



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

**“PRESENCIA DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN TELEVISADOS Y ESCRITOS DE LA
CIUDAD DE LATACUNGA ”**

Tesis presentada, previo la obtención del título de **licenciada en comunicación social**.

Autoras:

Hidalgo Chugchilán Johana Rosario

Palomo Astudillo Myrian Mercedes

Directora:

Lcda. Johana Paola Trávez Cantuña

LATACUNGA-ECUADOR

Noviembre 2012

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PRESENCIA DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISADOS Y ESCRITOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

.....
Johana Rosario Hidalgo Chugchilán
C.I.0502629538

Myrian Mercedes Palomo Astudillo
C.I.0503344004

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de directora del trabajo de investigación sobre el tema:

“PRESENCIA DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISADOS Y ESCRITOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA” de Palomo Astudillo Myrian Mercedes e Hidalgo Chugchilán Johana Rosario postulantes de la Carrera de Comunicación Social, considero que la presente Tesis cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Junio 2012

Directora de Tesis

Lcda. Johana Paola Trávez Cantuña

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de miembros de tribunal de grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas por cuanto, las postulantes: Hidalgo Chugchilán Johana Rosario y Palomo Astudillo Myrian Mercedes, con el tema de tesis: **“PRESENCIA DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISADOS Y ESCRITOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**. han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente, reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 14 de Noviembre del 2012

.....

Lcda. Tania Villalba

PRESIDENTA DEL TRIBUNAL

.....

Lcda. Jessenya Cabrera

MIEMBRO

.....

Lcda. Lorena Álvarez

OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres y amigos, a las Lcdas. Lorena Álvarez y Johana Trávez, a los Medios de Comunicación escritos y televisados de la ciudad de Latacunga por abrirnos sus puertas y demás entidades que hicieron posible el desarrollo de esta tesis.

Johana y Myrian

DEDICATORIA

Dedico esta meta cumplida a mis padres Gonzalo y Mercedes a mis hermanos, Fausto y Silvana y especialmente a mi adorada hija, Dulce Taíz, que es mi fuerza para lograr este objetivo.

JOHANA HIDALGO

DEDICATORIA

Dedico y comparto este logro anhelado primero con Dios, después con las personas que más quiero, y amo, a mis adorados padres, Carlos Palomo y María Astudillo que hicieron posible que llegue a este escalón de mi vida con su apoyo y ayuda Gracias.

MYRIAN PALOMO



TEMA: “PRESENCIA DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISADOS Y ESCRITOS EN LA CIUDAD DE LATAACUNGA”.

AUTORAS:

Hidalgo Chugchilán Johana Rosario

Palomo Astudillo Myrian Mercedes

RESUMEN

Esta tesis propone establecer un esquema de un observatorio de medios en la Universidad Técnica de Cotopaxi para analizar la presencia de los indígenas en los medios de comunicación televisados y escritos de la ciudad de Lataacunga, proyectando a la construcción de un periodismo perseverante y analítico en la ciudad; esta investigación revisó especialmente la necesidad de participación del sector indígena de ser escuchados, valorados como entes de la sociedad Latinoamericana, tomando como ejemplo la investigación descriptiva porque nuestro tema de tesis es amplio y requiere de una representación concreta.

TOPIC: “PRESENCE OF INDIGENOUS PEOPLE IN THE MEDIA AND WRITTEN TELEVISED TOWN OF LATACUNGA”.

AUTHORS:

Hidalgo Chugchilán Johana

Palomo Astudillo Myrian Mercedes

ABSTRACT

This thesis proposes to establish a diagram of a media observatory at the Cotopaxi Technical University to analyze the presence of Indigenous in the televised media and writings of the city of Latacunga, projecting the construction of a persevering and analytical journalism the city; This research reviewed in particular the need for participation of the indigenous sector to be heard to be valued as entities of Latin American society. Taking the example of descriptive research as our thesis topic is broad and requires a concrete representation.

INTRODUCCIÓN

Los escasos medios de comunicación que han sido implementados, o apropiados, por las organizaciones indígenas han jugado un papel fundamental en la promoción y defensa de los derechos humanos, en el fortalecimiento de la identidad cultural, en la educación bilingüe, en la Interculturalidad, así como en la movilización social.

Además de la cultura, los medios de comunicación, hacen alusión de lo que acontece en los pueblos indígenas, cuando ocurren desastres o simplemente cuando hay que destacar en grandes titulares las "cifras rojas" de la pobreza y la miseria en que están sumidas esas comunidades. Solo de esa manera son temas de análisis por espacio de varios días en los medios. Tiene que surgir entonces un periodismo más objetivo, de ver los asuntos indígenas desde otra perspectiva. Si seguimos siendo objeto de lástima nunca vamos a reivindicar nuestras verdaderas demandas.

Como no hay mucha prensa en manos indígenas, muy difícilmente se puede contestar a esas críticas, además que los pocos profesionales en la materia, no todos entienden la problemática de sus pueblos, porque los asuntos indígenas no se aprenden en las aulas universitarias, menos en las Escuelas de Periodismo. Por eso la formación de los nuevos periodistas debe empezar desde las mismas organizaciones indígenas existentes en redes a nivel nacional, regional e internacional.

La participación de los indígenas en los medios de comunicación es importante, sin embargo no existe una acogida propia hacia los mismos, no cuenta con un espacio en el cual puedan expresar sus ideas, pensamientos, experiencias, propuestas etc.

Por ello hacemos un llamado a los medios que constituyan espacios donde exista libertad de expresión para todas las etnias.

En la ciudad de Latacunga existe poca acogida en los espacios de televisión y prensa para los indígenas, por ello se realiza un estudio y diagnóstico sobre el impacto que tienen los medios de comunicación, con esto se mejoraría su calidad por lo que es necesario definir la presencia de los indígenas en los mismos.

Las técnicas aplicadas para obtener información acerca del manejo de los medios se destinan a un total generado de la muestra poblacional escogida al azar mediante una ubicación geográfica del sector rural y centro urbano de la ciudad de Latacunga.

LA TESIS COSNTA DE LOS SIGUIETES CAPÍTULOS:

CAPÍTULO I

Fundamentos Teóricos sobre el objeto de estudio

- En los Antecedentes investigativos se presenta el análisis sintético de investigaciones sobre la temática estudiada realizada en otras instituciones nacionales o internacionales.
- Las Categorías fundamentales son la representación gráfica de conceptos a ser abordados y descritos en el marco teórico.
- Marco Teórico

CAPÍTULO II

Diseño de Propuesta

- En la breve caracterización de la institución objeto de estudio se muestra la presencia de los indígenas en los medios de comunicación televisados y escritos de la ciudad de Latacunga.

- La investigación se somete al análisis e interpretación de resultados de la investigación de campo donde se conoce la visión de los entrevistados.
- Conclusiones y Recomendaciones

CAPÍTULO III

Aplicación o validación de la Propuesta

Datos Informativos

Justificación

Objetivos

Descripción de la propuesta

Plan operativo de la propuesta

Resultados generales de la aplicación de la propuesta

ÍNDICE

PRELIMINARES

Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval.....	iii
Aprobación de Tribunal.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Introducción.....	x
Síntesis de contenido.....	xi

CONTENIDO

Capítulo I.....	1
Antecedentes investigativos.....	1
Categorías fundamentales.....	8
Marco Teórico.....	9
Medios de Comunicación.....	21
Medios de Comunicación Comunitarios.....	23
Prensa y Televisión.....	27
Interculturalidad.....	29
Derecho a la Comunicación.....	32
Participación en los Medios.....	33
Indígenas de Cotopaxi.....	36
Capítulo II.....	38
Análisis e Interpretación.....	39

Análisis e Interpretación de las entrevistas.....	41
Análisis e interpretación de la encuestas.....	45
Capítulo III.....	54
Datos Informativos.....	54
Antecedentes.....	55
Justificación.....	56
Objetivos.....	57
Descripción de la Propuesta.....	58
Disposición Organizativa.....	60
Análisis Cuantitativo.....	64
Plan Operativo.....	65
Conclusiones.....	67
Recomendaciones.....	68
Referencia Bibliográfica.....	69
Anexos.....	71

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La comunicación es el 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.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

Entender que la comunicación incluye varios elementos que deben ser tomados en cuenta. Siempre se produce en una determinada situación comunicativa, es decir, un momento en particular, en un lugar, respecto de un tema en particular y con determinados protagonistas. Toda situación comunicativa se constituye con los siguientes factores: los protagonistas, el lugar físico, el tema y el momento del intercambio el funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación.

Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos, "competencia" como conjunto de conocimientos y aptitudes que posee o requiere un individuo para comunicarse eficazmente en diversos contextos. Competencia lingüística: conocimientos que poseen los hablantes de su propia lengua. Nos permiten

producir e interpretar enunciados gramaticalmente correctos, con vocabulario adecuado, con la entonación y énfasis adaptados a la situación comunicativa. Competencia paralingüística: la capacidad de producir e interpretar los mensajes no verbales como los gestos, las posturas corporales, los silencios, las distancias, etc., que acompañan los intercambios cara a cara.

Competencia cultural: conocimientos que poseemos sobre el mundo, la realidad, la forma de relacionarse en un ámbito social. Competencia ideológica: Nuestras interpretaciones y opiniones sobre el mundo que nos rodea. No debe entenderse restringida a un sentido político, sino como un conjunto de creencias y valores que posee una persona. Determinaciones psicológicas: se constituyen al considerar las imágenes que tiene el emisor de sí mismo y de su interlocutor. Refiere a los estados de ánimo en una comunicación.

Restricciones al universo del discurso: la instancia emisora está siempre restringida por la situación comunicativa y el tipo de discurso o texto que se produce responderán necesariamente al contexto. "Lo fundamental es comunicarse y para lograr este objetivo es necesario poseer conocimientos de diferentes tipos".

Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información.

La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son:

-Código.- El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

-Canal.- El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.

Ej. El aire en el caso de la voz y las ondas

Hertzianas en el caso de la televisión.

La radiocomunicación es un sistema de telecomunicación que se realiza a través de ondas de radio u ondas hertzianas.

Se debe considerar que el emisor es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

El receptor será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje.

Naturalmente tiene que haber algo que comunicar, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y sus consecuencias motive el Mensaje.

Las circunstancias que rodean un hecho de comunicación se denominan Contexto situacional (situación), es el contexto en que se transmite el mensaje y que contribuye a su significado.

La libertad de expresión debe estar garantizada desde un marco de respeto mutuo con una información veraz, verificada y oportuna. Pero así mismo como la Constitución rige para los medios de comunicación marca un punto importante que es incluir tanto a medios como a la misma ciudadanía, a pesar de esto aún hay fallos ya que esta no es de todos, no hay un acceso pluralizado de la Comunicación, y esta realidad es lo que se está empezando a cambiar.

Según Frank La Rue.- El Relator especial para la promoción de la libertad de expresión y de opinión de las Naciones Unidas, incitó a los Estados y a los medios de comunicación social, a adoptar medidas necesarias para fomentar en los medios de información públicos y privados, la diversidad cultural e indígena.

En su segundo informe anual, presentado a la Asamblea General de la ONU, La Rue animó a los medios de comunicación social a que su personal sea representativo y diverso y exhortó a la prensa a generar un ambiente de respeto a la diversidad cultural y multicultural.

Los Estados deben promover y proteger los idiomas de las minorías y los pueblos indígenas y en ningún caso las restricciones a la libertad de expresión, pueden emplearse para acallar el legítimo reclamo de los derechos de esta población, indicó. El relator señaló que los pueblos originarios tienen derecho de establecer sus propios medios de información, en sus propios idiomas y a acceder a todos los demás medios no indígenas, sin discriminación.

Por otro lado, consideró que los medios de comunicación comunitaria son instrumentos efectivos para que los grupos minoritarios puedan dar, recibir y transmitir la información; es deber de los Estados apoyarlos y garantizar su acceso en forma equitativa, señaló en el documento.

El experto expresó que proteger el derecho a la expresión de los grupos sociales menos favorecidos demanda de los Estados la creación de un marco legal de telecomunicaciones basado en principios democráticos y cuyo objetivo sea el acceso de todos los sectores sociales

Los derechos humanos de los indígenas son difíciles de conceptualizar, sin embargo no se debe negar que las poblaciones indígenas tengan aspiraciones, de crear, asistir o pertenecer a los medios de comunicación tanto escritos como televisados. Así los indígenas se enfrentan a situaciones en las que sus derechos humanos individuales son negados por parte de las instituciones de las sociedades dominantes; razón por la cual se ha llegado a afirmar que los miembros de esas sociedades pertenecen a las partes más frágiles, oprimidas y discriminadas de la población del mundo.

Mónica ChujiGualinga,- Dice que hablar de comunicación es hablar de culturas y si hablamos de culturas es hablar de diferencias de relaciones, de percepciones y del habla. Los escasos medios de comunicación que han sido implementados, o apropiados, por las organizaciones indígenas han jugado un papel fundamental en la promoción y defensa de los derechos humanos, en el fortalecimiento de la identidad cultural, en la educación bilingüe, en la interculturalidad, así como en la movilización social.

El presente texto narra y hace lectura de cómo los medios, en general, fueron usados como instrumento de culturización, así como del proceso de apropiación de los medios de comunicación, especialmente la radio, por parte de las organizaciones indígenas. Para el efecto se trabaja desde dos líneas: por un lado se define la comunicación desde la visión indígena y cómo ésta ha servido para garantizar la permanencia de la cultura a lo largo del tiempo y se contrasta con la comunicación occidental en sus formas distintas de concebir y ejercer la comunicación.

Por otro lado se realiza un recuento histórico del proceso de influencia de las iglesias en las comunidades indígenas para evangelizar usando los medios de comunicación como estrategias de sometimiento; en este punto también se analiza el proceso de como paulatinamente estos medios, que fueron usados para su adoctrinamiento, se fueron convirtiendo en medios de fortalecimiento de la identidad, de la educación, así como de la organización, consolidando paulatinamente un movimiento político.

El texto se basa, particularmente, en las experiencias de las organizaciones en el uso y manejo de los diferentes medios de comunicación, radio, periódico, video y correo electrónico. Por tanto se describen los procesos de las radios pioneras en el Ecuador, así como de otras experiencias en el ámbito comunicativo.

Los pueblos indígenas no pueden enfrentar la avalancha de contenidos e imágenes en la actual globalización sin tener los mismos instrumentos por los cuales fluye la información. Los indígenas necesitan estar informados porque, como es conocida, la información es poder. Esto les lleva a exigir el derecho a la información como un derecho humano indispensable, tomando en cuenta que la sociedad actual exige cada vez más estar al tanto de lo que ocurre en el mundo. Pero más allá de eso, la defensa de los derechos humanos, los derechos colectivos indígenas necesitan estar acompañados y fortalecidos por los medios de comunicación indígenas y no indígenas de manera que garanticen el libre ejercicio.

El Congreso Nacional de Comunicación Indígena.- Manifiesta que, las y los delgados de este Congreso, como mujeres y hombres indígenas de los pueblos originarios de México, de los Estados de Quintana Roo, Yucatán, Chiapas, Campeche, Tabasco, Veracruz, San Luis Potosí, Chihuahua, Sonora, Sinaloa, Baja California, Nayarit, Durango, Jalisco, Michoacán, Guerrero, Oaxaca, Estado de México, Puebla, Hidalgo, Morelos y Distrito Federal, reunidos en la Ciudad de México, declaramos:

Considerando que: México es una nación pluricultural y multilingüe, las comunicadoras y comunicadores indígenas reunidos en este Congreso, ponemos al servicio de nuestra Patria la experiencia adquirida en el manejo de medios de comunicación indígena y comunitaria para fortalecer la multiculturalidad del país y para establecer relaciones interculturales con la sociedad nacional mayoritaria.

Para este Congreso: los comunicadores indígenas entienden el proceso de comunicación en su sentido más amplio, con todas las formas posibles, desde las tradicionales de cada uno de sus pueblos, tales como la prensa, la radio, la televisión, la Internet, cine y video. La declaratoria de inconstitucionalidad de varios artículos de la Ley de Radio, Televisión y Telecomunicaciones por la Suprema Corte de la Nación abre un espacio de diálogo y debate para que el acto legislativo sobre la materia se enriquezca con la opinión y propuestas de comunicadores indígenas.

Bajo los principios de justicia, democracia y equidad se tome en cuenta el derecho información y comunicación de los pueblos y comunidades indígenas. Existen condiciones de apertura, intenciones de sumar voluntades, capacidades y esfuerzos de los legisladores actuales, específicamente de la Comisión de Asuntos Indígenas y Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados, así como de la Comisión de Asuntos Indígenas del Senado de la República.

1.2. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



Elaborado por:

Johana Hidalgo y Myrian Palomo

1.2.1. MARCO TEÓRICO

1.2.2. COMUNICACIÓN SOCIAL

Según Joan Elías, LIBRO: Más allá de la Comunicación.- Comunicación social es un campo de estudio sociológico que explora especialmente aquello relacionado con la información, como esta es percibida, transmitida y entendida y su impacto social. Se fundamenta en el lenguaje y esta forma parte primordial de la carrera como tal. Por esta razón, los estudios de comunicación social tienen mayor relación con lo político y lo social que los estudios de comunicación.

La comunicación social tiene sus formas de expresión, como los medios de comunicación comunitarios de los cuales se recrea un contexto referencial en esta primera parte. Dentro de este primer capítulo y como base teórica fundamental para el desarrollo de la investigación de competencia de las postulantes, se hace el análisis de las diferentes propuestas acerca del significado de comunicación social. Tomando en cuenta la infinidad de formas de concebir el proceso comunicativo se aborda también los diversos enfoques filosóficos para tener el referente de explicar lo que son las teorías de la comunicación.

Hablar de Comunicación Social es hablar de un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, la psicología social y la semiología o semiótica. En el campo de la práctica estos conocimientos se usan en el periodismo, la opinión pública, la publicidad, la mercadotecnia y las relaciones públicas e institucionales.

Aparte de su popularización, llegó a ser el término preferido de los documentos de la Iglesia Católica cuando esta se refiere a los medios de comunicación social o a los medios masivos. Esto tiene la ventaja de una connotación mayor en donde toda comunicación es social, pero no toda la comunicación es masiva. Todos los ciudadanos del mundo están expuestos a unos u otros medios, que resultan indispensables como herramienta de comunicación y presencia pública para todo tipo de agentes económicos, sociales y políticos.

El objetivo de los medios de comunicación es, según la fórmula acuñada específicamente para la televisión, formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden, buscan el beneficio económico del empresario o grupo empresarial que los dirige, habitualmente concentrado en grandes grupos de comunicación multimedia, e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad.

Para MattelartArmand.- La mundialización de la comunicación. Barcelona, Paidós, 1998: Los medios de comunicación de masas se atribuyen a una sociedad y un modelo de vida muy concreto, como es la sociedad de masas, que tiene su origen en la Edad Contemporánea y que se caracteriza por la revolución industrial, que produce el abandono de la agricultura en favor de la industria y los servicios, grandes movimientos demográficos que incluyen el éxodo rural, y la mecanización del trabajo, que hace que las máquinas sustituyan a los artesanos. Los grandes cambios sociales de la sociedad industrial van acompañados de un cambio en la visión individual de la forma de vida, y en los lazos entre las comunidades.

La historia de los medios de comunicación está muy ligada al desarrollo de la tecnología, el desarrollo económico de los últimos cien años ha llevado a poder ofrecer al gran público, a precios cada vez más bajos, una serie de productos relacionados con la comunicación. Desde la época de oro de la prensa escrita, cuando en EE UU los diarios fueron bajando sus precios, hasta llegar a ser asequibles para cualquier trabajador, hasta la popularización de internet.

La incidencia en la sociedad de esta nueva forma comunicativa ha sido muy diversa, en parte ha hecho disminuir la comunicación interpersonal directa y también ha facilitado la creación de una opinión pública. Los medios de comunicación de masas se usan en la publicidad y la propaganda política directa o indirecta.

Por esto hay que distinguir, los medios como instituciones sociopolíticas, y por otra, los contenidos como material simbólico formado por diferentes tipos de mensajes, distinguiendo dentro de estos entre información y opinión pública, entretenimiento y ficción, publicidad y propaganda. Dentro de estos contenidos se ve reflejado el grado de influencia, término que debe entenderse desde una situación social de la vida colectiva donde los sujetos de cualquier grupo están

obligados a relacionarse para cooperar, de modo que es imprescindible que exista influencia de unos sobre otros al tener que adaptarse entre sí.

Por la gran influencia en la opinión y los hábitos de la gente, han ayudado de manera decisiva al proceso de globalización, puesto que permiten que cualquier persona pueda acceder a información de cualquier lugar en cualquier momento, y cada vez con mayor rapidez, por lo que han colaborado en la expansión y estandarización de los gustos culturales de la población mundial. Son objeto de estudio de disciplinas muy diversas, desde la sociología hasta la economía, pasando por el arte y la filosofía.

La idea de influencia implica la utilización, por parte del influenciador, de recursos suficientes para imponer su criterio y voluntad propia sobre el destinatario o influenciado. Se trata de un mecanismo, bien de refuerzo de actitudes, o bien de posibilidad de cambio de actitudes y comportamientos, lo que incluso puede afectar a los valores y creencias colectivas, de grupos reducidos o amplios. Aunque los procesos de influencia social y cultural tienen estrechas relaciones con el ejercicio efectivo del poder, se caracterizan por la ausencia de coacción e incluso de amenaza. El poder siempre se caracterizó por su capacidad y recursos para influir socialmente; que en la sociedad de masas se intensifican.

Por ejemplo tenemos a:

Paul Lazarsfeld, señala que comunicación social se resume en dos grandes funciones y una disfunción

-Función de Conferir Prestigio y Reforzar las Normas Sociales

-Disfunción Narcotizante:

Entonces este autor tiene las siguientes apreciaciones a cerca de los medios de comunicación:

Los medios de comunicación representan un nuevo tipo de control social, son los causantes del conformismo de las masas y deterioran el nivel de la cultura popular.

Por otra parte **WilburSchramm**, define la comunicación colectiva un poco más simple, como una comunicación interpersonal y menciona tres elementos esenciales que exige todo proceso comunicativo:

- 1.- La Fuente que puede ser una persona o una organización informativa.
- 2.- El Mensaje que puede tomar cualquier señal que pueda interpretarse.
- 3.- El Destino que puede ser cualquier persona que entienda las señales que la fuente

Sin embargo **David Berlo**, doctor en periodismo indica que la comunicación debe ser:

- 1.-Sencilla, coherente y dirigida a un solo objetivo.
- 2.-Este objetivo consiste en provocar una determinada conducta.
- 3.-No se debe divagar o establecer la comunicación ambiguamente.
- 4.-Esta comunicación debe hacerse en forma tal que seamos entendidos.

Mientras que **Abraham Moles**, estudioso de los fenómenos de la comunicación humana, ha aportado una metodología original los elementos del acto de comunicación son: un emisor, un receptor, un canal y el mensaje.

Estímulos materiales o fenómenos de la naturaleza física

Estímulos sociales

La comunicación solo puede ocurrir cuando un emisor y el receptor poseen un lenguaje común.

Repertorio y un código.

Para Moles la comunicación puede ser de dos maneras:

- a. La comunicación interpersonal
- b. La Comunicación por Difusión.

Luego de conocer algunas de las definiciones sobre comunicación social, las postulantes concluyen que la comunicación es un campo amplio donde las personas dan y reciben información veraz, oportuna, verificada, plural sin censura previa acerca de los hechos.

Humberto Eco.- Este autor desarrolla más ampliamente la semiología

1.- La vida de los signos en el seno de la vida social

2.- La semiótica, se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación.

La semiótica pretende demostrar que, hay sistemas constantes que permanecen ocultos.

La estructura es un modelo construido en virtud de operaciones simplificadoras que permiten unificar diversos bajo un único punto de vista.

Las unidades de análisis del mensaje pueden ser todo el mensaje de cualquier medio.

Las denotaciones de la imagen surgen de la descripción de aquellos objetos o personas que están presentes.

Las connotaciones son las ideas que surgen a partir de lo observado.

Ejemplo:

Dentro de la publicidad los comerciales están llenos de signos que llegan al subconsciente de quien lo está viendo u observando por ejemplo en donde más se encuentra este tipo de signos es en los comerciales de perfumes. Como el de la marca Stefano que a cuadro solo se ve el frasco de perfume sobre un fondo negro mientras que una voz sensual repite el nombre del perfume hasta que este cae y se vacía, es una relación sexual.

Las tesis opinan que la comunicación está llena de signos por lo que el estudio de la semiótica es muy importante para conocer más a fondo los mensajes que se están enviados al receptor.

Mientras que **Roland Barthes**.- Este autor se basa en La Moda

Los Idiolectos: que es el lenguaje de una comunidad.

Habla de los elementos de la lengua: Lengua y Habla.

Habla: Es el acto individual de selección y actualización.

Lengua: Es un contrato social que no se puede crearla ni modificarla.

Significado: No es una cosa, sino la representación psíquica de una cosa.

Significante: es la imagen acústica.

Barthes comenta que la semiótica estudia el modo de organización de un objeto.

1.- Mensaje lingüístico o literal: Está presente en todas las imágenes. De aquí se derivan:

a) Anclaje: el mensaje lingüístico que hace el observador.

b) Relevo: El mensaje que releva al lector la necesidad de elegir ciertos significados.

2.- Mensaje denotado o denominativo: La composición o enunciación de los elementos.

3.- Mensaje connotado: Contienen todos los significados posibles del contenido.

Ejemplo:

Este tipo de lenguaje, que estudia Roland Barthes se da principalmente en la publicidad impresa por ejemplo: el de Alka-Seltzer en el que en el lenguaje literario habla acerca del malestar estomacal y en el lenguaje donde se encuentra el mensaje connotado se ve un vaso con agua y las dos pastillas efervescentes que

hacen que quien está observando el anuncio sienta que ese medicamento le va a causar una sensación de bienestar en el estómago.

Las autoras de esta investigación concluimos que aunque aparentemente son pocos los elementos que intervienen en el estudio de Barthes son los más complejos por que se dirigen a la psicología de quien está recibiendo el mensaje ocupando un lenguaje que se debe de traducir en imágenes y textos para que se dé una verdadera comunicación entre el emisor y el receptor.

Hund D. Wulf.- Este autor habla sobre la información tratada como mercancía.

No se pretende el aumento del conocimiento si no la influencia en el comportamiento.

La Manipulación se efectúa sobre la masa o su conciencia.

La comunicación, en sentido amplio, significa el intercambio de noticias.

En todo sistema comunicativo existe el ruido que son perturbaciones.

Los signos que se ocupan en la comunicación según Wulf se dividen en:

1.- Significante.

2.- Significado.

3.- Significación.

En lo que se refiere a la información Wulf maneja que existen:

Innovación: Lo específicamente nuevo en la información.

Redundancia: El uso excesivo en elementos no indispensables para informar.

Contexto: los códigos, las relaciones no internas de la información.

Así mismo se habla de las formas de comunicación:

1.- La comunicación interpersonal en la que hay una relación bilateral.

2.- La comunicación Social en la que existe relación unilateral entre emisor y receptor.

Ejemplo:

Durante la semana comprendida entre el 28 de enero al 1 de febrero del 2002 se manejó en todos los medios la información acerca de la cancelación del subsidio la luz en nuestro país. El gobierno federal manejó la información como que no aumentaba la luz a las clases populares para mantener el control de las masas mientras que los medios nacionales redundaron en el mismo tema sin llegar a una conclusión, declaró hasta la iglesia en el caso.

Las investigadoras consideran que para mantener el control en las masas es necesario manejar la información que se genera de diversos temas como una mercancía y darle a las masas solo lo necesario para que según ellas estén bien informadas y mantener el control de ellas.

Hans Magnus Enzensberger.- Los Medios de comunicación son el producto del desarrollo industrial.

Se crean nuevas formas de control de las conciencias.

Manipulación: Tratamiento de un material dado con una meta particular en la mente.

Este autor habla de la Industria de la manipulación de la conciencia.

- 1.- En lo filosófico: Se suprime el imperio de la religión.
- 2.- En lo Político: Que cada individuo piense que tiene el derecho de decidir su destino.
- 3.- En lo Económico: Que se haya logrado que el nivel de vida aumente.
- 4.- En lo tecnológico: Que existan bases para la difusión de las ideas masivas.

Enzensberger.- Indica que este control es uno de los cuantos que busca el control de las masas.

Uso Represivo de los medios Masivos

Programación Controlada Centralmente.

Un transmisor, muchos receptores.

Inmovilización de los seres aislados.

Conducta Pasiva del Consumidor

Despolitización

Producción a cargo de Especialistas.

Control de capitalistas o de la burocracia.

Uso Liberador de los Medios de Comunicación

Programación Descentralizada.

Cada Receptor es un transmisor potencial.

Movilización de las masas.

Interacción de los involucrados.

Un proceso de enseñanza política.

Producción Colectiva.

Control social por medio de una organización autónoma.

Ejemplo:

La televisión que existe en nuestro país que esta manejada por solo dos familias y que existe estricto control por parte del gobierno Federal para mantener un control de la clase media baja y baja que es la mayor parte que existe en México. Los noticieros de televisión abierta son los voceros oficiales de la Presidencia de la

República donde solo se da a conocer algunos hechos que suceden en la vida diaria de la capital.

Las postulantes concluyen que esta teoría está apegada a la realidad principalmente en los países sub-desarrollados donde el control de las masas es muy importante para mantener a algunas cuantas personas en el poder y así no enfrentar problemas de levantamientos sociales en la zona que ellos gobiernan.

Edgar Morin.- La comunicación no es una cultura verdadera si no un opio para el pueblo.

La emisión del mensaje no depende de una sola persona si no se fabrica colectivamente.

Los medios de comunicación son negocios que buscan ganancias. Vendiendo diversión.

Al público lo que quiera es decir parte de la visión burda que el público hacen los medios.

Ejemplo:

En los últimos días surgió la problemática que si sale al aire o no el programa Big Brother. La Organización Nacional de padres de familia se opone rotundamente a que salgan al aire la vida de seis jóvenes en una casa. Patrocinadores del programa están dispuestos a sacar su publicidad en este espacio, pero Televisa que organiza el programa hará una encuesta y si los jóvenes están de acuerdo lo sacaran. México es un país de jóvenes no preparados.

Punto de Vista:

Las alumnas opinan que el medio da al público lo que pide y hay que recordar que antes que otra cosa los medios de comunicación no son empresas altruistas si no empresas que crean derechos y obligaciones a sus trabajadores y por consecuencia crea convenios entre el gobierno y patrocinadores para obtener dinero para pagarle a sus trabajadores.

Armand Mattelart.- Este autor habla del Fetichismo Los hombres se vuelven cosas y las cosas viven.

La ideología, cimenta y unifica el edificio social.

Los medios se culpan de fomentar la violencia, pornografía etc.

Los medios controlados desvirtúan la teoría del enlace entre la base económica y otras.

Los medios en la clase capitalista, neutraliza y desorganiza la clase dominada.

La transmisión de noticias en anárquica y sensacionalista.

Objetividad: Esta quiere emparentar al periodismo con la ciencia.

Autoritarismo: El medio de comunicación obedece a una dirección.

Manipulación: Divide al mundo en dos los buenos y los malos.

Ejemplo:

En lo que se refiere a los fetiches un ejemplo puede ser el atentado a las Torres Gemelas de Nueva York del 11 de septiembre del 2001, donde las víctimas pasaron a segundo término y la mayoría de los medios de comunicación hablaban del derrumbe de los edificios como el símbolo del poder económico de los Estados Unidos. Ahí las dos construcciones pasaron a ser cosas vivientes.

Las investigadoras determinan que los medios masivos de comunicación existe más que la objetividad un autoritarismo y una manipulación hacia quienes vemos la televisión que ya no puede ser y que de una manera u otra debemos evitar.

Antonio Pascuali.- Retoma el esquema clásico de la comunicación y lo sitúa en el ámbito social.

Distingue lo que es información y el concepto de comunicación.

Información: Concepto que designa Causa y Efecto.

La Relación de información reemplaza al dialogo de la comunicación por la alocución.

Ejemplo:

La sección policíaca de los diarios siempre busca un efecto entre los lectores de los periódicos de cierta ciudad buscando siempre la noticia más sensacionalista en la localidad.

Las postulantes están de acuerdo con Pascuali en que la información debe causar dentro de las masas un efecto siempre que se publica una nota cualquiera que sea.

1.2.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Según Aragonés, Pau. Empresa y medios de comunicación Con el término medio de comunicación (del latín mediū), se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución. Muy probablemente la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia.

A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (imprenta -siglo XV-) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial -desde la segunda mitad del siglo XX-), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

Positivas: Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo.

Otro factor positivo se da en el ámbito económico: quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de consciencia sobre una especie de producto; es decir, puede generar su propia demanda, ya que los medios muchas veces cumplen la función de formadores de opinión. Entonces, visto desde el ámbito empresarial, es un aspecto ampliamente positivo al hacer posible el marketing y anuncios para el mundo.

Para la página www.wikipedia.com: Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión (como sucede al generalizar personas o grupos).

Para las postulantes el propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en; informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar, etc.

Un Medio de Comunicación es un centro emisor a través del cual se transmiten señales mediante un código. Podemos hacer una gran clasificación de los medios de comunicación: la comunicación oral, Prensa y libros, Radio, Televisión, Internet. Conjunto de empresas dedicadas a la divulgación pública de información. Todo instrumento o medio que permita y facilite la comunicación entre los seres humanos. Hay medios naturales: gestos, diferentes tipos de lenguaje; visuales: imágenes, íconos, símbolos, señales; convencionales como la escritura con sus alfabetos diversos. Se trasmite a través de diversos canales: libro, prensa, radio, televisión, videos.

1.2.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS

Según la fuente AMARC www.wikipedia.com.-La diversidad y heterogeneidad de los medios de comunicación que se definen como "comunitarios" puede resultar complicado intentar buscar una definición que los abarque completamente. No es posible caracterizarlos por el uso de la tecnología ni por el alcance o el impacto social que generan o por los ingresos que obtienen. Todo medio con vocación verdaderamente comunitaria, sin embargo, tendrá en común el objetivo de beneficiar a la comunidad en la que está inmerso por sobre intereses económicos.

En ese sentido, los medios de comunicación comunitarios están orientados a funcionar como una herramienta democratizadora de la sociedad y en general están comprometidos con la defensa de sus derechos, comenzando por el derecho a pensar y expresarse libremente los medios de comunicación comunitarios son de servicio público, sin fines de lucro, orientados, como bien lo dice el reglamento a difundir información de interés para la comunidad, por lo que deben destinar espacios en su programación que aseguren “la participación de la comunidad, a través de programación comunitaria que propicie su desarrollo cultural y socioeconómico, el sano esparcimiento y los valores nacionales.

Dice el Reglamento: “Las estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro están obligadas a transmitir programación con fines sociales, culturales y educativos”. Partiendo de ese principio, ¿Dében los medios comunitarios vender sus espacios a empresas privadas o públicas que comprometan el contenido de su programación y el compromiso con los distintos colectivos? ¿No sería necesario que se autofinanciaran con el trabajo comunitario?

Es probable que muchos aspiren el lucro y no el trabajo voluntario gratuito y que beneficia desde a quien se ofrece para hacerlo como a quien recibe el fruto de ese trabajo. O algunos no entiendan la diferencia que en este aspecto guardan los medios comunitarios de los alternativos, privados, etc.

Los medios comunitarios a diferencia de los alternativos no son para el lucro ni individual ni colectivo. Son para desarrollar con mayor fuerza un trabajo cuyo fin es el beneficio de la comunidad, en la dirección de organizarse para resolver, para vivir.

Estos medios surgen de las comunidades cuando éstas sienten la necesidad de dejar de ser consumidores pasivos de información para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas. En muchas poblaciones postergadas los medios comunitarios son las únicas voces con las que se cuenta para demandar mejores condiciones de vida. Con la tendencia creciente a la formación de redes internacionales estas voces pueden amplificarse de forma significativa.

Al igual que los recursos financieros, y con ellos, los medios de comunicación se han ido concentrando cada vez más en manos de unos pocos, dejando de lado cada vez más sus posibilidades como herramientas de desarrollo social y cultural para convertirse en estructuras funcionales a la expansión el consumo y a la promoción de una única visión del mundo. Los medios de comunicación comunitarios proporcionan una alternativa a las imposiciones del mercado, comprometiéndose con una vocación de justicia social y defensa de la diversidad.

El servicio que brindan los medios de comunicación comunitarios es esencial para la sociedad, pero el desarrollo de estos (la radio y la televisión comunitarias, en particular) depende del acceso a ciertos recursos que no les están asegurados. La capacidad de acceder a las frecuencias radioeléctricas y la apropiación de estándares técnicos es fundamental para la evolución de estos medios, por lo que tanto los gobiernos como los organismos intergubernamentales (la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en particular) deberían promover una distribución de frecuencias y un desarrollo de estándares técnicos adecuados para este fin.

El panorama en este sentido de vista es alentador, sin embargo existen normativas internacionales que de ser seguidas podrían colaborar a promover el desarrollo de los medios comunitarios, el camino no es fácil. Las discusiones generadas en el proceso de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

A nivel de las legislaciones y las políticas internas de los países frecuentemente la situación es incluso peor. Aunque la situación cambia radicalmente de un país a otro, los ataques que sufren los medios comunitarios van desde concesiones injustas de frecuencias del espectro radioeléctrico, donde son beneficiadas empresas de comunicación privadas hasta limitaciones legales a las posibilidades de acceder a recursos financieros e, incluso, amenazas, persecuciones políticas y graves violaciones de los derechos humanos de comunicadores comunitarios.

Según la página www.biblioteca_virtual.com: Los medios de comunicación indígena son diferentes de aquellos que son dirigidos y gestionados por otras minorías como minorías étnicas o grupos defensores de la diversidad sexual, mujeres y jóvenes. Los miembros de los pueblos indígenas no saben a menudo como involucrarse con los medios de comunicación desde pueblos que se encuentran distantes de servicios como la electricidad, la telefonía fija y móvil, los diarios o las estaciones de televisión. Además el conocimiento que es intrínseco a su cultura puede ser localizado. Su historia centenaria está incorporada en formas de registro no escritas y, por ende, está amenazada.

Las investigadoras consideran que los medios comunitarios son la necesidad previa de informar como informarse puesto que el servicio que brindan estos medios de comunicación comunitarios es esencial para la sociedad. Tomando en cuenta que en muchos de los casos estos medios son el único servicio con el que cuentan las comunidades alejadas de la parte urbana de la sociedad.

1.2.5. PRENSA Y TELEVISIÓN

Según la Gran enciclopedia de Venezuela. Pág. 284.- La Prensa, el periodismo escrito, o periódico como se prefiera llamarle, es una pequeña pila de papel impresa, que todas las mañanas nos llega a la calle o a la casa, con la salida del sol y nos muestra como se mueve el mundo a la vez que nos movemos con este, a veces sin percatarnos siquiera de ello.

La prensa nació casi con el descubrimiento de América y ahora está presente en casi todo el mundo, plasmando en sus páginas a lo largo del tiempo la historia de la humanidad y comunicándola a la gente por tanto que hoy es el medio de comunicación social más popular del mundo (en cuanto a información se refiere). Pero muchas veces se desconoce cómo funciona un periódico, por eso ahora mediante esta investigación se informará un poco más de este valioso medio informativo, señalando mediante un periódico en específico, las características del mismo y su desenvolvimiento en la sociedad.

De todos los medios de comunicación social, el periódico ha sido el más antiguo y aceptado de todos los tiempos; la prensa hoy en día, no solo se da a través del periódico sino también en la radio, televisión, computadoras, etc. Y a pesar de todos los avances tecnológicos, la prensa escrita se ha mantenido allí, informándonos y manteniendo siempre el mismo margen de concurrencia en todas partes.

Las tesis coinciden en que la prensa es un medio de comunicación social de formación cultural, educativa, y un modo de entretenimiento también, pero siempre teniendo ese, se puede llamar formalismo y respeto por parte de los editores, que los hacen característicos y que nos reflejan ética y sobre todo confianza de que lo que estamos leyendo, está hecho correctamente y con el fin de formarnos como personas.

Televisión

***Para Jorge González Treviño:** La televisión es un híbrido de la voz griega “Tele” (distancia) y la latina “Visio” (visión). Esta es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes y sonidos a distancia. El término utilizado se le escuchó por vez primera a Constantine Perski en el Congreso Internacional de Electricidad, en París, Francia. “La televisión ha sido definida como: El arte De producir instantáneamente a distancia una imagen transitoria, visible de una escena real o filmada (sic) por medio de un sistema electrónico de telecomunicación”.*

***Según Llorenç Soler:** “La televisión es arte, industria complejísima que requiere grandes capitales, técnica que necesita de la óptica, de la electrónica, etc. Es sistema de educación y también de propaganda*

Política”. Miguel Quijada Soto “Desde el punto de vista tecnológico, el proceso de la televisión se trata de un sistema electrónico de grabación de imágenes y sonidos, y reproducción de los mismos a distancia”.

Alexis Núñez Oliva opina que la televisión es el único medio que mientras más realidades abordan, más carencias tiene, con la oportunidad de corregir diariamente el trabajo para acercarnos a las necesidades del público que siempre vive una realidad más cercana que la realidad televisiva.

Para las estudiantes la televisión es un país, una ciudad, un barrio, una casa, un departamento. Es una persona y varias a la vez, una sociedad, una comunidad, un grupo y todos. Es una escuela, una obsesión, un vicio, un hábito, una fracción de una vida, la vida de todas las culturas.

La televisión existe en todos los idiomas, se comprende sin que hable, reúne a su alrededor y grita para que otros callen, calla cuando otros gritan, pero no se esconde porque permanece, continúa, no termina, regresa, se pierde y vuelve. Sorprende. Simula saberlo todo; la televisión es censurada, permitida, tolerada, criticada, maldecida, reprimida, clausurada, pero jamás olvidada o ignorada.

La televisión es un acontecimiento todos los días: siempre está lista para mostrarnos algo distinto y a la vez parecido a otro algo que creemos haber visto antes. Es un descubrimiento, un invento, una justificación, un instrumento, un medio de comunicación, una caja de madera, ahora también un marco de metal o de plástico, profundas unas planas otras de tubo de pantalla, de plasma, de cristal líquido, de proyección, etc.

La televisión emociona, llora, canta, provoca, inunda, abarca, olvida, retoma, ríe, enmudece. Es obvia, forma y deforma, sugiere (muy poco), lamenta y se contradice varias veces al día. La televisión acompaña, avisa, dice, se calla, sueña, se enoja, se pervierte, se educa, y desconoce.

1.2.5.1. INTERCULTURALIDAD

*Según la página:
www.aulaintercultural.org/IMG/pdf/libro_blanco.pdf: La interculturalidad va mucho más allá de la coexistencia o el diálogo de culturas; es una relación sostenida entre ellas. Es una búsqueda expresa de superación de prejuicios, del racismo, de las desigualdades y las asimetrías que caracterizan al país, bajo condiciones de respeto, igualdad y desarrollo de espacios comunes.*

Una sociedad intercultural es aquella en donde se da un proceso dinámico, sostenido y permanente de relación, comunicación y aprendizaje mutuo. Allí se da un esfuerzo colectivo y consciente por desarrollar las potencialidades de personas y grupos que tienen diferencias culturales, sobre una base de respeto y creatividad, más allá de actitudes individuales y colectivas que mantienen el desprecio, el etnocentrismo, la explotación económica y la desigualdad social.

La interculturalidad no es tolerarse mutuamente, sino construir puentes de relación e instituciones que garanticen la diversidad, pero también la interrelación creativa. No es solo reconocer al "otro" sino, también, entender que la relación enriquece a todo el conglomerado social, creando un espacio no solo de contacto sino de generación de una nueva realidad común.

Desde la ética y los valores sociales, la identidad e interculturalidad se las promueve como el reconocimiento y respeto de la diversidad social, con acciones sobre la dignidad y derechos de las personas y colectivos sociales, para que éstos se constituyan en factores sustanciales de sociedades integradas, democráticas y estables.

Desde las prácticas e interacción cotidiana, la identidad e interculturalidad, posibilitan actitudes para el entendimiento y relaciones entre "los distintos" para beneficio mutuo y colectivo. Como un horizonte de vida, la interculturalidad representa la apertura a nuevos escenarios, conocimientos y prácticas sin contradecir la estima, identidad y capacidades propias de las personas y colectividades.

Las aspirantes opinan que el reconocimiento de la identidad y la interculturalidad requiere de un diálogo con buena intención, que hay que impulsarlo con lo mejor que tienen las comunidades e individuos, con los aspectos más atractivos de sus culturas, favoreciendo la eliminación progresiva de prejuicios y resistencia mutuos. Un diálogo con buena intención, que hay que impulsarlo con lo mejor que tienen las comunidades e individuos, con los aspectos más atractivos de sus culturas, favoreciendo la eliminación progresiva de prejuicios y resistencia mutuos.

ECUADOR INTERCULTURAL

La página www.fenocin.com dice que no es suficiente constatar la heterogeneidad del Ecuador, sino realizar los cambios que permitan una relación más simétrica entre los grupos que lo componen. Pero nuestro país tiene mucho camino que recorrer para consolidarse como un país intercultural. Para ello debe no solo renovar sus leyes sino sus instituciones y su tejido social interno. Todo eso supone el impulso de nuevas prácticas culturales. Y para ello el sistema educativo es crucial. Tendremos un avance de la interculturalidad si la ponemos en la base de la reforma educativa global.

Ya se ha mencionado que los llamamientos a la construcción de la interculturalidad han venido desde los pueblos indígenas. Por ello, gracias a su lucha, Ecuador tiene el mérito de haber creado un sistema especial de educación indígena "bilingüe intercultural". Este es un paso serio que debemos apreciar. Pero ese ámbito de la educación tiene que ser de efectiva interculturalidad más allá de los enunciados, evitando ese etnocentrismo que cree que avanza la educación indígena como una estructura aislada del conjunto de nuestra educación nacional.

Los indígenas crearon culturas, y civilizaciones en Ecuador desde 80,000 a. C. o más temprano. Las distintas y numerosas tribus que existen en Ecuador hoy al igual que antes del contacto europeo, fueron la base de la cultura ecuatoriana. La llegada de los primeros americanos es confusa e insegura dado que hay varias teorías. La teoría de mayor popularidad, que es tomada por los textos escolares, es la cual explica que nómadas asiáticos cruzaron un paso de hielo o tierra congelada debido al deceso del mar, llamado Puente de Veringa durante la época.

Para las investigadoras es importante aclarar que la interculturalidad no se refiere tan solo a la interacción que ocurre, por ejemplo, entre un asiático y un sudamericano, sino además la que sucede entre un habitante de la ciudad y uno del campo, entre hombres y mujeres, niños y ancianos, etc.

1.2.5.2. DERECHO A LA COMUNICACIÓN

Genaro Bautista expresa que en las últimas décadas, uno de los puntos que los pueblos indígenas exigieron dentro de la agenda internacional es el derecho que tienen a la comunicación y a la información. Esto es, la administración, el control y la definición de contenidos de medios noticiosos propios.

El planteamiento, quedó como parte de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, aprobado por la Asamblea General de este organismo, el 13 de septiembre del 2007.

La declaración de la ONU, reconoce en el Artículo 13, que: “Los pueblos indígenas tienen derecho a revitalizar, utilizar, fomentar y transmitir a las generaciones futuras sus historias, idiomas, tradiciones orales, filosofías, sistemas de escritura y literaturas, y a atribuir nombres a sus comunidades, lugares y personas y mantenerlos. Además que “Los Estados adoptarán medidas eficaces para garantizar la protección de ese derecho y también para asegurar que los pueblos indígenas puedan entender y hacerse entender en las actuaciones políticas, jurídicas y administrativas, proporcionando para ello, cuando sea necesario, servicios de interpretación u otros medios adecuados”.

Aunque la reivindicación ha tomado mayor relevancia en la presente década, la demanda viene de muy atrás, incluso desde el nacimiento de la misma Organización de las Naciones Unidas (ONU), donde los representantes indígenas pedían ser escuchados.

La libertad de expresión debe estar garantizada desde un marco de respeto mutuo con una información veraz, verificada y oportuna. Pero así mismo como la Constitución rige para los medios de comunicación marca un punto importante que es incluir tanto a medios como a la misma ciudadanía, a pesar de esto aun hay

fallos ya que esta no es de todos, no hay un acceso pluralizado de la Comunicación, y esta realidad es lo que se está empezando a cambiar.

Las tesis piensan que la comunicación es lo más importante en la sociedad, sin tomar en cuenta su etnia y su idioma, la libertad de expresión es fundamental para el mismo desarrollo de los pueblos

1.2.5.3. PARTICIPACIÓN EN LOS MEDIOS

Oscar Espino, investigador de la Universidad Veracruzana Intercultural y consejero de la CEDH lamentó que la mujer indígena no tenga participación ni cobertura alguna por los medios de comunicación salvo en los momentos en que aparecen en la nota roja por ser víctimas de violación o asesinato.

“Pero además se les hace culpables de la propia violencia, por prostituta, por infiel, por un trío pasional, entonces nosotros queremos traer a las mujeres indígenas para que puedan mostrar su voz y reivindicar su lengua y su cultura”. Entrevistado apuntó que desafortunadamente la sociedad mexicana piensa en masculino, pues aunque sean mujeres no terminan de comprender la importancia de la equidad de género, situación que ocurre incluso en las mismas comunidades indígenas.

Las mujeres indígenas están haciendo una resistencia por mantener la comunidad, son principalmente las mujeres las que transmiten la lengua y la cultura y son ellas las que logran que persistan las asambleas, ellas son ahora autoridades ante el hombre que emigra pero eso no se ve, eso está siendo invisibilizado por la sociedad, las mujeres indígenas no aparecen en los medios de comunicación”.

Esta discriminación se da también por parte de los gobiernos, pues no existen verdaderos apoyos sociales para ellas una vez que los existentes constan de mantenerlas en sus hogares y subsistir en lugar de progresar.

Para Karin Anchelia Jesusi; La comunicación para el cambio social se define como un proceso de diálogo horizontal, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos. Una comunicación liberadora, transformadora, que tiene al pueblo como generador y protagonista.

Las postulantes pensamos que la participación de indígenas en los medios de comunicación de la ciudad de Latacunga es mínima, por el rechazo que existe hacia los mismos, solo son tomados en cuenta los indígenas que actúan en el medio político y cuando se presenta justicia indígena en diversas comunidades, sin tomar en cuenta que ellos también forman parte fundamental en la sociedad.

La Presencia de los Indígenas en los medios de comunicación escritos y televisivos de la ciudad de Latacunga, son escasos principalmente por su idioma, y muchas de las veces por su etnia social.

Sin tomar en cuenta que indígenas y mestizos son capaces de desempeñar cualquier actividad que se les designe, aun en la ciudad la realidad social sigue siendo mínima, por ende los indígenas cotopaxenses se sienten rechazados y descluidos de la sociedad.

Por otra parte, ya en el ámbito local, como es la población de Cotopaxi, tenemos tres canales de televisión: canal 47 TV Micc en quichua llega a 400 comunidades, Elite canal 45 y TV Color canal 36.

En prensa tenemos tres diarios: Los Andes, La Gaceta y La Hora donde nace una columna en quichua. Según el Artículo 57, numeral 21 de la Constitución: la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejan en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y en acceso a los demás sin discriminación alguna.

Tras 19 años de haber germinado la idea, los indígenas cuentan con su primer canal de televisión regional propio. Se trata del Canal 47, TV Micc, emite su señal que llega a alrededor de 400 comunidades de las provincias de Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua y unas pocas del norte de Pastaza y del sur de Pichincha. Con esta frecuencia el movimiento indígena de Cotopaxi pretende dar voz a sectores que tienen poco acceso a los canales nacionales.

1.2.5.4. INDÍGENAS DE COTOPAXI

Según la página: www.wikipedia.com, Cotopaxi, oficialmente Provincia de Cotopaxi, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la región sierra del país, al centro-norte del país. Su capital es Latacunga. La provincia toma el nombre del volcán más grande e importante de su territorio, el volcán Cotopaxi. Los pueblos indígenas que habitan en las zonas rurales y urbanas, tanto de naciones en vías de desarrollo como en las naciones desarrolladas alrededor del mundo, necesitan crear, así como utilizar, en realidad gestionar, sistemas de comunicación e información que les permitan promover entre sus comunidades el conocimiento de las mejores formas de organización de los sistemas de educación, de salud, de formas participación en tareas de gobierno, en la vida cultural y en muchos otros aspectos de la vida social. Cuadro o marco de acción puede ser aplicado en áreas rurales o urbanas en las que las comunidades han sufrido años de exclusión económica o social.

Indígena es un término que, en un sentido amplio, se aplica a todo aquello que es relativo a una población originaria del territorio que habita, cuyo establecimiento en el mismo precede al de otros pueblos o cuya presencia es lo suficientemente prolongada y estable como para tenerla por oriunda (es decir, originario de un lugar). Con el mismo sentido se utiliza, con mayor frecuencia, el término equivalente nativo, presente en expresiones como "idioma nativo".

En sentido estricto y más habitualmente, se aplica la denominación indígenas a las etnias que preservan las culturas tradicionales. Con este alcance, se denomina indígenas a los grupos humanos que presentan características tales como:

- Pertener a tradiciones organizativas anteriores a la aparición del estado moderno.
- Pertener a culturas que sobrevivieron la expansión planetaria de la civilización occidental.

Las investigadoras opinan que hablar de indígenas significa reconstruir, unir pedazo a pedazo los hechos más importantes de sus vidas, de sus chaquiñanes, de sus montes, de su tierra, esa donde vivieron sus mayores y vivirán sus hijos. Así, uniendo hombre y tierra, pasado, presente y futuro, podemos conocer la historia de sus organizaciones.

CAPÍTULO II

2.1. BREVE CARACTERIZACIÓN DE LA “PRESENCIA DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISADOS Y ESCRITOS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

La presencia de los indígenas en los medios de comunicación estará enfocada siempre a la realidad de sus intereses, Parroquias o comunidades. Por lo que es necesario hacer un breve abordaje de esto en Latacunga Provincia de Cotopaxi.

Los medios de comunicación en general, y particularmente en el Ecuador, nacieron con la necesidad de mantener a la ciudadanía informada, pero dentro de esta necesidad se halla implícito el interés de mantener el poder de ciertos grupos, sobre aquellos que siempre están en desventaja, es así que surge la comunicación masiva desde el sector privado y a lo largo del tiempo se ha mantenido en estas manos.

En la actualidad, los indígenas tienen un solo medio de comunicación en la ciudad de Latacunga; TV MICC canal 47, donde mantienen su espacio para informar, expresar e intercambiar ideas. En los demás más medios tienen una participación mínima puesto que sus intereses son otros.

Los sectores populares, especialmente los pobres, los indígenas o negros aparecen en los medios únicamente en espacios de crónica roja, delincuenciales o en segmentos que rayan en el sensacionalismo; de acuerdo a esta lógica se han ido adjuntando los espacios en los medios de comunicación, de una forma por demás inequitativa y en una constante subasta al mejor postor. Han existido denuncias y propuestas desde varios sectores populares, así como desde universidades públicas por lograr un equitativo y democrático reparto de las frecuencias, pero hasta el momento se ha logrado casi nada.

En Cotopaxi se dan evidencias en cuanto a asignaciones de frecuencias, y las relaciones de los medios con sectores políticos y económicos; un claro ejemplo de esto es que la Universidad Técnica de Cotopaxi, dentro de sus planes de acción y expansión viene buscando desde sus inicios como entidad de educación superior autónoma la adjudicación de una frecuencia, aspiración que se ha visto postergada por la burocracia de turno.

Y es que siempre se ha considerado una buena estrategia para establecer un posicionamiento ideológico, el llegar masivamente a la ciudadanía a través, por supuesto, de algún medio de comunicación; llegar a la comunidad y hacer conocer que dentro de la formación de sus estudiantes la propiedad es el sentido humanista, para lograr profesionales integrales, como los promulga ente los postulados que constituyen su Misión, visión y objetivos.

2.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y CIUDADANOS REPRESENTANTES DE DIFERENTES SECTORES POPULARES.

ENTREVISTADA: Dra. Lourdes Tibán asambleísta por Cotopaxi, residente en el cantón Pujilí.

INVESTIGADORAS: Johana Hidalgo y Myrian Palomo

LUGAR Y FECHA: Latacunga 21 de Mayo del 2012

OBJETO DE ESTUDIO: Investigar la Presencia de los indígenas en los medios de comunicación televisados y escritos de la ciudad de Latacunga.

En lo referente a libertad de expresión, ¿Qué opinión tiene de la labor de los medios de comunicación de la ciudad de Latacunga?

La Dr. Lourdes Tibán expresa que al respecto de cómo se maneja la libertad de expresión dentro de los medios de comunicación masiva dan a entender que la comunidad no está informada adecuadamente. Porque la comunicación quiere decir bis a bis, dos personas, entonces como se puede tener la voz de las comunidades, si la comunidad no tiene la oportunidad de expresarse, por lo tanto aquí no hay medios de comunicación sino medios de información, no hay comunicación si no hay información vertical, desde arriba hacia abajo privilegiando lo que piensa el comunicador, el periodista; privilegiando lo que el medio de comunicación quiere dar a conocer, privilegiando lo que está detrás de los grupos de poder.

La libertad de expresión ha sido cortada en el Ecuador permanentemente, se ha confundido lo que es libertad de prensa con lo que es libertad de expresión; habido abusos por parte de la prensa; porque dentro de esa prensa, que es manejada por la clase dominante, el pueblo Ecuatoriano no tiene posibilidad de opinión. Los sectores sociales organizados del pueblo no han tenido la posibilidad de estar en estos grandes medios de comunicación, con su expresión frente a los diferentes problemas del Ecuador. La mayoría de los medios se encuentran parcializados ya sea a movimientos o partidos políticos.

a) Dentro de los medios de comunicación, ¿Cómo cree usted que se afecta a la comunidad?

La Dra. Lourdes Tibán nos dice que al no haber libertad de expresión, al no tener todos los ciudadanos y ciudadanas el derecho de expresarse, hay una restricción, la comunidad recibe lo que le dan los medios, recibe lo que le da la gente que está tras de los medios y; los periodistas, no son los que tienen la verdad y en ningún momento esta autorizados a hablar en nombre de la comunidad.

No se tiene un referente real de lo que sucede en el Ecuador, por parte de los medios, alude la entrevistada: “no se sabe cuánto ha invertido el gobierno en educación, en uniformes y textos no se da a conocer esta realidad que demostraría que si se sirve a los sectores mayoritarios de la población que tiene la educación fiscal; pero tampoco se reconoce que este gobierno se le entrego 400 millones de dólares a los banqueros para su beneficio, esta verdad no conoce la población; y aquí se podría hacer la comparación ¿a quién mismo está beneficiando el gobierno de Rafael Correa? Que podríamos entenderlo mejor si tuviéramos la información correcta.”

En algunos casos la comunidad se da cuenta de como les afecta, se ha escuchado quejas sobre ciertos medios y periodistas, pero no pasa de esto. Sugiere otro de los entrevistados que: “Latacunga es una ciudad de quejas sin la valentía de asumirlas, tenemos este problema y espero que como comunidad podamos asumir que si tengo algo que decir, algo tengo que decirlo y asumirlo, no lanzar la piedra y esconderme tras del muro.”

b) Aquí en la provincia, ¿conoce usted si los medios de comunicación están siendo vigilados y analizados por alguna entidad que permita la participación de los indígenas?

RESPUESTA: Al respecto de la existencia de una entidad que vigile la participación de los indígenas en los medios de comunicación la entrevistada no tiene ninguna referencia, pero expresa que es necesario que exista una institución, para poder hacer un análisis real dentro de los medios de comunicación.

Al tener esta organización o institución, no como una entidad de control sino como una entidad que pueda dar sugerencias, pueda observar, pueda dar a conocer que es lo que realmente está haciendo los medios de comunicación y cuales responde a qué, porque se vive en una sociedad de clases, se puede ir mucho más allá para poder ver el poder que tiene realmente los medios de comunicación frente a la ideologización, frente a la politización, frente a generar conciencia social en los seres humanos, en las personas de la sociedad ecuatoriana.

c) Refiriéndose a ética periodística ¿Cómo ha visto el desempeño de los medios de comunicación en Cotopaxi?

RESPUESTA: En general y particularmente en Cotopaxi, la ética periodística está muy cuestionada en la mayor parte de los medios de comunicación y en la mayor parte de los comunicadores y periodistas, no hay una ética al ciento por ciento. La ética periodística no se la maneja de forma correcta, se ha confundido la comercialización con la noticia, sobre todo en los medios radiales; en los medios impresos se ve otro tipo de problema, que es más bien la falta de investigación, la falta de valoración de las fuentes, se menciona además que en Cotopaxi se sigue vendiendo muchas noticias por cuñas, se sigue vendiendo incluso coberturas investigativas de los muchos periodista. Una de las causas es la formación de la gente, de los comunicadores, por el desconocimiento de la ética dentro de su preparación. También la falta de apego del periodista, sumando a un sinnúmero de actividades que tienen, ligados a tener un mejor ingreso económico, porque los medios de comunicación no garantizan que haya un ingreso que ayude

a tener una mejor sostenibilidad en todos los sentidos para el periodista. Pero también se debe a un fenómeno social en que los medios de comunicación no sirven para un periodismo que fomente la libertad de expresión, la libertad de comunicación, que fomente muchos derechos del ciudadano, si no que van respondiendo intereses económicos, intereses políticos, inclusive intereses de generar una mejor imagen de la persona o del medio de comunicación. Los ingresos económicos son la prioridad en este tema, es por lo que más se vende la ética periodística, se vende el medio de comunicación. En el tiempo de campaña política se da más claro eso, quien más paga tiene más posibilidades de acceder al medio de comunicación.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS

Las postulantes coinciden en que la libertad de expresión es uno de los derechos ciudadanos incluso contemplado en la Constitución Política de Ecuador, y de Cotopaxi especialmente no se ejerce una verdadera libertad de expresión, lo que no ha permitido hacer un justo y claro debate de las propuestas que tienen los sectores populares frente a las soluciones que pueden dar a los problemas que enfrenta la sociedad. La instigación hacía acumular grandes riquezas no permite que este sector del país, al igual que muchos otros sectores, trabaje por un bien común, como sería una educación integral de la persona. Al mencionar medios de comunicación se está mencionando empresas comerciales en donde se vende publicidad, en donde se vende información, esa es la percepción que la mayoría tienen al respecto de lo que es un medio de comunicación; y que por lo general están en manos de los pocos y poderosos grupos económicos a quienes no les interesa que el pueblo participe o se involucre para dar a conocer lo que se hace o debería hacer en el país, limitando de esta forma la libertad de expresión, tornándola tendenciosa. Parcial, subjetiva.

No existe un espacio de control, y por eso los medios de comunicación hacen lo que quieren con el periodismo, con la comunicación. Prácticamente no existe un espacio para los indígenas en la mayoría de medios de comunicación en la ciudad de Latacunga. Se está haciendo un negociado de la comunicación, otros de los temas a tomarse en cuenta es que no únicamente se reconozca la comunicación y la nueva constitución, no que solo haya la comunicación privada comercial, que se pueda comercializar pero en buenos términos; sino también que haya la comunicación y medios públicos y medios comunitarios.

Se hace necesario que haya este control donde los oyentes, televidentes, lectores puedan decir lo que piensan, puedan inclusive censurar a determinados medios de comunicación, a determinado comunicador que no esté de acuerdo con los derechos humanos, que no esté de acuerdo con la ética de la comunicación.

Habiendo analizado la información recogida las postulantes conciertan en muchos aspectos con la entrevista, ya que también ha podido evidenciar los desaciertos que muchos medios de comunicación cometen dentro de lo que constituye su desenvolvimiento. Ciertamente que la mayoría, por no decir todos éstos, cumplen sus funciones con una meta, con un objetivo, nada más y nada menos que el comercial; es lógico que deberán tener una forma de mantenerse y mantener a quienes trabajan para los medios, pero también deben actuar en función del beneficio a la comunidad, ofertando una programación de calidad que vaya a fortalecer el excelente conocimiento de los ciudadanos, mas no mantener a sus públicos entretenidos con asuntos superfluos y a veces hasta generar pesimismo y conformismo con la “oscura realidad” que presentan de nuestros pueblos.

2.4. Análisis e interpretación de la aplicación de las encuestas dirigidas a las muestras poblaciones que se escogieron tanto de un sector geográfico, como de los principales barrios rurales y urbanos de Latacunga.

1.- ¿En la actualidad cree que toda la gente tiene acceso a participar en los medios de comunicación?

CUADRO N°1

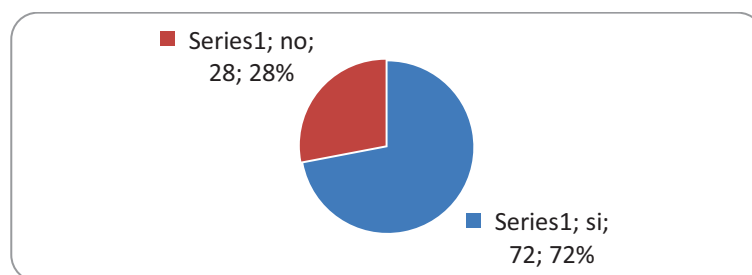
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	72	72
No	28	28
Total	100	100

FUENTE: PERSONAS DE LOS BARRIOS

ELABORADOR POR: LAS TESISTAS

GRAFICO N° 1

ACCESO A PARTICIPAR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Análisis e interpretación: Gran parte de la sociedad tiene acceso a los medios de comunicación, a informarse, entretenerse, educarse; pero muchas de las veces no todos tienen la oportunidad de formar parte de los mismos.

El 28% de personas no tienen acceso a los medios de comunicación, mientras que el 72% si tienen el acceso a los mismos, esto quiere decir que la mayoría de la población se mantiene informada, no obstante podemos reconocer que las personas carecen de un razonamiento profundo para discernir todo aquello que observa, lee, escucha en los medios de comunicación, y en caso de poseerlo no tienen la facilidad adecuada para expresarlo.

¿Usted ha observado y escuchado participar a los indígenas en los medios de comunicación?

CUADRO N° 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	80	80
No	20	20
Total	100	1001

FUENTE: CIUDADANIA DE LATACUNGA

ELABORADO POR: LAS TESISITAS

GRAFICO N°2



Análisis e interpretación: Nuestros indígenas son parte de la sociedad, son personas que merecen ser respetadas, queridas e incluidas en los diferentes medios de comunicación, puesto que todos y todas las personas tienen derecho a un trato bueno y considerable.

Los datos obtenidos indican que el 20% de personas no han visto participar a los indígenas en los medios de comunicación, mientras que el 80% si ven que los indígenas tienen acceso a participar en ellos, Sería importante que la ciudadanía trate de buscar varias fuentes de información donde sean informados por estas personas que son igual a los demás.

¿La contribución de los indígenas en los medios televisados y escritos en su criterio personal es?

CUADRO N° 3

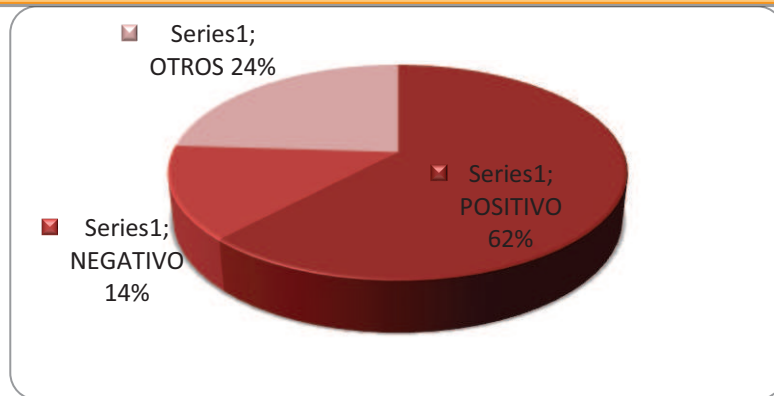
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
POSITIVO	62	62
NEGATIVO	14	14
OTROS	24	24
TOTAL	100	100

FUENTE: DOCENTES DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

ELABORADO POR: LAS TESISISTAS

GRAFICO N°3

LA CONTRIBUCIÓN DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS TELEVISADOS Y ESCRITOS EN SU CRITERIO PERSONAL ES



Análisis e interpretación: Los datos obtenidos indican que una mayoría tiene una idea positiva sobre la contribución que los mismos aportan con un 62%, mientras que otros piensan que no tienen mucha acogida le califican como negativa un 14% y como Otros un 24%. De todas maneras la ciudadanía piensan y creen que los indígenas si tienen acogida dentro de la Provincia de Cotopaxi y sus alrededores. Sería importante que la ciudadanía acepte nuevas alternativas que le permitan hacer un análisis muy crítico de todo lo que obtiene y acoger lo positivo.

¿Qué le parece la participación de los indígenas en los medios de comunicación?

CUADRO N° 4

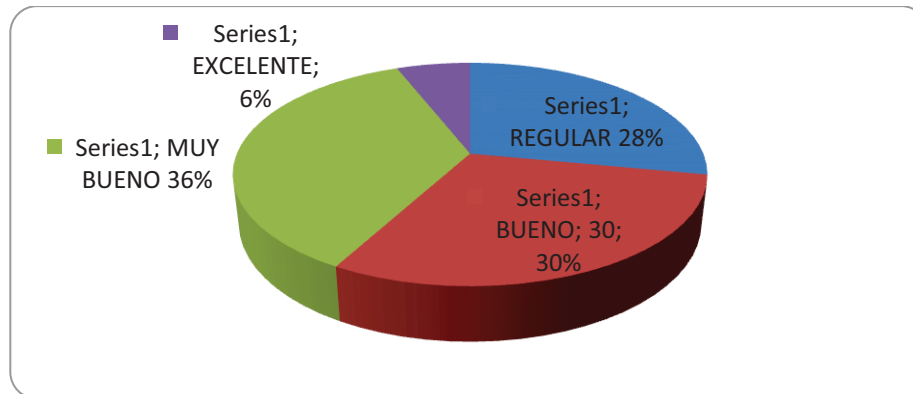
ALTERNA	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	6	6
MUY BUENO	36	36
BUENO	30	30
REGULAR	28	28
TOTAL	100	100

FUENTE: ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ELABORADO POR: LAS TESISISTAS

GRÁFICO N°4

PARTICIPACIÓN DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE



Análisis e interpretación: Los medios de comunicación como la televisión y prensa son instrumentos con la función de informar, orientar, educar y entretener. Es fundamental que busquemos y conozcamos las formas cómo interpretar críticamente lo que nos transmiten: según los datos recogidos el 28% de personas nos dicen que la intervención de los indígenas es regular, el 30% nos dice que es bueno, el 36% muy buena y el 6% excelente.

¿El aporte de los indígenas en los medios de comunicación en Latacunga hace mayor énfasis en el campo?

CUADRO N° 5

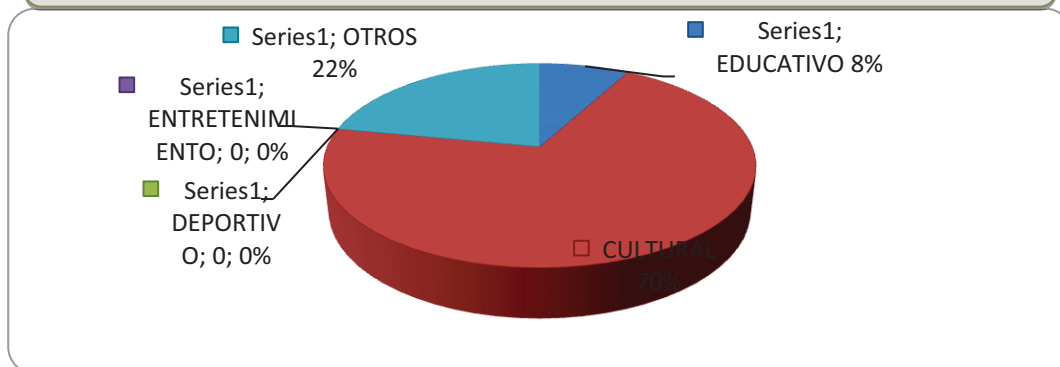
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
EDUCATIVO	8	8
CULTURAL	70	70
DEPORTIVO	0	0
ENTRETENIMIENTO	0	0
OTROS	22	22
TOTAL	100	100

FUENTE: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD

ELABORADO POR: LAS TESISTAS

GRAFICO N° 5

¿EL APOORTE DE LOS INDÍGENAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LATACUNGA HACEN MAYOR ÉNFASIS EN EL CAMPO?



Análisis e interpretación: Uno de los aportes más importantes que tienen los indígenas dentro de los medios de comunicación y que hace énfasis es en el campo Cultural con un porcentaje del 70% mientras que en Otros tiene 22% y en Educativo con un 8% esto demuestra que si pueden tener un mejor desenvolvimiento en el campo de la comunicación. Nos danos cuenta que no tiene énfasis en el campo deportivo y entretenimiento que tenemos 0%, esto es porque no le dan mayor importancia e interés.

Cree usted que es necesario la participación de las zonas rurales en los medios de comunicación televisados y escritos de la ciudad de Latacunga

CUADRO N° 6

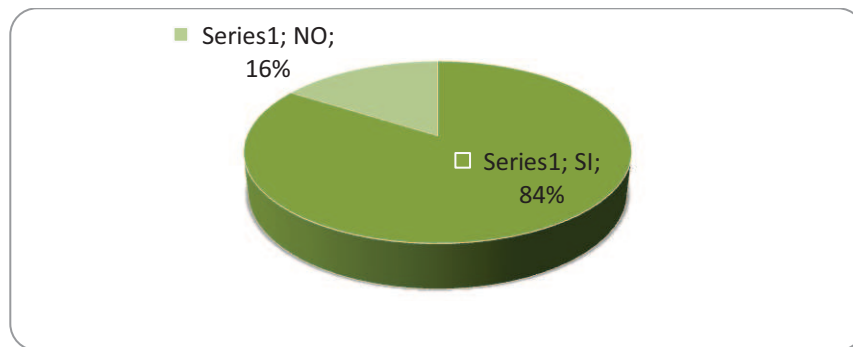
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	84	84
NO	16	16
TOTAL	100	100

FUENTE: BARRIOS RURALES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

ELABORADO POR: LAS TESISISTAS

GRAFICO N° 6

ES NECESARIO LA PARTICIPACIÓN DE LAS ZONAS RURALES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISADOS Y ESCRITOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA



Análisis e interpretación: Es inminente que la participación de las zonas rurales es necesaria en los medios, y esto está comprobado con el 84% de personas que así lo afirman, y solo el 16% de personas piensan que no; Todos y todas las personas somos capaces tanto de informar como de ser informados, puesto que existe la libertad de expresión y los derechos humanos.

¿Sabe usted si los contenidos de la programación de los medios de Latacunga, están siendo vigilados y analizados por alguna entidad que permita la participación de los indígenas?

CUADRO N° 7

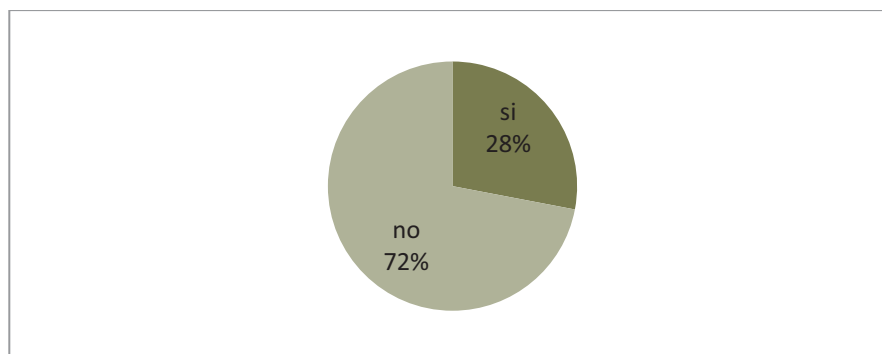
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	28	28
NO	72	72
TOTAL	100	100

FUENTE: CIUDADANIA

ELABORADO POR: LAS TESISTAS

GRAFICO N° 7

LA PROGRAMACIÓN DE LOS MEDIOS DE LATACUNGA ESTA SIENDO VIGILADO Y ANALIZADO POR ALGUNA ENTIDAD QUE PERMITA LA PARTICIPACIÓN DE LOS INDÍGENAS



Análisis e interpretación: Entonces con este preámbulo, entendemos que las personas en un 72% desconocen la existencia de entidades que vigilen que los medios de comunicación permitan la participación de los indígenas, ni siquiera saben a qué entidad o institución le compete realizar esto, mientras que el 28% de personas poseen nociones de lo que son este tipo de entidades.

2.5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.6. CONCLUSIONES

- No solo la tecnología promueve una verdadera comunicación, los indígenas deben ser integrados en los medios para promover un cambio en ellos a través de programas que permitan una real integración.

- Al establecer un esquema al observatorio de medios se convierte en una herramienta con la que contarán los alumnos para beneficiar a la universidad.

- La investigación fue de gran utilidad porque va a fomentar el cambio en los paradigmas donde se encuentran inmersos muchos indígenas.

2.7. RECOMENDACIONES

- Integrar en los medios de comunicación a indígenas a través de programas televisivos, en la redacción y participación de artículos en medios impresos ya que el acto de comunicar y ser comunicado es fundamental para el desarrollo del ser humano.

- Ejecutar el observatorio de medios de acuerdo al esquema propuesto, que sea tomado en cuenta en los medios y utilizado por los alumnos de la universidad.

- Difundir los derechos de los indígenas a través de los medios televisados y escritos, dándoles así un espacio para que sean escuchados.

CAPÍTULO III

3. DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO

Presencia de los indígenas en los medios de comunicación televisados y escritos de la Ciudad de Latacunga.

INSTITUCIÓN EJECUTORA

Universidad Técnica de Cotopaxi

BENEFICIARIOS

Alumnos de la Universidad

UBICACIÓN

La UTC se encuentra ubicada en la Av. Simón Rodríguez s/n Barrio El Ejido Sector San Felipe. Latacunga- Ecuador.

LOCALIZACIÓN FÍSICA

La operacionalidad se hace desde la Universidad Técnica de Cotopaxi a través de la carrera de comunicación social y su implementación en el laboratorio de dicha especialidad.

TÉCNICOS RESPONSABLES

Johana Hidalgo

Myrian Palomo

TUTORA: Lcda. Johana Trávez

3.1. ANTECEDENTES

En Cotopaxi el anhelado sueño de tener una institución de Educación Superior se alcanza el 24 de enero de 1995. Las fuerzas vivas de la provincia lo hacen posible, después de innumerables gestiones y teniendo como antecedente la Extensión que creó la Universidad Técnica del Norte.

La Universidad Técnica de Cotopaxi, al ser pública está representando al pueblo y por lo mismo acoge no solo como eslogan sino como una política de existencia “la vinculación de la universidad con el pueblo”, se debe entonces a cada una de sus demandas y es por ello que siempre está involucrada en los procesos de coyuntura social, política local y nacional.

A través de las manifestaciones culturales como es la danza, el teatro se incluye en el rescate de identidad y logra vinculación social; la denominada extensión universitaria y las practicas pre profesionales también son una forma alternativa de llegar a la ciudadanía.

La UTC al ser pionera en la formación profesional de comunicadores sociales en la provincia permite tener una base fundamentada y argumentos científicos suficientes para poder involucrarse en el análisis y monitoreo de los medios locales y nacionales y hacer una relación en cuanto a si sus actividades están apegadas a los derechos establecidos en la Constitución Política de nuestro país en lo que a comunicación e información se refiere, así como en lo concerniente a transparencia y participación ciudadana.

3.2. JUSTIFICACIÓN

La propuesta de Establecer un esquema de un observatorio de medios en la Universidad, es para analizar la presencia de los indígenas en los medios de comunicación televisados y escritos de la ciudad de Latacunga

Esto involucra a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación a hacer conciencia de lo fundamental que es integrar a los indígenas dentro de los programas a realizarse en los mismos, por lo que con la aplicación del alcance del esquema de observatorio de medios lograremos formar nuevas críticas y

comprometidas con el cambio que deben tener los contenidos en los medios de comunicación social.

Del estudio ejecutado se puede verificar la situación grave que viven muchos sectores sociales, de manera especial los indígenas, los cuales son excluidos de los medios de comunicación, por no desarrollar contenidos y propuestas de acuerdo a sus necesidades, existe una escases de programas realizados por personas indígenas, por lo que esto dificulta a la integración social.

Partiendo desde este parámetro, las postulantes consideran que una forma de incluir a la Universidad y a los alumnos de Comunicación Social al análisis de participación de los indígenas en los medios de comunicación, sería comprometerlos a ser los promotores de lograr una masiva participación de los mismos; es precisamente haciendo posible un monitoreo desde la Universidad Técnica de Cotopaxi, hacia los medios locales de la ciudad de Latacunga.

Se habla entonces de un Alcance de un observatorio de medios donde se pueda examinar la participación de los indígenas en los medios de comunicación televisados y escritos de la Ciudad de Latacunga

3.3. OBJETIVOS

3.3.1. GENERAL

Establecer un esquema de un observatorio de medios en la Universidad, para analizar la presencia de los indígenas en los medios de comunicación televisados y escritos de la ciudad de Latacunga.

3.3.2. ESPECÍFICOS

- Analizar los principales medios de comunicación locales de la ciudad, con la finalidad de conocer si existe o no la presencia de indígenas en los medios.
- Lograr monitorear mediante el observatorio de medios la presencia de los indígenas en los medios.
- Encaminar un seguimiento al esquema del observatorio de medios para que sea puesto en práctica por los alumnos de comunicación social.

3.4. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El monitoreo de medios surge cuando se considera con preocupación la capacidad que pueden tener los medios de comunicación masivos para influir en el pensamiento del público al que están dirigidos. Esta práctica consiste en dar seguimiento, organizar y clasificar el contenido de los medios de comunicación. Dependiendo de la finalidad del monitoreo, este se llevará a cabo con relación a un tema específico que es la presencia de los indígenas en los medios de comunicación.

- Reconocimiento de la importancia de la presencia de los indígenas en los medios de comunicación.

- Requerimiento de otro público consumidor de medios.

- Ejercicio firme, normal y sistemático de monitoreo.

- Convicción de la importancia de divulgar sus actividades.

Poniendo una adecuada atención a las representadas estimulaciones para la ejecución del observatorio y puestas a lograr este acometido en la ciudad, las investigadoras proceden a presentar el esquema del observatorio de medios al interior de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

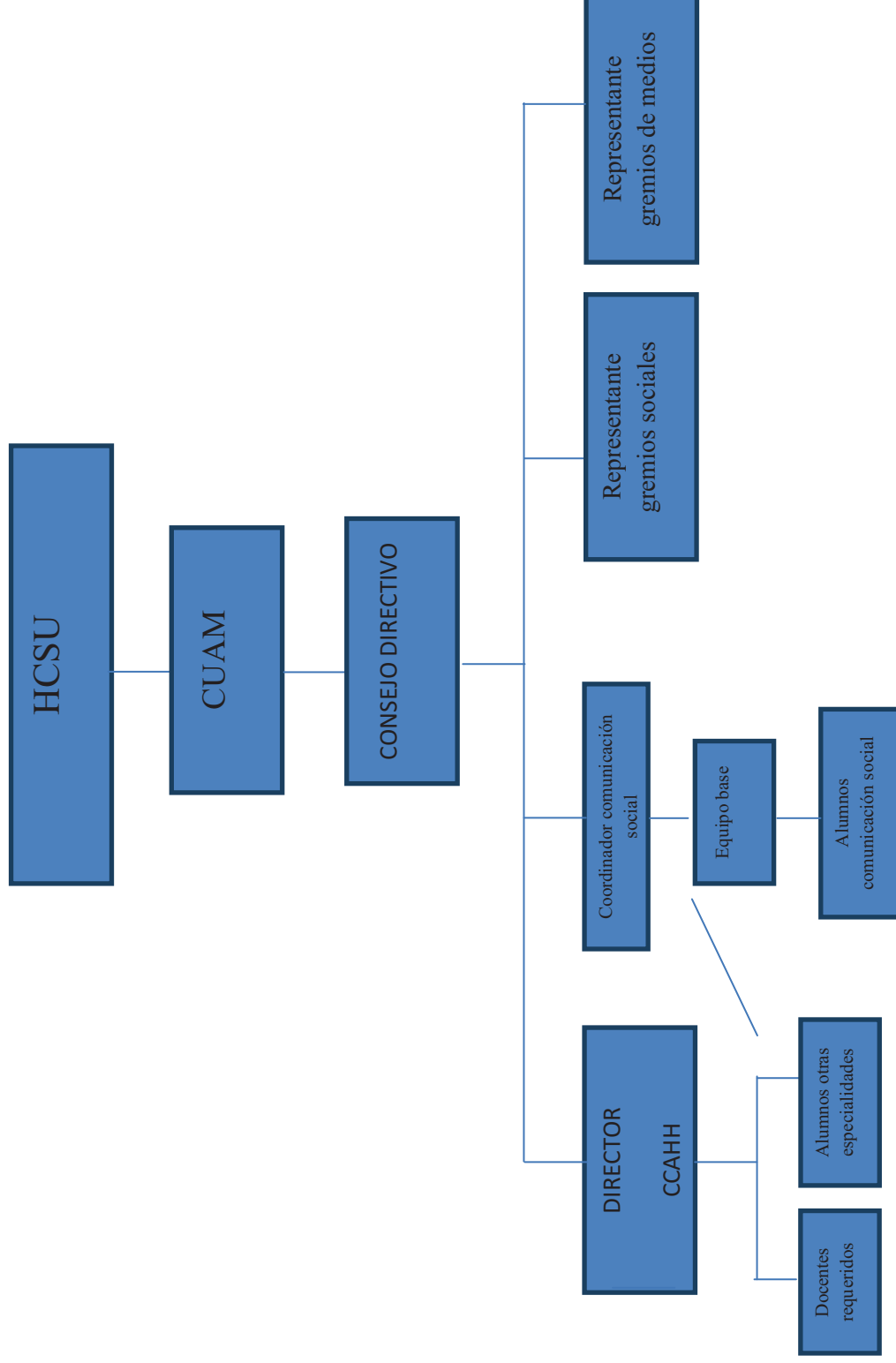
3.5. DENOMINACIÓN DE LA PROPUESTA

La entidad Universitaria de Cotopaxi como Alma Mater de la provincia siempre ha estado preocupada por incluirse en la vida ciudadana para conocer su problemática y aportar con soluciones viables a la misma; y es así que ha venido trabajando en diferentes frentes para poder lograr este objetivo.

Las actividades y labores que se realicen estarán sujetas a las decisiones del Consejo Directivo del Observatorio.

Por medio de este Observatorio de Medios se podrá analizar, debatir, verificar la participación de los indígenas como profesionales de la materia y consensuar el desempeño de los medios de comunicación local; con la orientación del equipo base del observatorio.

3.6. DISPOSICIÓN ORGANIZATIVA



3.7. ADMINISTRACIÓN DEL OBSERVATORIO DE MEDIOS

Todas las actividades a realizarse estarán bajo la responsabilidad de las siguientes autoridades:

- a) Msc. Rocío Peralvo, Directora de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y humanísticas.
- b) Msc. Lorena Álvarez, Coordinadora del Área de Comunicación Social.
- c) Docentes de Comunicación Social

Además se contara con los alumnos de la carrera, quienes darán los respectivos seguimientos al esquema del observatorio de medios.

4. DETERMINACIÓN DE RECURSOS

4.1. HUMANOS

- El concejo directivo como ente principal de control y desarrollo del observatorio estará conformado en primer término por el funcionario encargado de la dirección de la unidad académica de ciencias Administrativas y Humanísticas, en segundo término por el docente encargado de la coordinación general de la especialidad de comunicación social, en tercer término con un representante de los sectores populares de la ciudad Latacunga agremiados en las diferentes organizaciones y por ultimo un representante del gremio de medios.
-
- El equipo base que estará bajo la dirección del coordinador general de la especialidad de Comunicación Social, estará conformado por alumnos de diferentes ciclos de esta misma especialidad y de acuerdo con las temáticas que se vayan presentando para estudiarse se sumarán también alumnos de otras especialidades, quienes colaboraran y participaran en los análisis de los temas

5. RECURSOS TÉCNICOS

- Computadora
- Impresora
- Televisión
- filmadora
- Radio grabadora

5.1. MATERIALES

- Periódicos (prensa escrita)
- Hojas de papel bond
- Esferográficos
- Muebles archivadores

6.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LOS ESPACIOS QUE CONTIENE LA TEMÁTICA PLANTEADA

Los medios deberían ser un instrumento de aporte al conocimiento de la ciudadanía, donde participen los indígenas ya que ellos también tienen el derecho de informar y ser informado.

Con la finalidad propuesta se obtienen los siguientes resultados:

- 8 meses (mayo-diciembre) del espacio de redacción en kichua, en el diario la Hora; redactados los días sábados cada quincena en el 2010.

- TV MICC es un canal de televisión indígena, creado en el 2009 tiene la participación de indígenas toda su jornada laboral.

A continuación el resultado de análisis de los insumos recogidos referente al género de opinión que trata la materia fijada:

Diario “La Hora” -. Dentro de los ejemplares captados aparecen 32 artículos escritos en kichua que tratan de política, animales domésticos, mujeres indígenas, el agua, medio ambiente, etc.

Es lamentable que ya no exista en la actualidad un espacio escrito por indígenas, esto se da porque el diario ya no tiene la colaboración de ellos.

Pero si existe reportajes que se les realiza a los indígenas políticos o cuando hay justicia indígena y marchas organizadas por los mismos.

Mientras que el Diario los Andes y el Diario la Gaceta no tiene archivos de participación de indígenas en sus columnas periodísticas, pero si aportan con noticias recopiladas de la participación de indígenas en los diferentes campos laborales y diferentes situaciones sucedidas.

TV MICC canal 47 es un canal donde los indígenas son los protagonistas, este medio de comunicación es creado con la finalidad de que los indígenas sean escuchados y valorados. Aquí se puede ver la presencia de los mismos todos los días, haciendo el papel de entrevistados y entrevistadores, de reporteros, camarógrafos, etc.

En TV Color Canal 36 de la ciudad de Latacunga, propiedad del Lcdo. Freddy Caicedo, no tiene un espacio específico para indígenas pero en su programa Hablando Claro en ocasiones entrevistan a indígenas como la Dra. Lourdes Tibán, Dr. César Umajinga o representantes indígenas de algún partido político.

Las investigaciones demuestran que dos de los medios observados si actúan como sujetos un tanto pasivos en la emisión de información y opinión, donde hay participación indígena, mientras que en los demás medios de comunicación existe una mínima intervención de los mismos.

7. ANÁLISIS CUANTITATIVO

En este análisis cuantitativo se puede observar cuantas veces los indígenas fueron partícipes de los medios de comunicación, ya sea de entrevistados, entrevistadores o simplemente de invitados, en el siguiente cuadro los resultados:

DIARIOS	FECHA	PRESENCIA	TOTAL
La Hora	01 al 30 de mayo del 2012	SI	8
La Gaceta	01 al 30 de mayo del 2012	SI	7
Los Andes	01 al 30 de mayo del 2012	SI	5
TELEVISION			
TV Color anal 36	01 al 30 de mayo del 2012	SI	10
Tv Micc Canal 47	01 al 30 de mayo del 2012	SI	30
Elite Canal 45		SI	13

Fuente: Estudiantes UACCAAHH de la UTC
Elaborado por: Investigadoras

7.1. PLAN OPERATIVO

MEDIO	FECHA	PAGINA	GENERO
LA HORA	13 de Mayo al 13 de Junio.	Interior A8	Noticia
La Gaceta	13 de mayo al 13 de junio	Interior B3	Noticia
Los Andes	13 de mayo al 13 de junio	Interior A2	Noticia
TV Color canal 36	13 de mayo al 13 de junio	Hablando Claro	Opinión
Elite Canal 45	13 de mayo al 13 de junio	Noticiero	Noticia

8. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

Las postulantes consideran que fue una propuesta interesante porque con esto se logró monitorear la presencia de los indígenas en los medios de comunicación. La presente propuesta permitió a las postulantes valorar y fomentar los derechos de los indígenas y a incluirlos en la sociedad.

9. PRESUPUESTO

RECURSOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR
Hojas		2000	20.00
Grabadora		1	150
Filmadora		1	600
Flash		2	40.00
Computadora		1	1000
Esferos		10	3.00
Impresora		500	180.00
Internet	80h		80.00
Libros	20		250.00
Imprevistos			200.00
TOTAL			2.523

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

- www.fundamedios.org.
- <http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicación>
- www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=2216-43k
- <http://es.wikipedia.orgAA/iki/comunicacion%c3%B3nhttp>.
- [//www.uv.es/6sft/pdi/NTIC.pdf](http://www.uv.es/6sft/pdi/NTIC.pdf).

- <http://www.google.com>
- <http://www.biblioteca.ump.es/manuales/citabibliografia.htm>
- <http://www.monografias.com>

- Paul Lazarsfeld (From Wikipedia, the free encyclopedia)AMARC (Choike.org)

- Genaro Bautista Publicado en ALAI 428<http://alainet.org/active/30950>
- Chomsky www.chomsky.com

LIBROS CITADOS:

- **Elías Joan**, Más allá de la Comunicación, Barcelona, Editorial: **Gestión 2000. Grupo Planeta**, Año: **2000. Pág. 09**
- **Armand Mattelart**, La mundialización de la comunicación, Barcelona 1998. **Pág. 10**
- **Magnus Hans**, los medios de comunicación, Alemania 1971. **Pág. 17**
- **Gran enciclopedia de Venezuela**. Prensa escrita, Caracas Venezuela. **Pág. 27**

- **Bautista Genaro**, Derecho a la comunicación, México 2007.
Pág. 32

LIBROS CONSULTADOS:

- Max Peter Baumann "Escuchando la voz de los pueblos indígenas"
- Rivedeira Prada, Periodismo.
- Comunicación multicultural en Iberoamérica (José Marques de Melo)
- Marketing y comunicación (José Sixto García)
- Inteligencia colectiva (Pierre Lévy)
- Manual de periodismo independiente (Deborah Potter)
- Periodismo (Mark Briggs)
- Los desafíos del periodismo (Media Matters)

Lugares de investigación

- Diario "La Hora"
- Diario "La Gaceta"
- Diario "Los Andes"
- Canal 45 "Tv MICC"
- Canal 36 "Tv Color"

AMÉRICAS



