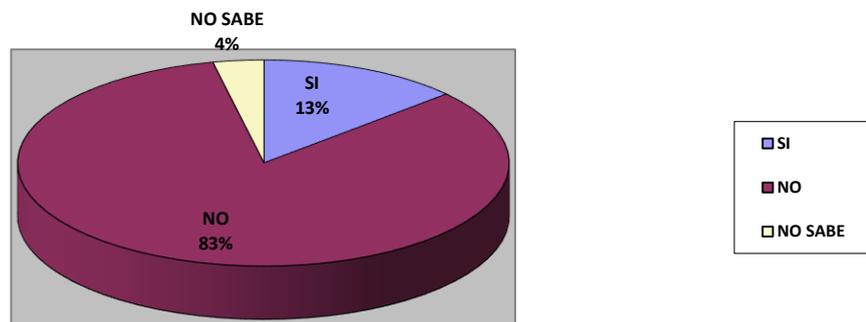
### PREGUNTAS

| 1.- ¿Cree Ud. que las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra son conocidas por la mayoría de la población ibarreña? | Respuesta | %           |
|--|-----------|-------------|
| SI   | 4         | 13,33%      |
| NO   | 25        | 83,33%      |
| NO SABE  | 1         | 3,34%       |
| <b>TOTAL</b>   | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRAFICO NRO.1



#### Análisis:

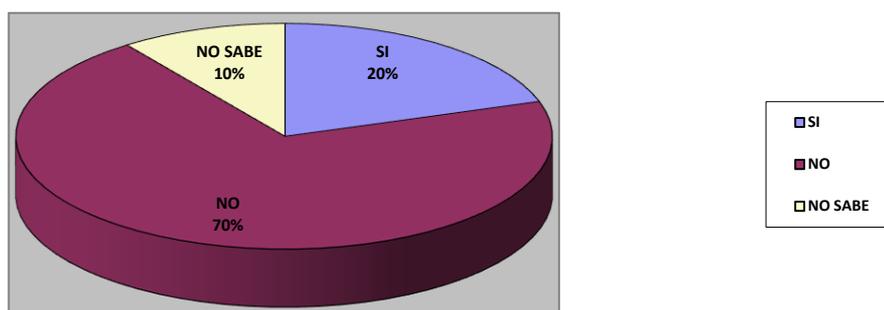
En la pregunta 1, la mayoría de los encuestados cree que las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, no son conocidas por la población. Un pequeño porcentaje desconoce el tema.

| 2.- ¿Considera Ud. que las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra se difunden adecuadamente en los medios de comunicación? | Respuesta | %           |
|---|-----------|-------------|
| SI  | 6         | 20%         |
| NO  | 21        | 70%         |
| NO SABE   | 3         | 10%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRÁFICO NRO. 2



### **Análisis.**

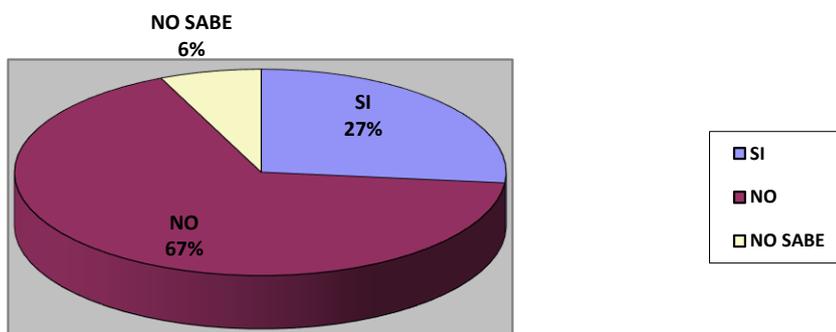
En la pregunta 2, la mayoría de los encuestados considera que las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, no se difunden adecuadamente. Más de la cuarta parte tiene un criterio diferente.

| 3.- ¿Cree Ud. que los medios de comunicación de la ciudad de Ibarra son abiertos a la difusión de las expresiones culturales de la ciudad? | Respuesta | %           |
|--|-----------|-------------|
| SI   | 8         | 27,67%      |
| NO   | 20        | 66,66%      |
| NO SABE  | 2         | 6,67%       |
| <b>TOTAL</b>   | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRÁFICO NRO. 3



### Análisis.

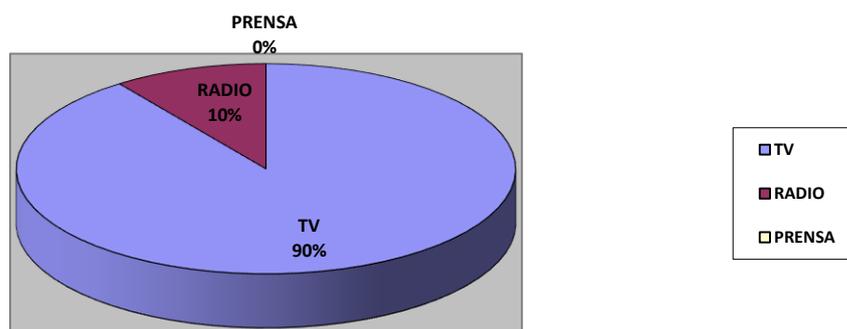
En la pregunta 3, la mayoría de los encuestados considera que los medios de comunicación no son abiertos a la difusión de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra.

| 4.- ¿En qué medio de comunicación cree Ud. que se puede llegar más fácilmente a la comunidad para mostrar las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra? | Respuesta | %           |
|--|-----------|-------------|
| TV   | 27        | 90%         |
| PRENSA   | 3         | 10%         |
| RADIO  | 0         | 0%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRÁFICO NRO. 4



### Análisis.

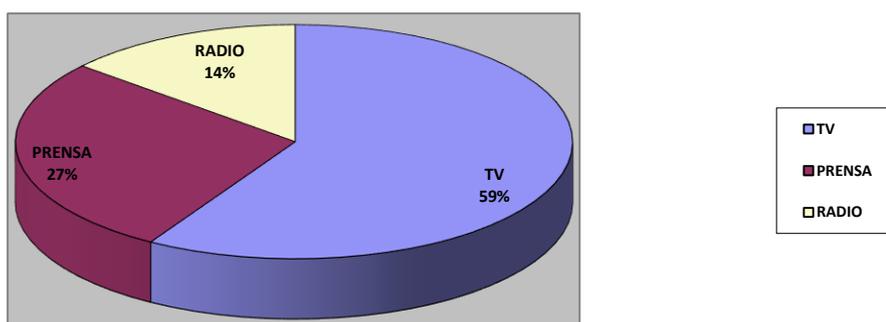
En la pregunta 4, la gran mayoría de los encuestados sostienen que la manera más fácil de llegar a la comunidad para mostrar las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, es la televisión. Ninguno de los encuestados cree que la radio puede ser el medio más adecuado para difundir su trabajo.

| 5.- ¿Qué medio de comunicación le ha dado más apertura para difundir su trabajo, en la ciudad de Ibarra? | Respuesta | %           |
|--|-----------|-------------|
| TV   | 17        | 58,22%      |
| PRENSA   | 8         | 27,58%      |
| RADIO  | 4         | 13,80%      |
| <b>TOTAL</b>   | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRÁFICO NRO. 5



### Análisis.

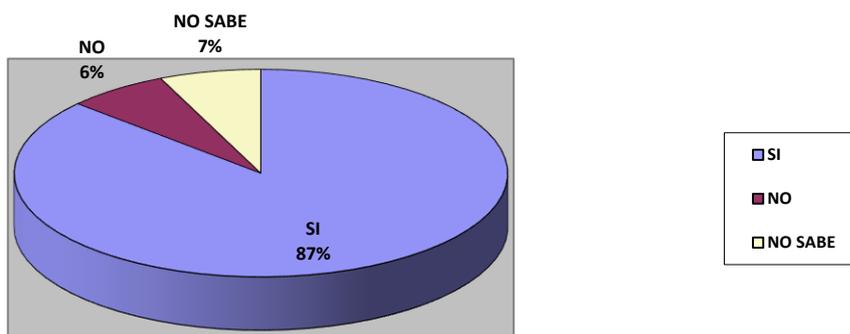
En la pregunta 5; un poco más de la mitad de los encuestados refiere que la televisión ha sido el medio de comunicación que mayor apertura les ha dado para difundir sus trabajos.

| 6.- ¿Considera Ud. que la televisión puede ser la mejor alternativa para difundir las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra? | Respuesta | %           |
|---|-----------|-------------|
| SI  | 26        | 86,66%      |
| NO  | 2         | 6,67%       |
| NO SABE   | 2         | 6,67%       |
| <b>TOTAL</b>  | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRÁFICO NRO. 6



### Análisis.

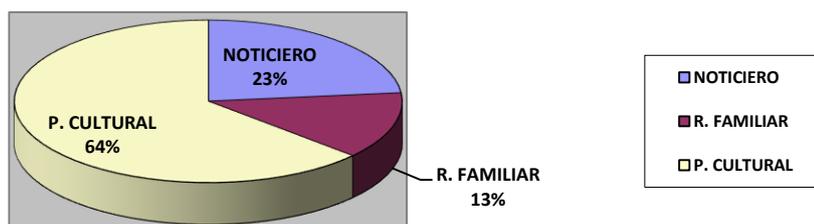
En la pregunta 6, una buena parte de los encuestados considera que la televisión es la mejor alternativa para difundir las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra.

| 7.- ¿En qué tipo de programa de televisión piensa Ud. que se difundirían mejor las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra? | Respuesta | %           |
|--|-----------|-------------|
| NOTICIERO  | 7         | 23,33%      |
| REVISTA DE VARIEDADES  | 4         | 13,34%      |
| PROGRAMA CULTURAL  | 19        | 63,33%      |
| <b>TOTAL</b>   | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRÁFICO NRO.7



### Análisis.

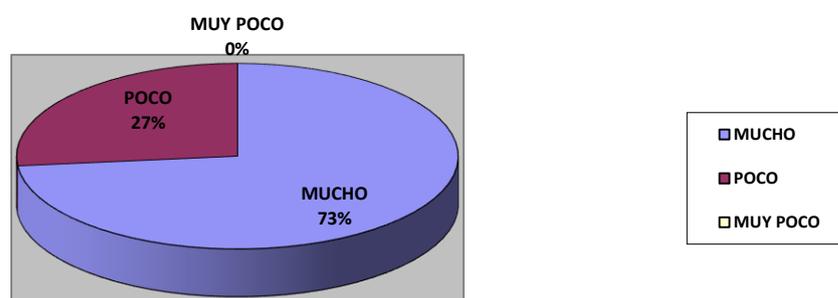
En la pregunta 7; la mayoría de los encuestados, piensa que un programa cultural en la televisión difundiría mejor las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra.

| 8.- ¿En qué medida considera Ud. que la difusión de las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra, en un programa cultural de televisión, contribuiría a reforzar la identidad de los ibarreños? | Respuesta | %           |
|---|-----------|-------------|
| MUCHO   | 22        | 73,33%      |
| POCO  | 8         | 26,67%      |
| MUY POCO  | 0         | 0%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

**GRÁFICO NRO. 8**



### **Análisis.**

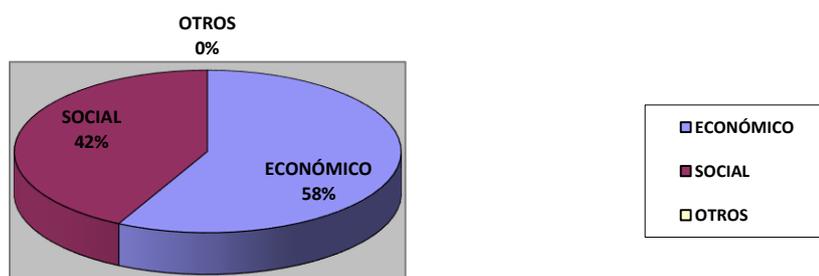
En la pregunta 8, cerca de las tres cuartas partes de los encuestados considera que la difusión de las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra, en un programa cultural de televisión contribuiría mucho a reforzar la identidad de los ibarreños.

| 9.- ¿Qué otro beneficio tendrían los trabajadores de la cultura, de la ciudad de Ibarra, con la difusión de su labor y productos en un programa cultural de televisión? | Respuesta | %           |
|---|-----------|-------------|
| ECONÓMICO   | 19        | 57,57%      |
| SOCIAL  | 14        | 42,43%      |
| OTROS   | 0         | 0%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>33</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

**GRÁFICO NRO. 9**



### **Análisis.**

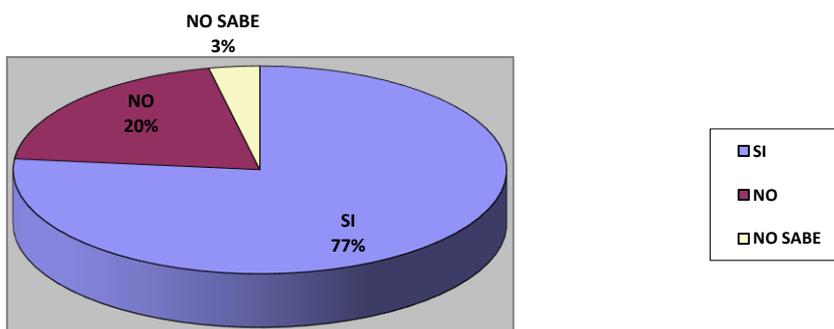
En la pregunta 9, un poco más de la mitad de los actores culturales responden que un programa cultural sobre las expresiones culturales de Ibarra mejorará el aspecto económico de sus actores.

| 10.- ¿Conociendo la importancia de la difusión, de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, estaría Ud. dispuesto a convertirse a su vez en un difusor del programa? | Respuesta | %           |
|--|-----------|-------------|
| SI   | 23        | 76,66%      |
| NO   | 6         | 20%         |
| NO SABE  | 1         | 3,34%       |
| <b>TOTAL</b>   | <b>30</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Encuesta a gestores culturales de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** Pablo Muñoz Cárdenas y Nancy Valdivieso Meneses

GRÁFICO NRO. 10



### Análisis.

En la pregunta 10, más de las tres cuartas partes de los encuestados están dispuestos a comprometerse y convertirse en difusores del programa cultural.

## 4.2 Interpretación de los resultados

Los resultados de la encuesta aplicada a 30 gestores culturales de la ciudad de Ibarra, revela que ellos consideran que la mayoría de la ciudadanía ibarreña no conoce las expresiones culturales de la ciudad.

Igualmente más del 65% de los encuestados sostienen que los medios de comunicación le dan poca importancia a la difusión de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra.

Se puede deducir además que la televisión ha sido el medio que mayor apertura ha dado a los gestores culturales, para que difundan sus obras.

Con los antecedentes anteriores, más del 60% de los gestores culturales creen que un programa de televisión cultural sería la mejor alternativa para difundir su trabajo y conseguir que la ciudadanía lo conozca.

Por otro lado, las cifras de la encuesta indican que la difusión de las expresiones culturales en un programa cultural, a través de la televisión, beneficiarían social y económicamente a los gestores culturales.

## **CAPÍTULO V**

### **5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 Conclusiones**

En una sociedad caracterizada por las desigualdades económicas y sociales, la cultura es un reflejo de esa condición. La cultura dominante desdeña a la de las masas desposeídas y en muchos aspectos la condena a su desaparición. En esta línea de acción también se encuentran los medios de comunicación privados, defensores del estatus quo vigente.

En las entrevistas y encuestas realizadas a los diferentes actores culturales de la ciudad de Ibarra, se evidenció que su trabajo, es decir, sus obras: pintura, escultura, música, danza, artesanías, tienen muy poca difusión a través de los medios de comunicación privados, porque seguramente no les rinde los frutos económicos deseados o porque en su afán por silenciar a los sectores populares, también hacen invisible sus manifestaciones culturales. Actitud de menosprecio que obedece a una consigna venida de la colonia: “todo lo que se produce en América es de mala calidad”. Esta negación de lo autóctono, sin duda es parte de una política de negación de la identidad nacional.

Sin embargo, también se demostró la asombrosa riqueza humana que existe en Ibarra. Empezando por la variedad étnica que cobija, bajo un mismo cielo, a afrodescendientes, indígenas y mestizos. Cada uno con visiones y expresiones importantes respecto a la vida y al mundo. Estos sectores esperan que los medios públicos cumplan un papel preponderante en el conocimiento de sus realidades, no solo como parte del en-

torno y del folklore, sino de manera integral, con todos los elementos que integran sus culturas.

## **5.2 Recomendaciones**

Poner en el tapete de la discusión el tema de la cultura es un ejercicio que debería practicarse de manera permanente en todas las instituciones que rigen la vida en sociedad, fundamentalmente en las instituciones de educación superior. Sería una costumbre sana contra el olvido de nuestras raíces, contra el menos precio hacia las manifestaciones identitarias y las imposiciones del mercado.

Bajo estos aspectos y sobre la base de los resultados obtenidos en la encuesta consideramos importante la producción de más programas, de televisión, que aborden la temática en cuestión, desde el punto de vista de los niños, de los jóvenes y de los adultos mayores. Son esfuerzos que la comunidad demanda de los medios que se presentan como una alternativa democrática, cuyo compromiso debe ser el de empeñarse en la impostergable tarea de contribuir al descubrimiento, entendimiento y difusión de nuestras raíces culturales, donde los verdaderos protagonistas y beneficiarios sean las comunidades, frente a la visión folklórica y de usufructo de los medios privados.

Recomendamos que los medios públicos (radio y televisión) de la Universidad Técnica del Norte brinden el apoyo necesario para la producción y difusión de otras iniciativas que tengan contenidos similares.

Así también consideramos de suma trascendencia que la Universidad Técnica del Norte cree una cátedra que aborde el tema de la cultura desde sus diferentes aspectos que permita a las y los jóvenes estudiantes adentrarse en el estudio de la problemática con bases académicas y científicas sólidas.

## **CAPÍTULO VI**

### **6.- PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1 Título de la Propuesta**

**PROGRAMA TELEVISIVO EN EL QUE SE DIFUNDAN LAS EXPRESIONES CULTURALES, DE LA CIUDAD DE IBARRA.**

#### **6.2 Justificación e importancia**

Sin duda, el ámbito de la cultura atraviesa todas las formas de expresión de la vida humana. Por eso existen tantas definiciones. Aventurándonos a hacer un resumen de una parte de ellas podríamos considerarla como el conjunto de conocimientos, capacidades, hábitos y técnicas adquiridos o heredados en la sociedad. Descrita de esta forma es innegable que su presencia obedece a un proceso de construcción permanente de la humanidad y por ello debería ser considerada como un eje transversal de trascendencia en toda actividad humana, o por lo menos en las más importantes.

Desafortunadamente esto no es así. En el Ecuador, se ha hecho de la cultura un bien utilitario, manejado por las élites económicas, desde la plataforma política-partidista, restándole los espacios que por su naturaleza le son inherentes a toda la sociedad.

Aunque en el período presidencial de Rafael Correa han existido avances importantes respecto a la creación de una política pública cultural, y la Asamblea Nacional está por aprobar una Ley de Cultura, es desalentador

comprobar que en muchas instituciones de Ibarra continua siendo un tema, utilizado como relleno en los programas de los gobiernos locales, en la mayoría de los casos, reservado para cumplir compromisos políticos.

Los departamentos de cultura de los Gobiernos Autónomos Descentralizados carecen de políticas culturales serias que valoren el extenso memorial de nuestros pueblos y nutran con visiones nuevas la identidad de los ciudadanos y ciudadanas. Frente a esta realidad, una propuesta televisiva se constituye en una alternativa que aportará con un enfoque diferente respecto al quehacer cultural de la ciudad.

Con los nuevos adelantos tecnológicos, (televisión digital) en pocos años, la incidencia de la televisión cobrará mayor importancia en la sociedad porque se podrá establecer una comunicación mucho más proactiva, que permita a los ciudadanos y ciudadanas televidentes participar y actuar de manera casi instantánea, desde el lugar en que se encuentren, con los programas en vivo que emitan las televisoras. Si consideramos que todo el mecanismo de la televisión nacional va a ingresar, más temprano que tarde, en esta tendencia tecnológica, debemos pensar que los programas culturales no pueden apartarse de estos adelantos.

La creación de un programa de televisión que difunda las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, permitirá primero: conquistar un espacio de identidad para las ciudadanas y ciudadanos que en muy pocas ocasiones se han visto retratados en la pantalla, ya no como objetos de la información sino como sujetos protagonistas de sus propias vivencias. Segundo: los televidentes, de una u otra forma, podrán reconocerse en las semblanzas de los personajes que sean motivo de los reportajes. Tercero: tendrán la posibilidad de valorar sus costumbres y fortalecer su identidad.

### 6.3 Fundamentación de la propuesta

La creación de la presente propuesta se fundamenta en la realización de varias investigaciones que determinaron la escasa difusión existente en los medios de comunicación audiovisuales locales, respecto a las expresiones culturales relevantes de la ciudad de Ibarra.

Para nutrir este plan y darle un sustento más vivencial se decidió tomar en cuenta a treinta actores culturales que realizan sus actividades en Ibarra.

Los resultados de esta encuesta demostraron que los actores culturales se sienten relegados de los medios de comunicación, que muy poco se interesan por dar a conocer la gama de expresiones culturales que tiene la ciudad de Ibarra.

Además se realizaron entrevistas a tres personajes de destacada trayectoria en el área: al señor Rodrigo Colorado, artista plástico y promotor cultural de la provincia de Imbabura; a la señora Consuelo Terán, docente y directora del conjunto de danzas folklóricas Ñucanchi Llacta y; al señor Émerson Obando, guía y promotor turístico, propietario de la hostería Tierra Esperanza y artesano talabartero de la parroquia La Esperanza.

De lo expuesto por los entrevistados pudimos concluir que la ciudad de Ibarra sufre una ausencia notoria de propuestas comunicacionales que aborden, desde los medios, el problema de la difusión cultural. Por otra parte probamos la enorme riqueza cultural que existe en la ciudad. Y por último la imperiosa necesidad que tienen los diferentes sectores para dar a conocer sus actividades a través de los medios.

Con el material obtenido se pudo lograr una idea más cercana a la realidad en la que se desempeñan los distintos sectores de la cultura en

la ciudad, cuáles son sus intereses y que perspectivas de desarrollo ven hacia el futuro. Pero sobre todo, se pudo evidenciar el rol limitado que los medios de comunicación, en este caso la televisión, han cumplido en la difusión de las propuestas culturales.

Otro aporte valioso para el planteamiento de la propuesta fue conocer la programación de las dos televisoras locales: T.V.N. canal 9 y U.T.V. canal 24UHF. Pudiéndose observar una ausencia absoluta de programas que aborden temas de trascendencia respecto a la ciudad y a sus habitantes.

Sobre la base de estos resultados se vio la necesidad de crear un espacio televisivo que supla las carencias expuestas. Se producirán reportajes donde la cultura hable a través de los personajes, quienes contarán su vida y sus quehaceres.

A esto se suman las nuevas posibilidades que el Estado brinda a las productoras y productores de televisión. En el Art. 97 de La Ley de Comunicación, aprobada en Junio del 2013, se dispone a los medios de comunicación audiovisuales, destinar de manera progresiva el 60% de su programación a la producción nacional, con lo cual se crean oportunidades para que las expresiones culturales en su conjunto puedan ser visibilizadas en estos espacios.

## **6.4 Objetivos**

### **6.4.1 Objetivo General**

Mejorar el nivel de difusión de las manifestaciones culturales de la ciudad de Ibarra a través de los medios de comunicación locales.

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

1. Presentar un programa de televisión que muestre las manifestaciones culturales más sobresalientes de la ciudad de Ibarra.
4. Difundir el programa.

### **6.5 Ubicación sectorial y física**

Esta investigación se ubica en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **6.6 Desarrollo de la propuesta**

Durante el proceso de afianzamiento de la comunicación, los grandes medios acuñaron una máxima con la que hicieron prevalecer, la necesidad de su existencia y accionar: Toda actividad, hecho o acontecimiento que no se haga visible a través de un medio de comunicación, sencillamente, no existe o pasa desapercibido. Sobre esta verdad, sin duda, parcializada, es necesario hacer esfuerzos y asumir el reto de producir un programa de televisión que tenga por encargo difundir las expresiones culturales más destacadas de la ciudad de Ibarra.

Concebimos un programa en el que tendrán voz los artesanos y los artistas populares de las diferentes áreas, las cuenteras y cuenteros, todos quienes posean una propuesta cultural que hable acerca de la vida de sus colectividades.

Por el costo elevado que implica la producción en televisión, la propuesta del programa tendrá un formato sencillo, que constará de:

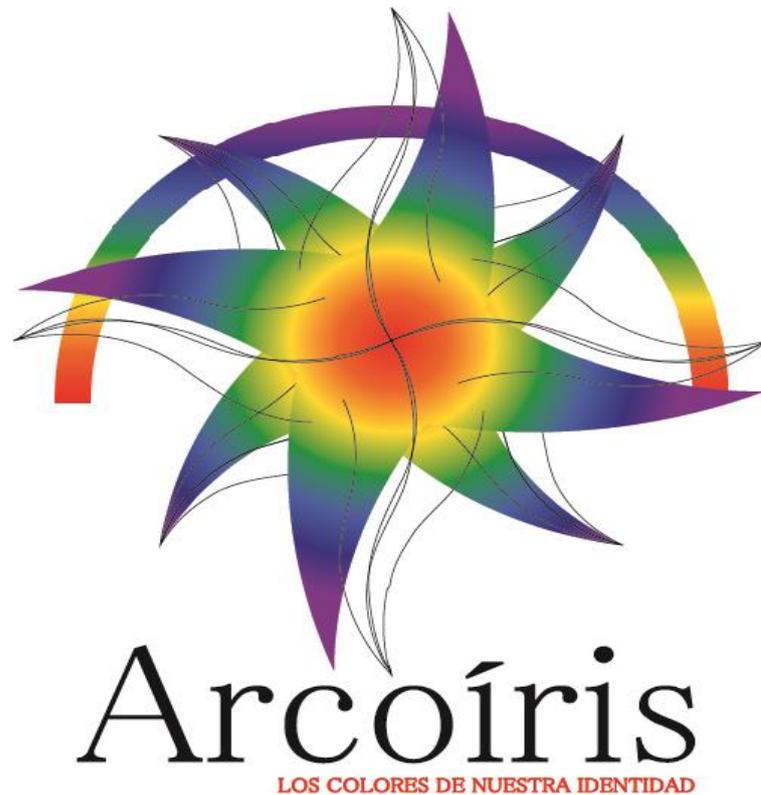
- a) Presentación del Programa
- b) Cuatro Reportajes con sus respectivas presentaciones

### c) Despedida del Programa

#### 6.6.1 Nombre del programa

Para ponerle el nombre a un programa de las características planteadas, pensamos que debía expresar de manera simbólica la pluriculturalidad que existe en la ciudad de Ibarra. Por eso escogimos el arcoíris y le añadimos una frase que refuerza la idea central: **“Arcoíris, los colores de nuestra identidad”**. Una propuesta televisiva acerca de las expresiones culturales de Ibarra.

#### 6.6.2. Logotipo



El logotipo del programa consta de dos símbolos: el arcoíris y la rosa de los vientos. El arcoíris que sintetiza la riqueza cultural de la ciudad de Ibarra y la rosa de los vientos que simboliza la expansión de las expresiones culturales a todos los puntos cardinales.

### 6.6.3 Estructura del programa

El programa tendrá una duración de 33 minutos 20 segundos y estará estructurado de la siguiente manera:

| <b>Segmentos</b>  | <b>Duración</b> | <b>Responsables</b>        | <b>Observaciones</b> |
|---|-----------------|----------------------------|----------------------|
| Intro del Programa  | 00:00:45        | Productor                  |                      |
| Presentación del programa                                       | 00:00:31        | Presentador y presentadora |                      |
| Introducción y presentación del primer reportaje                | 00:00:25        | Presentadora               |                      |
| Reportaje: Carlos Salazar Artista Plástico                      | 00:07:29        | Periodista                 |                      |
| Introducción y presentación del segundo reportaje               | 00:00:25        | Presentador                |                      |
| Reportaje: La Esperanza – Inti Raymi en Chirihuasi              | 00:06:41        | Periodista                 |                      |
| Introducción y presentación del tercer Reportaje                | 00:00:29        | Presentadora               |                      |
| Reportaje: Mariuxi Navarrete y la Orquesta infantil “Atahualpa” | 00:08:29        | Periodista                 |                      |
| Introducción y presentación del cuarto reportaje                | 00:00:29        | Presentador                |                      |
| Reportaje: El Tejar – Elaboración de ladrillos                  | 00:06:33        | Periodista                 |                      |
| Despedida del programa  | 00:00:23        | Presentador y presentadora |                      |

|                 |          |           |  |
|-----------------|----------|-----------|--|
| Outro reportaje | 00:00:41 | Productor |  |
|-----------------|----------|-----------|--|

### 6.6.4 Plan de Rodaje

| PLAN DE RODAJE                      |      |     |       |  |                                  |   |                               |                           |
|-------------------------------------|------|-----|-------|--|----------------------------------|---|-------------------------------|---------------------------|
| <b>Título :</b><br>Arco Iris        |      |     |       |  |                                  | <b>Director:</b><br>Nancy Valdivieso M. |                               |                           |
| <b>Producido por:</b><br>Grupo NAPA |      |     |       |  |                                  | <b>Productor:</b><br>Pablo Muñoz C.     |                               |                           |
| Int.                                | Ext. | Día | Noche | Escenas  | Locación                         | Día                                     | Hora                          | E. Técnico                |
|                                     | X    | X   |       | Entrevista Carlos Salazar Moncada y tomas de las obras del artista                                     | Taller del entrevistado          | 1                                       | 08:30 - 11:00                 | Periodista<br>Camarógrafo |
|                                     | X    | X   |       | Grabación de elaboración de ladrillos. Entrevista a trabajadores y tomas de la fábrica y trabajadores. | Barrio Santa Lucía del Retorno   | 2                                       | 8:30 - 11:00<br>14:00 - 17:00 | Periodista<br>Camarógrafo |
|                                     | X    | X   |       | Grabación de Orquesta Infante Juvenil "Atahualpa". Entrevista a Directora y tomas ensayo               | Lugar de ensayos de la orquesta  | 3                                       | 14:00 - 17:00                 | Periodista<br>Camarógrafo |
|                                     | X    |     | X     | Grabación de Orquesta Infante Juvenil "Atahualpa". Grabación de presentación                           | Auditorio "Mons. Leonidas Proaño | 4                                       | 19:00 - 20:00                 | Camarógrafo               |
|                                     | X    | X   |       | Grabación previos de la celebración del Inti Raimy   | Comunidad Chirihuasi             | 5                                       | 10:00 - 13:00                 | Periodista<br>Camarógrafo |
|                                     | X    | X   |       | Grabación previos de la celebración del Inti Raymi   | Comunidad Chirihuasi             | 6                                       | 10:00 - 13:00                 | Periodista<br>Camarógrafo |
|                                     | X    |     | X     | Grabación rito de purificación y danza del Inti Raymi  | Comunidad Chirihuasi             | 7                                       | 19:00 - 12:00                 | Periodista<br>Camarógrafo |

### 6.6.5 Recursos humanos y materiales

La realización de un programa de estas características requiere:

| RECURSOS HUMANOS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE PROGRAMA DE TELEVISIÓN |  |
|---|--|
| <b>DIRECTOR</b>   | El director de televisión es la persona encargada de dirigir las actividades que involucran grabar o filmar una producción de televisión. Las obligaciones del director de televisión varían conforme se trate de una producción en vivo – como la transmisión del noticiero o de un evento deportivo- |

|                  |  |
|------------------|--|
|                  | <p>o de una filmada o grabada. En los dos casos es responsable de supervisar la colocación de las cámaras, de los elementos de iluminación, micrófonos y elementos de apoyo. En las producciones en vivo, el director además de dar con prontitud las órdenes del momento, debe conservar la calma y mantener el orden en la sala de control, en el piso de filmación y en todos los lugares bajo su supervisión.</p>  |
| <b>PRODUCTOR</b> | <p>El productor de televisión es responsable de organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para elaborar diferentes productos audiovisuales. En gran medida es responsable del resultado artístico y técnico que dichos productos tienen, por ello debe poseer una serie de conocimientos que permitan conseguir los objetivos marcados. Su trabajo consiste básicamente en la realización de tareas de coordinación y planificación, presupuestación, grabación y postproducción, para la elaboración de un programa o serie, gestiona y facilita los recursos humanos y técnicos necesarios para la consecución de los objetivos marcados.</p> |
| <b>REPORTERO</b> | <p>Un reportero es un periodista cuya principal actividad consiste en coleccionar y presentar informaciones sobre un determinado evento o acontecimiento de cierta actualidad, lo que frecuentemente debe hacer desde el lugar mismo donde se producen o se produjeron los hechos significantes. El reportero es un periodista de campo, que recoge y verifica informaciones sobre el terreno mismo de los acontecimientos, y según los casos, o bien él mismo trabaja el material obtenido para darle formato de difusión, o bien transmite ese material a sus colegas, a veces llamados « periodistas</p>  |

|                    |  |
|--------------------|--|
|                    | tas de escritorio », que serán quienes se encarguen de los detalles finales, generando reportaje cinematográfico, y/o vídeo, y/o artículo escrito, y/o registro de audio.  |
| <b>GUIONISTA</b>   | El guionista es la persona encargada de confeccionar un guion en una producción cinematográfica, historietística, televisiva o radiofónica, sea una historia original o bien una adaptación de un guion precedente o de otra obra literaria.   |
| <b>CAMARÓGRAFO</b> | El camarógrafo, es el encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje. Debe llevar a imágenes el guion técnico, en el que se especifican los planos y la duración de los mismos dentro de una determinada escena. Se trata del operador principal de cámara. De él dependen funciones como el emplazamiento de la cámara, los movimientos con o sin desplazamiento, y la correcta utilización de la imagen a través de los distintos tipos de óptica y sistemas de captura. Además, desde la cámara (o la imagen de ésta), el director se entera, con la información del camarógrafo, de cualquier anomalía en la imagen, ya sea un farol que se ve en cuadro, un cable o un brillo indeseado en el lente, etc. Los movimientos de cámara tienen que ser fluidos y más bien lentos, para no crear molestia en el espectador, y generalmente se trata de que haya una armonía general en el trabajo del camarógrafo respecto de las tareas del resto de los involucrados. |
| <b>EDITOR</b>      | Es el responsable del montaje del material grabado para obtener la versión completa y definitiva del pro-  |

|                    |   |
|--------------------|---|
|                    | <p>grama. El editor debe tener en cuenta una serie de características para dotar de armonía al conjunto y transformarlo en un producto de consumo para el espectador. Debe ser muy cuidadoso en tres aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>El orden</b> de las tomas, para mantener la relación de continuidad que establecen entre sí dos o más planos.</li> <li>2. <b>Su duración temporal</b>, teniendo en cuenta que tomas muy largas se corre el riesgo de que el espectador desconecte y cambie de canal.</li> <li>3. <b>El Ritmo</b>, cada programa ha de tener su propio ritmo, un aspecto tan subjetivo que depende del instinto y la sensibilidad del realizador y el editor.</li> </ol> |
| <b>PRESENTADOR</b> | Conduce el programa desde el estudio o en exteriores dependiendo del formato escogido para el programa.   |

| <b>RECURSOS MATERIALES PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN</b> |
|---|
| Transporte  |
| Cámara profesional de Video   |
| Cassettes   |
| Micrófonos  |
| Editora   |
| Computadora Pentium 4   |

## 6.6.6 Costos y financiamiento

### 6.6.6.1 Costos

| COSTO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN<br>“ARCOIRIS, LOS COLORES DE NUESTRA IDENTIDAD” |              |            |
|--|--------------|------------|
| DESCRIPCIÓN  | VALOR        |            |
| Cámara Sony HDV Z7E  | 5 000        | USD        |
| Micrófonos Shure SM58 (2)  | 180          | USD        |
| Cassettes Sony ( Caja )  | 11           | USD        |
| Transporte   | 100          | USD        |
| DVCAM Sony   | 127          | USD        |
| Computadora Pentium 4  | 1 000        | USD        |
| Remuneraciones equipo humano   | 2 000        | USD        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>8 418</b> | <b>USD</b> |

### 6.6.6.2 Financiamiento

El equipo de producción no está en condiciones de asumir estos costos, ante lo cual se firmará un convenio con UTV Canal Universitario, para la producción y difusión del programa.

## 6.7 Impactos

### 6.7.1. Impacto social

El conocimiento de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra permitirá a sus habitantes cimentar de manera consecuente sus valores identitarios y que les permita reconocerse a sí mismos.

### **6.7.2. Impacto Educativo**

Nuestra propuesta comunicacional también contribuirá a incentivar los aprendizajes de historia, arte, geografía, sociología y valores humanos, de las y los ibarreños.

### **6.7.3 Impacto Económico**

Ibarra es considerada la capital turística del Ecuador. La difusión de las costumbres, el paisaje, los saberes, y las artes, a través del programa pueden significar un valioso aporte al fomento de esta actividad, contribuyendo al incremento de visitantes nacionales y de otras latitudes.

### **6.8 Difusión**

Producir un programa de televisión que difunda las manifestaciones culturales más sobresalientes del cantón Ibarra.

Establecer alianzas estratégicas con UTV Televisión Universitaria.

### **6.9 Bibliografía**

- ABREGO. (2000).
- AUMONT, J. (1992).
- BARBERO, J. M. (1987). Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica. Bogotá.
- BARBERO, J. M., & LÓPEZ, F. (1998). Medios Cultura y Sociedad. Bogotá.
- BARBERO, J. M., REY, G., & RINCON, O. (2000). Televisión Pública Cultural de Calidad. Bogotá.
- BENÍTEZ, L., & GARCÉS, A. (1992). Culturas Ecuatorianas Ayer y Hoy. Cayambe- Ecuador: ABYA-YALA.
- BROWN, R. (1975). Estructura y Función de la Sociedad Primitiva.
- CUEVA, A. (2014). El Cambio de la Matriz Cultural -Rebelión.
- DURKHEIM, E. (1895). Las Reglas del Método Sociológico.
- FERRÉS. (1994).

- FORERO Lòpez, L. (1996). Introduccìon a los Medios de Comunicaciòn.
- FOUCAULT, M. (1971). Debate en Holanda con Noam Chomsky.
- HERNÀNDEZ Chiliberti, M. (2008). Proceso de Comunicaciòn y sus Elementos.
- JIMÈNEZ, C. (1999). Mòdulo I Programa de Capacitaciòn en Liderazgo Educativo. Quito-Ecuador: Universidad Salesiana.
- JIMÈNEZ, J. (2001).
- LÒPEZ, F. L. (1996). Introduccìon a los Medios de Comunicaciòn. Bogotà: UTSA.
- MALINOVSKI, B. (1970). Una Teoria Científica de la Cultura. SARPE.
- MATTELART, A. (1997). Historia de las Teorias de la Comunicaciòn.
- MUÑOZ, B. (1989). Cultura y Comunicaciòn: Introduccìon a las Teorias Contemporanea. Fundamentos.
- RINCÒN, O., & Mauricio, E. (2001). Televisiòn: pantalla e Identidad. Quito-Ecuador: El Conejo.
- SÀNCHEZ. (1995).
- SARTORI. (1998).
- STRAUSS, L. (1958). Antropologia Estructural.
- TAYLOR, E. (1871). Cultura Primitiva.
- TORRES. (1999).
- VILLAMARÌN C., J. (1997). SÌntesis de la Historia Universal de la Comunicaciòn Social y el Periodismo. Quito - Ecuador: RADMANDÌ.

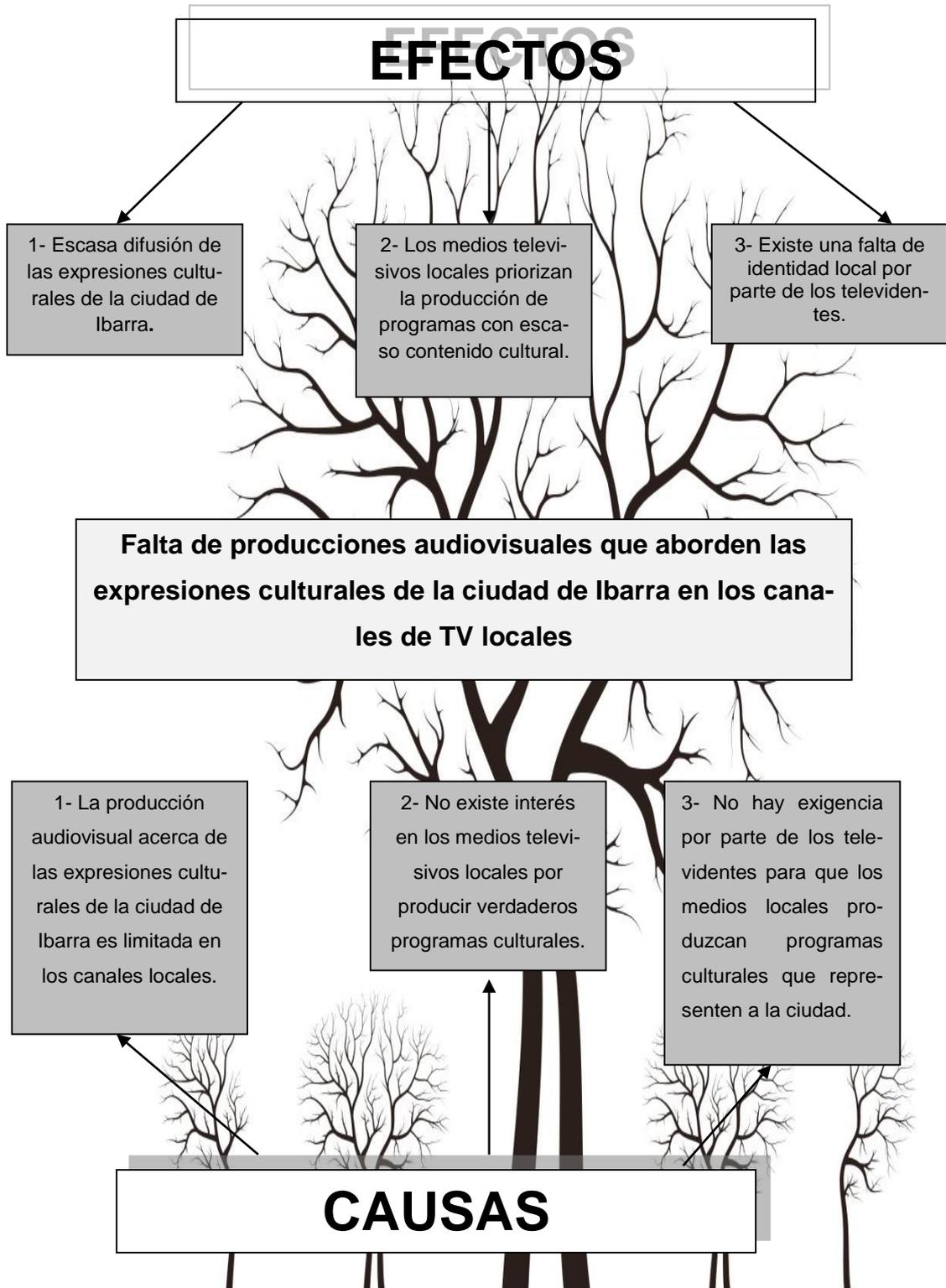
### Linkografía

- Patrimonio, M. d. (s.f.). [www.culturaypatrimonio.gob.ec](http://www.culturaypatrimonio.gob.ec). Obtenido de [www.culturaypatrimonio.gob.ec](http://www.culturaypatrimonio.gob.ec): [www.culturaypatrimonio.gob.ec](http://www.culturaypatrimonio.gob.ec)
- UNESCO. (1990). <http://www.unesco.org/new/es>. Recuperado el 2014, de <http://www.unesco.org/new/es>
- <http://www.argenpress.info>. (2013).

# **ANEXOS**

## ANEXO Nº 1

### ÁRBOL DE PROBLEMAS



## ANEXO Nº 2:

### Matriz de Coherencia

| <b>Formulación del Problema</b>   | <b>Objetivo General</b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Poca visibilización de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Diagnosticar si las manifestaciones culturales de la ciudad de Ibarra, son visibilizadas en los medios de comunicación de la ciudad.</li></ul>   |
| <b>Sub problemas/ Interrogantes</b>   | <b>Objetivos Específicos</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Diagnosticar el nivel de difusión de las expresiones culturales en Ibarra.</li><li>• Qué medios de comunicación difunden las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra</li><li>• Qué tipo de programa se debe elaborar para difundir las expresiones culturales de la ciudad Ibarra</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar una encuesta entre los gestores culturales de la ciudad de Ibarra.</li><li>• Determinar a través de la investigación que medio de comunicación es el más adecuado para difundir las expresiones culturales de Ibarra.</li><li>• Producir y realizar un programa cultural de televisión, donde se den a conocer las manifestaciones culturales de la ciudad de Ibarra.</li></ul> |

## **ANEXO Nro. 3**

### **FORMATO DE LA ENCUESTA**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS Y TECNOLOGÍA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

El objetivo de la presente encuesta es recopilar información sobre la difusión de las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra, en los medios de comunicación de la ciudad. Por favor lea detenidamente cada una de las preguntas y revise las opciones, elija la alternativa que más lo(a) identifique

1.- ¿Cree Ud. que las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra, son conocidas por la mayoría de la población ibarreña?

SI  
NO  
NO SABE

2.- ¿Considera Ud. que las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra se difunden adecuadamente, en los medios de comunicación?

SI  
NO  
NO SABE

3.- ¿Cree Ud. que los medios de comunicación de la ciudad de Ibarra son abiertos a la difusión de las expresiones culturales de la ciudad?

SI  
NO  
NO SABE

4.- ¿En qué medio de comunicación cree Ud. que se puede llegar más fácilmente a la comunidad para mostrar las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra?

TELEVISIÓN  
PRENSA

RADIO

5.- ¿Qué medio de comunicación le ha dado más apertura para difundir su trabajo, en la ciudad de Ibarra?

TELEVISIÓN

PRENSA

RADIO

6.- ¿Considera Ud. que la televisión puede ser la mejor alternativa para difundir las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra?

SI

NO

NO SABE

7.- ¿En qué tipo de programa de televisión piensa Ud. que se difundirían mejor las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra?

NOTICIERO

REVISTA DE VARIEDADES

PROGRAMA CULTURAL

8.- ¿En qué medida considera Ud. que la difusión de las expresiones culturales, de la ciudad de Ibarra, en un programa cultural de televisión, contribuiría a reforzar la identidad de los ibarreños?

MUCHO

POCO

MUY POCO

9.- ¿Qué otro beneficio tendrían los trabajadores de la cultura, de la ciudad de Ibarra, con la difusión de su labor y productos en un programa cultural de televisión?

ECONÓMICO

SOCIAL

OTROS (explique)

10.- ¿Conociendo la importancia de la difusión, de las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, estaría Ud. dispuesto a convertirse a su vez en un difusor del programa?

SI

NO

NO SABE

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO Nº 4:

### ENTREVISTAS

Para nutrir a nuestra propuesta con un sustento más vivencial realizamos entrevistas a tres personajes que son exponentes destacados de la cultura en Ibarra.

Entrevista al señor Rodrigo Colorado, artista plástico y promotor cultural de la provincia de Imbabura. Entrevista realizada el día sábado 1 de marzo del 2014.

*¿Señor Rodrigo Colorado, qué opina acerca de la difusión, en los medios de comunicación locales de las expresiones culturales que existen en Ibarra?*

- Primero, considero que Imbabura es una provincia eminentemente cultural, que su riqueza en cuanto a expresiones culturales es inagotable. Desgraciadamente no son conocidas como deberían ser. Por ejemplo cuando llegan los turistas, lo primero que hacen es preguntar de Otavalo, por el mercado de ponchos; algunos averiguan dónde queda Cotacachi, por las confecciones en cuero; otro poco de San Antonio por lo del tallado y pare de contar. Cuando les hablamos de Ibarra, el referente más cercano que tienen son los helados de paila de Doña Rosalía, que sí son ricos, pero eso no es todo. Veá, Ibarra tiene leyendas que pocos las toman en cuenta como expresiones de la cultura, solo Juan Carlos Morales ha hecho algo por rescatar esta tradición oral tan importante, con la publicación de sus libros. En Ibarra hay un barrio que se llama Alpa-chaca, habitado en forma mayoritaria por afrodescendientes que bailan bomba, pero de ellos solo se sabe cuándo se abordan temas de delincuencia y drogas y, muy poco de sus actividades culturales. En Ibarra es impresionante la convocatoria que tienen las fies-

tas del Inti Raymi, que aunque se han convertido en una expresión folklórica, en gran medida guardan el sabor propio de las celebraciones indígenas. Y así hay otras actividades como la gastronomía, las nogadas, el arrope de mora que son exclusivos de la ciudad.

- Segundo, en cuanto a la difusión creo que existe un problema grave. Los medios de comunicación privados, que son la mayoría, ven en la cultura y en sus productos una especie de mercancía que tiene muy poca salida en el mercado. Es decir, no se venden. Por otro lado los productores de radio y televisión tienen un conocimiento extremadamente pobre respecto a lo que es la cultura y son sus expresiones. Y para colmo, el público tampoco considera a la cultura como una alternativa para distraerse y aprender a la vez, por eso no exige a los medios un cambio en la programación.
- Tercero, son muy pocos los esfuerzos que hacen los medios públicos, como los de la Universidad Técnica del Norte. Hace falta una propuesta más amplia que esté dirigida a cubrir a la mayor parte de los sectores etarios, en los que se aborden los cuentos para niños, las problemáticas de los jóvenes, de los adultos y de los adultos mayores desde la cultura, por poner un ejemplo.

Entrevista a la señora Consuelo Terán, docente y directora del conjunto de danzas folklóricas Ñucanchi Llacta, realizada el sábado 8 de marzo del 2014.

*Señora Consuelo Terán, en los 42 años de vida artística del conjunto de danzas que usted dirige, cuál cree que ha sido el papel de los medios de comunicación de la ciudad de Ibarra respecto a la difusión de la actividad que realiza, tomando en cuenta que Ñucanchi Llacta es un grupo emblemático de la ciudad?*

- Gracias por la entrevista. Bueno, llegar a cumplir 42 años de vida artística no es cosa que suceda todos los días, tomando en cuenta que Ñucanchi Llacta está integrado por 30 miembros, aproximadamente. No tengo el número exacto, a esta edad uno ya se olvida de los números. Pero bueno, déjeme decirle que no ha sido fácil. Sin embargo, creo que lo que aquí ha primado es el amor por la danza y una fuerte disciplina, cimentados desde muy pequeños. También ha sido importante el apoyo desinteresado de los padres de familia que nos confían la formación de las niñas, niños y adolescentes. Sin ellos esta cohesión que tenemos hubiera sido imposible y el grupo habría desaparecido en el primer tropiezo.
  
- Con respecto a lo de los medios de comunicación, francamente creo que no ha existido una difusión adecuada de las actividades de los grupos y artistas que si los hay en la ciudad y de buena calidad. Lo que si pienso que ha existido es propaganda que me parece no es lo mismo que difusión. Porque la propaganda se encarga de decir en qué fecha va a haber una presentación, la hora y el lugar y el precio de la función. En cambio que la difusión va más allá. La difusión es como cuando nosotros investigamos las danzas del sector de Zuleta. Entonces vamos a conversar con las gentes a que nos cuenten cómo son sus costumbres, qué tipo de vestimenta utilizan para tal o cual actividad, por ejemplo para un matrimonio. Y así vamos conociendo cómo es la vida de esa gente. Y cuando nosotros convertimos todo eso en danzas y las presentamos en un espectáculo, estamos haciendo una difusión de cómo es la gente de Zuleta. Entiendo que los medios de comunicación deben hacer algo parecido, es decir, tendrán que entrevistarnos para saber cómo pensamos, por qué hacemos lo que hacemos, qué intereses son los que nos mueven. Pero no, es triste decirlo, aquí no pasa nada de eso. Los medios prefieren la farándula y copian lo de afue-

ra. Esa es la verdad, ojalá algún día cambie. Esperamos que los medios de comunicación de la Universidad Técnica del Norte tengan una visión distinta. Así esperamos quienes hacemos de alguna manera un esfuerzo por no dejar morir nuestras tradiciones.

Entrevista al señor Émerson Obando, guía y promotor turístico, propietario de la hostería Terraesperanza y artesano talabartero de la parroquia La Esperanza. Realizada el 15 de marzo del 2014.

*Señor Obando: La guianza y la promoción turística que usted hace de los atractivos que existen aquí en La Esperanza es una labor de difusión cultural importante. Coméntenos en qué medida los medios de comunicación de Ibarra han servido como aporte para su trabajo?*

- Bueno, ante todo, creo que si, en verdad mi trabajo es de difusor cultural porque la guianza y la promoción turística requieren del conocimiento no solo de la geografía y de los paisajes que tiene esta parroquia. También hay que saber de qué vive la gente, en qué trabaja, cuáles son sus costumbres, cuáles son las temporadas de fiestas y qué representan para la comunidad. Ese tipo de información también les interesa a los turistas, porque cuando uno les dice por ejemplo: que las fiestas del Inti Raymi en Chirihuasi, una comunidad que queda a unos veinte minutos de aquí, son diferentes a las de Peguche o a las de Cotacachi ellos quieren saber por qué, más aún, si saben que se trata de una misma fiesta en la que se rinde tributo al sol y a la tierra por las cosechas. Entonces, uno tiene que decirles que las comunidades indígenas no son las mismas en la provincia y aunque todas tenían como costumbre ancestral venerar al sol en determinadas épocas del año, las celebraciones son distintas. Por eso digo que hay que tener conocimiento de las costumbres de nuestro pueblo, para que los turistas sepan cómo son las cosas y no se sientan engañados.

- En cuanto a la presencia de los medios de comunicación y su aporte a la difusión de mi trabajo y de las costumbres que hay aquí, en La Esperanza, es prácticamente nula. Parece que para los medios de comunicación solo existimos cuando se producen desastres naturales o cuando sucede algún accidente en estas calles maltrechas o, en temporada de fiestas, el resto del año, para ellos, somos casi invisibles. Qué bonito sería que vengan a conocer como nuestros campesinos y campesinas cultivan la tierra, qué tipo de productos siembran. O que hablen de mi trabajo, la talabartería. Yo aprendí este oficio como herencia de mi padre y él lo había heredado de mis abuelos. Aunque es un trabajo que no tiene mayores complicaciones, en cambio, sí requiere de mucha paciencia. Fabricar el armazón de madera, que generalmente se hace con eucalipto, escoger el cuero, fabricar las piezas, cada una con sus motivos para que sean bien vistosas... bueno, y un sin fin de detalles, que a veces creo que son verdaderas obras de arte. Pues bien, nada de esto que les cuento ha sido difundido por la radio, en algún programa, o por la televisión. Ojalá, con estas nuevas leyes de la comunicación que hablan de dar preferencia a la producción nacional vean en nosotros, en nuestra forma de vida y en las cosas que producimos, una fuente inagotable de motivos para crear y difundir.

## **ANEXO Nro. 5**

### **GUIÓN DEL PROGRAMA “ARCOIRIS: LOS COLORES DE NUESTRA IDENTIDAD”**

#### **PRESENTACIÓN:**

**PRESENTADORA:** “La cultura no es atributo exclusivo de la burguesía. Los llamados “ignorantes” son hombres y mujeres cultos a los que se les ha negado el derecho de expresarse y por ello son sometidos a vivir en una “cultura del silencio”.

**PRESENTADOR:** Con estas palabras del pedagogo brasilero Paulo Freire. Nancy Valdivieso y Pablo Muñoz les damos la bienvenida a “**ARCO IRIS, LOS COLORES DE NUESTRA IDENTIDAD**”, una propuesta audio visual para destacar los valores culturales de las ibarreñas e ibarreños. Iniciamos

#### **INTRODUCCIÓN Y PRESENTACION DEL PRIMER REPORTAJE (00:07:29)**

**PRESENTADORA:** La cultura de Ibarra, amplia y variada, también se nutre con los aportes artísticos de talentos venidos de otros cantones. Este es el caso de Carlos Salazar Moncada, artista plástico oriundo de San Miguel de Urcuquí. Incisivo explorador de nuevas posibilidades expresivas se desempeña con solvencia en la pintura y últimamente en el grabado. A continuación veamos su perfil.

#### **INTRODUCCIÓN Y PRESENTACION DEL SEGUNDO REPORTAJE (00:06:33)**

**PRESENTADOR:** La fabricación de ladrillos también es una expresión cultural que en Ibarra representa a un sector marginal de la población.

Pues son los moradores del barrio periférico Santa Lucía del Retorno quienes se dedican a esta labor. En el siguiente reportaje conoceremos el extenuante trabajo de hombres, mujeres y niños quienes cociendo el barro se ganan el sustento diario.

#### **INTRODUCCIÓN Y PRESENTACION DEL CUARTO REPORTAJE. (00:08:29)**

**PRESENTADOR:** Son muchos los beneficios que la música proporciona a las personas. Sin embargo, su práctica no es muy difundida en nuestro medio. Sobre esta realidad, Mariuxi Navarrete junto a su esposo, el músico Ernesto Rueda, presentaron un proyecto a los fondos concursables del Ministerio de Cultura y crearon la Orquesta Infante Juvenil “Atahualpa”, una institución sin fines de lucro que promueve en Ibarra, el aprendizaje de la música con métodos novedosos. Veamos

#### **INTRODUCCIÓN Y PRESENTACION DEL CUARTO REPORTAJE (00:06:41)**

**PRESENTADOR:** La fiesta mayor de las comunidades andinas del Ecuador es el Inti Raymi, que se celebra a partir del 21 de junio, cuando el sol alcanza su máxima altura. Este evento, en el que se conjugan rituales de purificación y danzas, es una forma particular de los pueblos originarios de agradecer al sol y a la tierra por la provisión de alimentos. Veamos cómo se festeja en Chirihuasi, comunidad de la parroquia La Esperanza.

#### **DESPEDIDA:**

**PRESENTADORA:** Este ha sido un recorrido por algunas manifestaciones de nuestra cultura. Expresiones vivas de una ciudad que necesita reconocerse a sí misma.

**PRESENTADOR:** Esperamos que estos reportajes contribuyan a que los ibarreños e ibarreñas valoren las costumbres y personajes que son parte de su identidad. Felicidades, hasta un próximo programa.

## **ANEXO Nro. 6**

### **GUIONES LITERARIOS DE LOS CUATRO REPORTAJES DEL PROGRAMA “ARCOIRIS: LOS COLORES DE NUESTRA IDENTIDAD”**

#### **GUIÓN 1 DEL REPORTAJE DE CARLOS SALAZAR MONCADA ARTISTA PLÁSTICO**

**PERIODISTA:** Quien vibra y sueña detrás de estas formas, que manos son las que ponen su aliento vital sobre estos materiales.

Él es Carlos Salazar Moncada. Nació en la parroquia Buenos Aires del cantón Urcuquí, cubierto por esa atmósfera extraordinaria que sabe prodigar el campo. Sus primeras luces creativas se inician en los años de la secundaria. Allí encuentra una puerta abierta al conocimiento del mundo y le surgen inquietudes que dejan entrever el sendero del futuro artista.

#### **ENTREVISTADO: CARLOS SALAZAR MONCADA**

**PERIODISTA:** Con las vicisitudes propias de la juventud Salazar emprende la búsqueda de su mundo interior. Primero en el colegio de artes Daniel Reyes y luego en la facultad de Artes de la Universidad Central del Ecuador. A la par que asimila el sustento teórico para su trabajo aprende a formar una conciencia de sí mismo.

#### **ENTREVISTADO: CARLOS SALAZAR MONCADA**

**PERIODISTA:** En esta etapa de formación crea obras que le impulsan a mostrarse al público. Su primera exposición la realiza en 1986, en la ciudad de Bogotá. Un buen día decide reunir los mejores productos que hasta entonces había creado y sin decirle nada a nadie se marcha al hermano país, a exponer en la universidad nacional de Bogotá.

## **ENTREVISTADO: CARLOS SALAZAR MONCADA**

**PERIODISTA:** Su segunda muestra la presenta en la fundación Pedro Moncayo de la ciudad de Ibarra. La manifiesta calidad de la obra y la buena recepción del público le abrieron posibilidades para dictar talleres a niños y adultos en el núcleo de la Casa de la Cultura de Imbabura. En adelante ha realizado alrededor de diez exposiciones entre colectivas e individuales, dentro y fuera del país con muy buena acogida.

## **ENTREVISTADO: CARLOS SALAZAR MONCADA**

**PERIODISTA:** Explorador de nuevas posibilidades expresivas hace poco tuvo un encuentro luminoso con el grabado, una antigua técnica poco desarrollada en estos tiempos. Provisto de trozos de madera, gurbias, tinta y una prensa casera plasmó sobre papel ecológico de fibra de plátano una extensa obra de temática variada, bajo el título cuando la madera denuncia, que a decir de Marco Antonio Rodríguez procura desentrañar el tejido del que estamos hechos: pesadillas y sueños. Una obra que estremece las conciencias con el sutil encanto de la ironía.

El arte es una búsqueda permanente de horizontes, es indagar las claves de la belleza junto a la definición de la existencia del propio ser. En este camino, el oficio de Carlos Salazar Moncada representa una buena nueva en la plástica de Imbabura. **FIN**

## **GUIÓN 2 DEL REPORTAJE SOBRE LA ELABORACIÓN DE LOS LADRILLOS**

**PERIODISTA:** A cinco minutos del centro de la ciudad de Ibarra, por una de las vías que conduce a la parroquia La Esperanza, se encuentra el barrio Santa Lucía del Retorno. En estas extensiones de tierra prodigiosa las actividades de la labranza se alternan con la alfarería.

Aquí, desde muy temprano, provistos de lo más elemental, hombres, mujeres y niños trabajan la tierra para transformarla en ladrillo. Una labor que en lo económico representa muy poco para el esfuerzo que demanda.

La jornada se inicia a las cinco de la mañana desprendiendo la greda como lo hace doña María, desde hace veinte años. Esta labor se realiza en un tiempo aproximado de dos horas, hasta lograr una cantidad suficiente, después de lo cual el material se remueve y se limpia.

El siguiente paso es el proceso de mezcla. Este es el trabajo más duro de la jornada. El que demanda mayor tiempo y consumo de energía. Primero se riega agua hasta que el material se humedezca por completo. Seguido se utiliza un azadón para que el agua penetre y la mezcla sea uniforme.

Después les corresponde a los pies apisonar la tierra con el agua hasta formar una masa compacta. Para asegurar este propósito algunos alfareros utilizan aserrín y ceniza. Cuando se ha logrado la consistencia necesaria, se limpia el piso y se esparce aserrín para que al secarse los bloques se los pueda desprender sin dificultad.

Llegado el momento, se vierte el barro en el molde, las manos se hunden y en un acto sencillo se produce el primer alumbramiento: nacen los adobes, frescos y tiernos.

Después de rociarlos con tierra menuda y de exponerlos al sol, por lo menos, durante dos días, son apilados dejando pequeños espacios para la ventilación. En esta colocación permanecerán alrededor de quince días hasta que estén completamente secos.

En estos hornos se produce el segundo alumbramiento. Aquí son cocidos pacientemente entre veinte y cuatro y cuarenta y ocho horas, después de las cuales reposan alrededor de siete días y ya están listos con todas sus facultades para levantar puertas y ventanas de la mano de los obreros de la construcción

## **RELATO DE LAS HISTORIAS**

Los ladrillos no solo son el resultado de una actividad extenuante y repetitiva en la que se mezclan el agua con la tierra de manera rudimentaria. En esta labor existen historias y realidades propias de un sistema social de explotación, que contradicen el sentido humano del trabajo.

## **ENTREVISTADA: MERCEDES CAMPUEZ: ALFARERA**

Aquí los ladrillos nacen junto a los niños de la mano de hombres y de mujeres cuyas condiciones de vida se encuentran en el umbral de la pobreza extrema.

Hombres y mujeres que apenas han pasado por la escuela, niñas y niños que ven postergado su futuro sin ninguna garantía que proteja su condición. **FIN**

### **GUIÓN 3 DEL REPORTAJE SOBRE MARIUXI NAVARRETE ORQUESTA INFANTO JUVENIL ATAHUALPA**

**PERIODISTA:** Mariuxi Navarrete nació hace 36 años en San Gabriel, provincia del Carchi. Siendo adolescente viajó a Quito y aunque nunca fue su vocación obtuvo el título de ingeniera comercial en la Universidad Central. Un día, de la mano de Ernesto Rueda, músico de la Orquesta Sinfónica del Carchi, se dejó iluminar por el amor y por la música. Bajo la influencia del joven maestro y de su círculo familiar comenzó a dar los primeros pasos en el mundo de los sonidos y las armonías.

#### **ENTREVISTADA: MARIUXI NAVARRETE**

**PERIODISTA:** Ernesto y Mariuxi llegaron a Imbabura hace nueve años con un morral de sueños promisorios. Ernesto había ganado el concurso de compositores y arreglistas de la provincia del Carchi y Mariuxi se adentraba más en el conocimiento de los instrumentos. Paso a pasito, pasito a paso el amor y la música les iba abriendo nuevas posibilidades en la vida.

#### **ENTREVISTADA: MARIUXI NAVARRETE**

**PERIODISTA:** En ese afán por lograr que la música llegue a más personas y aprovechando las capacidades innatas de sus dos pequeñas experimentaron nuevos métodos de enseñanza. En ellas comprobaron que a los niños les emociona más familiarizarse con los instrumentos antes que con los signos fríos del pentagrama. Solo en la medida que los conocen y descubren sus cualidades sonoras es más fácil que se inicien en la lectura de las notas y de las partituras.

## **ENTREVISTADA: MARIUXI NAVARRETE**

**PERIODISTA:** Con un método que apunta a entender el comportamiento de las niñas y los niños, en alrededor de un mes y medio pueden interpretar hasta diez canciones. Tamia la hija mayor, aprendió a pulsar el violín y a cantar a los 3 años de edad. Isis, la menor, empezó a tocar la percusión a la misma edad y ahora interpreta el violonchelo. Con estos resultados la pareja se animó a dictar cursos vacacionales que ciertamente despertaban el interés de los niños y niñas por la música pero con algunos inconvenientes.

## **ENTREVISTADA: MARIUXI NAVARRETE**

**PERIODISTA:** Bajo estas consideraciones emprendieron la realización de talleres permanentes, en Ibarra, Otavalo y Mira, a donde acuden niñas y niños desde los cuatro años. Fruto de este trabajo, que ya se aproxima a cumplir siete años, nació la orquesta Infanto Juvenil Atahualpa, reconocida por el Ministerio de Cultura dentro del sistema sinfónico nacional.

## **BREVE INTERPRETACIÓN DE UN TEMA**

**PERIODISTA:** El objetivo mayor de la orquesta es despertar el talento musical en las nuevas generaciones, aprovechar sus potencialidades, que se desarrollen de manera libre, haciendo lo que más les apasiona. Que se entusiasmen por la posibilidad de crear y trascender como seres humanos alejados del degradante consumismo que caracteriza a gran parte de los jóvenes de la sociedad actual.

## **ENTREVISTADA: MARIUXI NAVARRETE:**

**PERIODISTA:** Uno de los sueños que anima la realización de este proyecto, es llegar a convertirse en algo parecido al sistema nacional de or-

questas juveniles de Venezuela. Un método que ha formado talentos musicales de fama internacional al tiempo que ha sacado de la calle y alejado de la violencia y la pobreza a miles de niños venezolanos condenados a la marginación.

#### **ENTREVISTADA: MARIUXI NAVARRETE**

**PERIODISTA:** El motor que mueve a estas personas, sin duda, es el amor. De otra manera no se explica que le dediquen tanto esfuerzo a una labor poco reconocida por la sociedad. Un amor verdadero, capaz de sobrellevar las crisis provocadas por la artritis reumatoidea que nuestra protagonista padece desde los once años de edad.

#### **ENTREVISTADA: MARIUXI NAVARRETE**

**PERIODISTA:** La vida le ha enseñado a Mariuxi Navarrete que lo más valioso que las personas pueden dejar en el mundo es lo que han logrado hacer por los demás. En esa dinámica anhela que todo lo que ha sembrado junto a su compañero sirva para que los niños y niñas descubran sus potencialidades artísticas y alcancen la verdadera felicidad.

#### **INTERPRETACIÓN FIN**

#### **GUIÓN 4 DEL REPORTAJE SOBRE LA FIESTA DEL INTI RAYMI EN LA COMUNIDAD DE LA CHIRIHUASI PARROQUIA LA ESPERANZA**

**PERIODISTA:** La celebración del Inti Raymi en Imbabura tiene características particulares. Cada comunidad realiza sus propias prácticas según sus costumbres y recursos. En Chirihuasi, situada en los altos de la parroquia La Esperanza, Cantón Ibarra, la Asociación de Trabajadores Agrícolas “28 de Octubre” prepara el festejo con varias semanas de anticipación.

#### **LUÍS ICHAU: SECRETARIO ASO. 28 DE OCTUBRE**

**PERIODISTA:** En una suerte de sincretismo, la fiesta en honor al sol, a la fertilidad de la pacha mama y a la abundancia se inicia con la misa de ofrecimiento a San José, patrono de la parroquia.

Después de la homilía del párroco viene el regocijo colectivo. Al pie del templo, se hace un tendido de ponchos donde son colocados platos colmados de tubérculos y granos preparados por la comunidad. Aquí, sin distingo alguno, todos comen de las manos de todos, todos se sienten parte de uno y se reconocen como hijos de la tierra.

#### **LUÍS ICHAU: SECRETARIO ASO. 28 DE OCTUBRE**

**PERIODISTA:** A la semana siguiente de ofrendarle a San José la fiesta originaria, los comuneros realizan la minga de la chamiza que consiste en apilar ramas de algunas especies de la zona para hacer una gran fogata que será encendida al cabo de quince días, cuando la leña esté seca. Su fuego liberador limpiará a los miembros de la comunidad de todas las experiencias negativas acumuladas durante el año.

**JUAN JOSÉ SIMBAÑA: PRESIDENTE ASO. 28 DE OCTUBRE.**

**PERIODISTA:** Después de este esfuerzo colectivo que los hermana, los espera la pamba mesa con toda la sustancia nutricia de sus productos.

Al ser una fiesta que celebra el tiempo de la fecundidad de la pacha mama no puede faltar la elaboración de platos típicos. Después de una semana, mientras la chamiza continua secándose bajo el sol, en prodigiosas ollas comunitarias preparan el champús, una nutritiva bebida cuyo principal ingrediente es el maíz.

**MIGUEL PUPIALES: VICEPRESIDENTE ASO. 28 DE OCTUBRE.**

**PERIODISTA:** Para darle el toque especial, a esta preparación ancestral se le agregan hojas verdes de naranjo y agua con raspadura.

Al cabo de un mes de preparativos, en un acto simbólico la comunidad de Chirihuasi, junto a las comunidades aledañas proceden a la entrega de la rama de gallo y a la toma de la plaza.

**ANITA CARRILLO: PRESIDENTA JUNTA PARROQUIAL LA ESPERANZA**

**PERIODISTA:** Las celebraciones del Inti Raymi en su conjunto, rebasan el hecho festivo, en ellas vive un significado más profundo. Mantener unida a la comunidad desde sus prácticas ancestrales.

**ANEXO Nro. 7**

**STORY BOARD**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

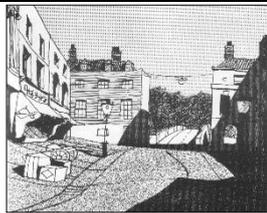
**PRODUCCIÓN:** Grupo NAPA

**INTEGRANTES:** Nancy Yolanda Valdivieso Meneses

Pablo Enrique Muñoz Cárdenas

**STORY BOARD**

**TEMA:** Intro del programa “Arcoíris, los colores de nuestra identidad”



Mi ciudad son sus calles y sus plazas.



Pero sobre todo es su gente



Las manos que trabajan, que crean en el barro y enaltecen su existencia.



Mi ciudad es un crisol de culturas, un arcoíris de identidad.

**ANEXO Nro. 8**

**STORY BOARD**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**PRODUCCIÓN:** Grupo NAPA

**INTEGRANTES:** Nancy Yolanda Valdivieso Meneses  
Pablo Enrique Muñoz Cárdenas

**STORY BOARD**

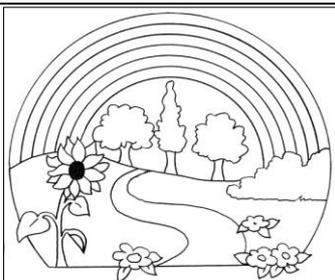
**TEMA:** Outro del programa "Arcoíris, los colores de nuestra identidad"



Artesanos y artistas, personajes sencillos de la vida cotidiana nos han contado su historia



La historia de una ciudad que se renueva en sus adentros.



Aquí estamos, esto somos, un arcoíris de identidad.

**ANEXO Nro. 9**

**VIDEO**

DVD con el programa Piloto "ARCO IRIS, LOS COLORES DE NUESTRA IDENTIDAD"



## ANEXO Nro. 10

### CERTIFICADO

Del Departamento de Comunicación Organizacional de la Universidad Técnica del Norte, donde legitima la transmisión del Programa Piloto “**ARCO IRIS, EL COLOR DE NUESTRA IDENTIDAD**”, en el mes de Agosto del 2014, en el Canal Universitario.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
UNIVERSIDAD ACREDITADA RESOLUCIÓN 002 – CONEA – 2010 – 129 – DC.

**DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**CERTIFICA**

Que la señora **Nancy Yolanda Valdivieso Meneses**, con cédula de ciudadanía 1001429891 y el señor **Pablo Enrique Muñoz Cárdenas**, con cédula de ciudadanía 1708597792, estudiantes de Comunicación Social, transmitirán desde el mes de agosto del 2014 por UTV Televisión Universitaria, medio de comunicación de la Universidad Técnica del Norte, el programa piloto “**ARCO IRIS: EL COLOR DE NUESTRA IDENTIDAD**” con el cual se difundirán las expresiones culturales de la ciudad de Ibarra, como parte del trabajo final de grado.

Faculto a los interesados conceder el uso de este documento como estime conveniente.

Ibarra, 09 de octubre del 2014

  
Leda Jamet Sierra  
DIRECTORA



**Visión Institucional**  
La Universidad Técnica del Norte en el año 2020, será un referente en ciencia, tecnología e innovación en el país, con estándares de excelencia internacionales.

Av. 17 de Julio s-21 y José María Córdova. Barrio El Olivo.  
Teléfono:(06)2997800  
Fax:Ext: 7011.  
Email: utn@utn.edu.ec  
www.utn.edu.ec  
Ibarra - Ecuador



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO           |  |                        |                          |
|-----------------------------|--|------------------------|--------------------------|
| <b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b> | 1708597792<br>1001429891   |                        |                          |
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b> | MUÑOZ CÁRDENAS PABLO ENRIQUE<br>VALDIVIESO MENESES NANCY YOLANDA                                     |                        |                          |
| <b>DIRECCIÓN:</b>           | EDUARDO ALMEIDA CASA Nro 4 Y MARCO TULIO HIDROBO   |                        |                          |
| <b>EMAIL:</b>               | <a href="mailto:culturalia_cronopia@yahoo.com">culturalia_cronopia@yahoo.com</a><br>nval63@yahoo.com |                        |                          |
| <b>TELÉFONO FIJO:</b>       | 2642438  | <b>TELÉFONO MÓVIL:</b> | 0994123638<br>0994845200 |

| DATOS DE LA OBRA               |   |
|--------------------------------|---|
| <b>TÍTULO:</b>                 | "ESTUDIAR SI LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, DE LA CIUDAD DE IBARRA, SON VISIBILIZADAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD". |
| <b>AUTOR (ES):</b>             | PABLO ENRIQUE MUÑOZ CÁRDENAS<br>NANCY YOLANDA VALDIVIESO MENESES  |
| <b>FECHA: AAAAMMDD</b>         | 2014/10/22  |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO    |   |
| <b>PROGRAMA:</b>               | PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>  |
| <b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b> | LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL   |
| <b>ASESOR /DIRECTOR:</b>       | DR. JOSÉ REVELO   |
|                                |   |

#### 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, Pablo Enrique Muñoz Cárdenas y Nancy Yolanda Valdivieso Meneses, con cédula de identidad Nro. 1708597792 y 1001429891, respectivamente, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado des-

crito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 6 días del mes de Octubre de 2014

#### LOS AUTORES:



Pablo Enrique Muñoz Cárdenas



Nancy Yolanda Valdivieso Meneses



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, Pablo Enrique Muñoz Cárdenas y Nancy Yolanda Valdivieso Meneses, con cédulas de identidad Nro. 1708597792 y 1001429891, respectivamente, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIAR SI LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, DE LA CIUDAD DE IBARRA, SON VISIBILIZADAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD", que ha sido desarrollado para optar por el título de: LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 6 días del mes de Octubre de 2014

PABLO ENRIQUE MUÑOZ CÁRDENAS  
C.I 1708597792

NANCY YOLANDA VALDIVIESO MENESES  
C.I 1001429891