



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO:**

COMUNICACIÓN PARA LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA  
SARAGURO A TRAVÉS DE LA RADIODIFUSIÓN EN LA COMUNIDAD  
DE CAÑICAPAC

Tesis previa a la obtención del título  
de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación Social.

**AUTOR:**

ÁNGEL PATRICIO SUQUILANDA MEDINA

**DIRECTORA:**

LIC. ISABEL MARÍA ENRRÍQUEZ JAYA, MG.SC

**LOJA – ECUADOR**

2016

## CERTIFICACIÓN

Magister.

Isabel María Enrríquez Jaya

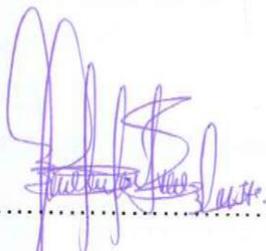
**DIRECTORA DE TESIS**

### CERTIFICO:

Que la tesis titulada **Comunicación para la Cultura del Pueblo Kichwa Saraguro a través de la Radiodifusión en la comunidad de Cañicapac**, realizada por el postulante Ángel Patricio Suquilanda Medina, ha sido dirigida, orientada y revisada en todas sus partes, durante el proceso de investigación.

Cumple con los requisitos exigidos por las normas generales para la graduación, en virtud autorizo la presentación del mismo, para la calificación, sustentación y defensa correspondiente.

Loja, marzo del 2016

f).....  


Lic. Isabel María Enrríquez Jaya, Mg.Sc

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, **Ángel Patricio Suquilanda Medina**, declaro ser el autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio institucional-biblioteca virtual.

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**Firma:** .....

ÁNGEL SUQUILANDA

**Cédula N°:** 1104396906

**Fecha:** Loja, 08 de Marzo del 2016

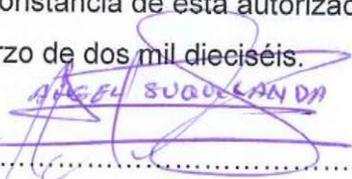
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Ángel Patricio Suquilanda Medina, declaro ser autor de la Tesis titulada: **COMUNICACIÓN PARA LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA SARAGURO A TRAVÉS DE LA RADIODIFUSIÓN EN LA COMUNIDAD DE CAÑICAPAC**, como requisito para optar al Grado de: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL. Autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 08 días del mes de marzo de dos mil dieciséis.

Firma: .....

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**Cédula:** 1104396906

**Dirección:** Loja, Barrio Las Palmeras

**Correo electrónico:** mailto:patounl@gmail.com

**Teléfono:** 2573740 - 0986443665

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTORA DE TESIS:** Lic. Isabel María Enríquez Jaya, Mg.Sc

**TRIBUNAL DE GRADO**

Lic. María del Cisne Suárez E, Mg.Sc. (Presidente)

Ing. Jaime Chillogallo, Mg. Sc (Vocal)

Dr. Danilo Charchabal Pérez, PhD (Vocal)

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social por abrirme las puertas para poder consolidar mis metas a lo largo de mi vida, luego a mis maestros que me supieron guiar por el camino de la excelencia académica, además a los medios de comunicación, Radio Frontera Sur y Radio el Buen Pastor, especialmente a los Gerentes de éstas radios Mgs. Marco Antonio Zhigüi y Dr. Luis Vacancela en su orden respectivamente por aportar con su tiempo, interés e información de las instituciones que representan. De igual forma a la comunidad de Cañicapac por la apertura en la realización de las encuestas. Por último quiero dejar mi más sentido agradecimiento a mi Directora de Tesis Mgs. Isabel María Enríquez Jaya, por su tiempo, preocupación, apoyo y dirección con su valioso conocimiento en la culminación del presente trabajo investigativo.

*Ángel Patricio Suquilanda*

## DEDICATORIA

*A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante el periodo de estudio.*

*A mis padres, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron.*

*Mis hermanos, Fanny, Efrén y Beatriz, por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.*

*Ángel Patricio Suquilanda*

## ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

TIPO DE DOCUMENTO	AUTOR/NOMBRE DEL DOCUMENTO	FUENTE	FECHA Y AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DEGRADACIONES	NOTAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIAL	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
<b>TESIS</b>	Ángel Patricio Suquilanda Medina  COMUNICACIÓN PARA LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA SARAGURO A TRAVÉS DE LA RADIODIFUSIÓN	UNL	2015	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	SARAGURO	SAN PALO DE TENTA	CAÑICAPAC	CD	Lic. Ciencias de la Comunicación Social

## MAPA GEOGRÁFICO DE SARAGURO

### UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN SARAGURO



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=mapa+geografico+de+saraguro>

### COMUNIDAD CAÑICAPAC DE LA PARROQUIA SAN PABLO DE TENTA



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=mapa+geografico+de+saraguro&bc>

## ESQUEMA DE CONTENIDOS

- i. PORTADA
  - ii. CERTIFICACIÓN
  - iii. AUTORÍA
  - iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS
  - v. AGRADECIMIENTO
  - vi. DEDICATORIA
  - vii. ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN
  - viii. UBICACIÓN GEOGRÁFICA
  - ix. ESQUEMA DE CONTENIDOS
- 
- a. TÍTULO
  - b. RESUMEN
  - c. INTRODUCCIÓN
  - d. REVISIÓN DE LITERATURA
  - e. MATERIALES Y MÉTODOS
  - f. RESULTADOS
  - g. DISCUSIÓN
  - h. CONCLUSIONES
  - i. RECOMENDACIONES
  - j. BIBLIOGRAFÍA
  - k. ANEXOS

**a. TÍTULO:**

COMUNICACIÓN PARA LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA  
SARAGURO A TRAVÉS DE LA RADIODIFUSIÓN EN LA COMUNIDAD  
DE CAÑICAPAC

## **b. RESUMEN**

La presente tesis hace referencia a: COMUNICACIÓN PARA LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA SARAGURO A TRAVÉS DE LA RADIODIFUSION EN LA COMUNIDAD DE CAÑICAPAC. Se ha estructurado y desarrollado de acuerdo a los reglamentos de régimen académico de la Universidad Nacional de Loja.

La problemática nos ha permitido ahondar en un análisis del contenido de las programaciones de las dos radios existentes y ¿determinar qué impacto tiene en el diario vivir de los pobladores kichwa Saraguro de la comunidad de Cañicapac la falta de comunicación para su cultura a través de la radiodifusión?

El objetivo general fue: Determinar cómo incide la falta de comunicación cultural del pueblo Kichwa Saraguro en la comunidad Cañicapac de la parroquia Tenta, cantón Saraguro al rescate de su identidad cultural.

La metodología que se aplicó en la presente investigación fue: el método científico deductivo, inductivo, e histórico. Mientras que la técnica utilizada fue la encuesta, aplicada a los pobladores de la comunidad Cañicapac; y la entrevista fue ejecutada a los Gerentes de las Radios Frontera Sur y Buen Pastor.

Los resultados obtenidos de las 209 encuestas aplicadas a los habitantes de la comunidad de Cañicapac, se toma como referencia la cuarta pregunta ¿Cree usted que en la actualidad en la comunidad de Cañicapac existe un tipo de comunicación para la cultura Kichwa de Saraguro a través de la radiodifusión? Dando como resultado que el 88,5% consideran que no existen programaciones de difusión de su cultura a través de la radio, en la décima pregunta ¿Considera necesario la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro? el 95.7% mencionan que es necesario la creación de un programa de difusión de su cultura.

## **SUMMARY**

This thesis refers a: communication for the culture of the village KICHWA SARAGURO to through of the broadcasting in the community of CANICAPAC. He has structured and developed according to the regulations of the Universidad Nacional de Loja academic regime.

The problem has allowed us to delve deeper into an analysis of the content of the schedules of the two existing radio stations and would determine is impact on the daily living of the settlers Saraguro kichwa of the community of Canicapac the lack of communication to their culture through broadcasting?.

The general objective was to: determine how to inflect the lack of cultural communication of the Kichwa Saraguro people in the Canicapac community of the parish Tenta, Saraguro canton to the rescue of their cultural identity.

The methodology applied in this research was: the deductive, inductive, scientific and historical method. While the technique used was the survey, residents of the Canicapac community; and the interview was carried out to the managers of the southern border radii and good Shepherd.

The results of the 209 surveys applied to the inhabitants of the community of Canicapac, is referenced the fourth question Do you think that today in the community of Canicapac there is a type of Saraguro Kichwa culture through broadcasting communication? Resulting to 88.5% consider that programmes of dissemination of their culture through the radio, in the tenth question there are no considers it necessary to the creation of a program of broadcasting in order to inform and educate listeners in terms of Kichwa Saraguro culture? 95.7% mentioned that the creation of a programme for the dissemination of culture is necessary.

### **c. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación, se basa primordialmente en la dificultad que se presenta en el cantón Saraguro, en relación a la falta de programaciones culturales en los medios de comunicación radial, los cuales no difunden, ni poseen dentro de los contenidos culturales, que mencionen la importancia y la riqueza cultural, que posee los Kichwa - Saraguros.

La falta de interés tanto de la población en general como precisamente los medios de comunicación radiodifusores en proteger y cultivar su riqueza cultural, valores, principios, tradiciones, costumbres, idioma y su gastronomía; ha hecho que se genere la pérdida de sus valores autóctonos y adquieran culturas ajenas mancillando su propia identidad.

*La diversidad étnica es la variabilidad de lenguajes, tradiciones, costumbres, creencias religiosas, tipos de alimentación, usos de recursos, técnicas, y tecnologías, entre muchas otras prácticas, que crea el género humano (Castells, 2009).*

Ante esto es necesario puntualizar que el problema central es: ¿QUÉ IMPACTO TIENE EN EL DIARIO VIVIR DE LOS POBLADORES KICHWA SARAGURO DE LA COMUNIDAD CAÑICAPAC LA FALTA DE COMUNICACIÓN PARA SU CULTURA ATRAVÉS DE LA RADIODIFUSIÓN?

Por lo que se plantearon los siguientes objetivos; determinar cómo incide la falta de comunicación cultural del pueblo Kichwa Saraguro en la

comunidad Cañicapac de la parroquia Tenta, cantón Saraguro al rescate de su identidad cultural, este como Objetivo General, y como objetivos específicos fueron: fundamentar mediante contenidos teóricos la comunicación cultural del pueblo kichwa Saraguro; indagar las razones y los factores de la pérdida de identidad cultural de la comunidad Cañicapac; plantear una propuesta alternativa: Elaborar un programa radial para el pueblo kichwa Saraguro de la comunidad Cañicapac; aplicar la propuesta alternativa para los habitantes del pueblo kichwa Saraguro; y, evaluar el impacto de la propuesta alternativa: Programa radial para la comunidad Cañicapac.

En lo que respecta a la metodología está fue de enfoque cualitativo, ya que permitió recoger información de las encuestas y entrevistas que permiten analizar las cualidades o razones de las respuestas de los instrumentos aplicados. Siendo el diseño de tipo experimental, utilizado en el desarrollo de las variables de la problemática central, con el fin de analizarlas y arribar a conclusiones personales; y pre-experimental, permitió la asociación entre dos o más variables de la problemática y relacionarlas, buscando explicaciones alternativas a la temática. Los métodos que se aplicaron fueron: científico, deductivo, inductivo y el histórico. Mientras que las técnicas que se ejecutaron fueron: el análisis, síntesis, encuesta (209 personas de la comunidad Cañicapac de Saraguro) y la entrevista (2 propietarios de las radiodifusoras del cantón Saraguro)

La investigación que ha continuación se presenta, tiene un perfil bien marcado, pues busca proponer una alternativa de difusión cultural a través de las radio de la localidad del cantón Saraguro, sobre las tradicionales, costumbres, conocimientos y vivencias del pueblo Kichwa Saraguro, este resultado se consolidó a lo largo de la indagación que se presenta.

El trabajo de tesis aborda temáticas que proponen una alternativa de comunicación radial para salvaguardar la identidad cultural de los Kichwa Saraguro, partiendo desde la forma de vida de esta cultura, para su conservación.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, se lo dividió en capítulos, siendo el Capítulo I denominado “Comunicación Social”, en donde se detallaron conceptos y análisis sobre los medios de comunicación, los tipos de comunicación, la radio, la prensa, la televisión, los medios de comunicación y cultura, la radio en el ámbito cultural, el fortalecimiento étnico, la pérdida de identidad, el periodismo cultural, el pueblo Kichwa Saraguro, modus vivendi, cultura, costumbres, idioma, gastronomía y sus fiestas. Mientras que en el Capítulo II denominado “La radio difusión comunitaria”, se detallaron temas como su definición, la historia de la radio comunitaria en el Ecuador, la diferencia entre radio comunitaria y privada, la participación de una radio comunitaria.

Al respecto, para el análisis de la problemática objeto de estudio se empleó el enfoque cualitativo y su diseño fue pre y experimental. Además

se aplicaron métodos como el científico, deductivo, inductivo e histórico. Mientras que las técnicas y procedimientos fueron el análisis, síntesis y la encuesta, los cuales fueron desarrollados a lo largo de la indagación de campo, permitiendo establecer la existencia de programación radial cultural.

En los resultados obtenidos, es necesario rescatar que existe un inadecuado desarrollo de espacios radiales existentes en el pueblo Kichwa Saraguro, ya que permite la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales, permitiendo la inserción de culturas ajenas o extranjeras y, que es urgente para el rescate cultural y afincamiento de la cultura y raíces autóctonas de los Kichwa Saraguro, la creación en cualquiera de las radios investigadas de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto la difusión de su cultura.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **CAPÍTULO I**

#### **COMUNICACIÓN SOCIAL**

##### **Medios de comunicación**

Según Flores (1998) menciona que Aristóteles señala que la comunicación, no es más que un proceso que busca la persuasión por cualquier medio posible. Por lo que la comunicación no sólo es el acto de transmitir información, sino que se basa en la calidad de la recepción del mensaje y el de cumplir con su objetivo o propósito para el que fue diseñada (pág. 178).

Para Sandoval (1990) en cambio considera que; *“Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial, pues su condición de gran valor social, que desde su origen son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva”* (pág.55).

De igual forma García, López & Ruíz (2011) afirman que los medios de comunicación son y están al servicio de los intereses del pueblo, por ende del poder. Pero también en la prensa, la radio, el cine, la televisión, la publicidad e Internet se han creado espacios para la pluralidad, el diálogo, la reflexión, la crítica constructiva, la solidaridad, la convivencia, la diversidad, la transmisión de valores. (pág.110)

Los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; de ahí, que el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa, finalmente, se expresa y, se comunica.

Los medios de comunicación en la actualidad la denominan el cuarto poder, es decir los medios de comunicación tiene una incidencia social trascendental, ya que pueden influir sea positiva como negativamente, esto de acuerdo a la información y a su veracidad que transmitan.

### **Tipos de medios de comunicación**

Al respecto Beth (2010) existen distintos tipos de medios de comunicación:

**Medios primarios.-** Son los medios de contacto elemental humano que permiten la comunicación sin instrumentos ni aparatos.

**Medios secundarios.-** Para su producción es necesario un aparato aunque no para su percepción. Estos son los productos de la prensa que por su realización periódica tienen un modo concreto de elaboración, diario, periódico; los cuales no necesitan de un aparato para su recepción o lectura.

**Medios terciarios.-** Necesitan aparatos en la parte del productor y también del consumidor. Un film necesita un proyector, un lector

de DVD, la señal de televisión requiere antenas y un televisor, la radio el receptor, el internet el ordenador (aunque es un medio interactivo, el internet sigue siendo un medio terciario ya que no es más que un canal), etc. Esto significa que si hay algún problema en la técnica de transmisión es complicada la interpretación de lo visto. Estos aparatos en la parte del consumidor elevan los costos del medio

**Medios masivos.-** Se dirigen a un público, un numero de seres humanos heterogéneo y anónimo. No hay una relación personal, se realiza a través de instrumentos técnicos de transmisión de la imagen y el sonido llamados más media. Los principales medios masivos son: televisión, radio, internet, periódico, revistas, cine. Por medio de ellos se puede exponer la comunicación social y la comercial.

**Medios auxiliares complementarios.-** Se dirigen a un público reducido, iniciando una relación más cercana con la población a la que está dirigida. Dentro de estos medios se encuentran la publicidad interior, exterior y directa.

**Medios alternativos.-** Son formas de comunicación que llegan a una gran variedad de público, utilizando para esto medios poco tradicionales. Son alternativas a los medios masivos como la radio, televisión, prensa, que no están al alcance por el nivel técnico y económico que se necesita para desarrollarlos. De esta forma se

presenta una mayor facilidad de apropiación convirtiéndolo en un canal comunicación efectivo entre grupos utilizando estas mismas herramientas. Algunos ejemplos son: carteleras, volantes, cartas, envíos por fax, e-mail, etc. (pág.251).

De acuerdo con esta determinación de tipos de medios, los medios primarios se basan en el contacto primario del ser humano mediante un instrumento u objeto, los medios secundarios son los que necesitan para su desarrollo un aparato u objeto de recepción, los medios terciarios son los que necesitan de un productor y un consumidor; además los medios masivos utilizan instrumentos técnicos de transmisión de la imagen y el sonido, los medios auxiliares complementarios son dedicados a poblaciones más cercanas que no necesitan de grandes o dificultosos sistemas o instrumentos y por último los sistemas alternativos son de comunicación que llegan a una gran variedad de público, utilizando para esto medios poco tradicionales.

Con respecto a esta temática, Vargas (2001) determina que los tipos de medios de comunicación son:

**Medios masivos:** Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación:

**Televisión:** Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento.

**Radio:** Es un medio "solo-audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad.

**Periódicos:** Son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales.

**Revistas:** Son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.

**Internet:** Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales.

**Cine:** Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad. Sus ventajas son: Audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color.

**Medios auxiliares o complementarios:** Este grupo de medios incluye los siguientes tipos de medios de comunicación:

**Medios en exteriores o publicidad exterior:** Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre.  
**Publicidad Interior:** Consiste en medios visuales (y en algunos casos incluyen audio) colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente.

**Publicidad directa o correo directo:** Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual.

**Medios alternativos:** Son aquellos medios que no se encuentran en las anteriores clasificaciones y que pueden ser muy innovadores (pág.211).

De acuerdo con Vargas, los medios de comunicación tan solo se basan en medios masivos en donde está la televisión, la radio, los periódicos, revistas, el internet y el cine. Mientras que los medios auxiliares o complementarios incluye a los medios exteriores, la publicidad interior y la publicidad directa. Por último los medios alternativos, que son los que actualmente se relacionan con la innovación y tecnología como las redes sociales.

Mientras tanto Alarcón (2005) divide a los medios de comunicación de forma general, en tres grandes grupos de acuerdo a:

**a) Medios masivos:** Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios medidos.

**b) Medios auxiliares o complementarios:** Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado. También se conocen como medios no medidos.

**c) Medios alternativos:** Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. (pág.65)

Los medios de comunicación inciden en la sociedad, en las diferentes generaciones, moldean sus gustos, informan educan, distraen; siendo de esta manera instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se mantienen al tanto de los últimos acontecimientos.

### **La Radio**

Con referencia a esta temática Davara (1990) afirma que la radio sigue siendo, el principal medio de comunicación universal. Los ciudadanos se enteran de las noticias por la radio, las confirman por la televisión y las reflexionan, al día siguiente, con el diario; los que leen los diarios, por supuesto, que son una minoría, mientras que la radio la escuchan todos (pág.34).

Sánchez & Bravo (1999) consideran que la radio es el medio de comunicación a distancia, que mediante sonidos, difunde por vía hertziana unos contenido, los mismos que son cristalizados en unidades de programas que se yuxtaponen en continuidad para formar una emisión, a una audiencia numerosa, disgregada y heterogénea, que en algunos casos, como el de los

radioaficionados permite la respuesta por el mismo sistema (pág.112).

Sin duda alguna Willians (1971) asevera que; *“La radio es un medio de comunicación universal y un instrumento poderoso, incitador e inquietante. Este medio capaz de informar, formar o educar, y también, por qué no decirlo, de deformar la realidad y sus casi siempre plurales verdades”*. (pág.24).

De tal manera que la radio es considerada como uno de los medios de comunicación globales, ya que imponen limitaciones, tendencias y comportamientos. Los mensajes que aporta son sonoros, por lo que en la actualidad es uno de los principales enemigos tecnológicos, ya que la radio trata de recobrar la imaginación de los radioyentes aportando a su intelecto, personalidad y como tal a la sociedad.

### **La prensa**

Por su parte Morán (2009) establece que la prensa escrita viene a representar un medio a través del cual se expresan ideas y planteamientos de determinados grupos sociales en un tiempo y espacio dado. Ante esto, el periodista es quien redacta y maneja las ideas y argumentos que se expresarán, posteriormente, en los medios de comunicación. (pág.56).

Rodríguez (2013) en cambio expresa que uno de los grandes afectados por la revolución digital es el sector de la prensa escrita.

El modelo de negocio tradicional del periódico en papel basado en la publicidad y en el pago por los contenidos no funciona en el siglo entrante, y se alzan las voces de los profetas que vaticinan la desaparición total de esta rama del periodismo (pág.11)

Al respecto Osorio (1993) piensa que: *“A más de la máquina impresora y de la imprenta como tales, es el conjunto de publicaciones periódicas, que otorgan beneficios y riesgos de la libertad de prensa”.* (pág. 32)

De ahí que existe diversidad de términos con los que se ha definido a la prensa escrita tanto por su relación directa con las maquinarias de imprenta que se utilizan para su publicación, como por la regularidad que se publica, así tenemos que se lo conoce como, diario, periódico, etc. Es así que, la prensa escrita tradicionalmente ha utilizado el papel para la realización de publicaciones masivas, como lo había señalado anteriormente de acuerdo a cierta regularidad, estas publicaciones han contribuido significativamente al desarrollo de los pueblos, al comercio, a la educación, y sobre todo se ha convertido en un pilar fundamental en la información.

### **La televisión**

Sin duda alguna Rincón (1999) señala que: *“La televisión, es uno de los medios más interesante para las personas, puesto que posee gran atractivo potencial y actuación social; siempre se ha encontrado en el centro del debate social, político y educativo”.* (pág.233)

Entorno a la televisión, como medio de comunicación Vilian (2001) establece que: *“La televisión es parte de nuestro ambiente, incluso en ocasiones es considerada como parte de nuestra familia, es por eso que no cabe duda de nuestro comportamiento influido por la televisión”.* (pág.60)

Orozco (1998) afirma que la televisión es un medio de información generalizada e informal, que llega a todo público sin importar la edad, sexo o estatus social, esto hace que los mensajes puedan circular libremente por los canales y ser captados por cualquier persona. En este caso influye en cómo se relacionan los niños entre sí, con sus padres y en general, con el mundo que les rodea. (pág.12)

En síntesis, la televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usada por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y de entretenimiento. Por último, cabe mencionar que la televisión se impone sobre otros medios y deja atrás al cine por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del conjunto de hábitos de cualquier hombre de nuestra época, la televisión está en el hogar, solo se necesita encenderla. Para tal efecto la televisión es un medio general y mundial, pues toda persona puede tener acceso a este medio y no tan solo eso, sino que es de gran aceptación social, como medio de información y entretenimiento, por lo que de forma consciente e inconscientemente

modifica nuestra forma de pensar, actuar y en algunos casos nuestros hábitos y cultura.

## **Medios de Comunicación y Cultura**

Martín (1987) menciona: *“La comunicación y la cultura se entrelazan al punto de que las relaciones sociales de los sujetos se conciben en torno a la cultura, sentido inherente desde el cual cada ser humano se abre al otro para relacionarse”* (pág.11)

Porque la cultura se basa en la interacción social como tal, ya que es el cúmulo de características, hábitos, costumbres, idioma, entre otros; propios de un grupo de personas, siendo de esta manera que la cultura y la comunicación van de la mano, ya que la comunicación es básica para la permanencia y el desarrollo de toda comunidad. De ahí la importancia de la creación de medios de comunicación con programación cultural.

Por su parte Méndez (2003) determina que: *“La cultura designa una mediación que permite a los sujetos sociales conocer y manejar su realidad, que les ofrece autoconciencia de sus relaciones mutuas, así como la forma en que se distinguen y se relacionan lo subjetivo y lo objetivo, lo individual y lo social, lo interior y lo exterior”* (pág.61)

Alfaro (1993) considera que: *“La comunicación es cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por lo tanto, no sólo de conocimiento sino de reconocimiento”* (pág.45).

La cultura forma un nexo entre los individuos y el mundo que los rodea, pero no simplemente como una conexión pasiva sino por el contrario como el vínculo de apertura a la realidad para transformarla. No se puede negar que los medios de comunicación sean productos culturales en sí mismos y que además ejerzan una mediación entre los diversos sectores y modos culturales de una sociedad.

### **La radio en el ámbito cultural**

Con referencia a esta temática Sandoval (1990) afirma que la radio cultural es, es un medio con presencia o matiz de la cultura raíz que se encuentra en constante transformación. Si una radio cultural contiene su sello artístico que la identifica y le confiere unidad en el medio para el cual se origina, puede inferirse que transita por un camino acertado (pág. 74).

Méndez (2003) considera que: *“La radio cultural es una opción diferente, entre el modelo comercial y el modelo estatal, que se rige por la lógica de la rentabilidad sociocultural y que desarrollan organismos no comerciales para hacer posible la libre expresión de la sociedad civil”.* (pág.97).

Finalmente Orozco (1998) menciona que: *“Las emisoras de radio culturales son estaciones de radio no comerciales, que prestan un servicio al público sin fines de lucro, y apoyan la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística, promueven los valores culturales del país, y la cultura e historia universal”* (pág.119).

Una sociedad en crisis en la que la cultura parece condenada a ser inmolada en el altar de una economía del desastre, la radio cultural, la radio musical pública debe seguir jugando un papel de primera importancia, más aún si tenemos en cuenta que su coste no es precisamente oneroso para sus administradores, bien sea verdad que la vieja costumbre de, en caso de necesidad.

### **Fortalecimiento étnico**

Lo que Navarro (2006) expresa es que los pueblos indígenas a lo largo del pasar el tiempo, han tenido que enfrentar procesos de cambios históricos y sociales que han afectado profundamente su calidad de vida y las condiciones que garantizan su existencia. Así mismo buena parte de éstas comunidades han tenido y tienen nuevos desafíos impuestos por el proceso de globalización y modernización, que se manifiesta en la poca transferencia de los conocimientos y prácticas tradicionales de padres a hijos, el poco uso de la lengua indígena, migración del campo a la ciudad en busca de oportunidades de trabajo, acceso a la educación superior, calidad de vida, ambivalencia cultural influenciada por proceso de urbanización que está impactando en la forma de organización social y las nuevas tecnologías que están ocasionando cambios en la vida cotidiana de la comunidad. (pág.145)

Quintero (2004) afirma que: *“La escuela, por su acción misma ha significado para nuestras comunidades la pérdida de nuestra identidad, y*

*la forma más concreta de desintegración cultural. Por lo que las comunidades asumen como un espacio de apropiación del medio exterior, ente de conocimiento y acceso al prestigio y poder dominantes” (pág.13)*

La identidad es el conjunto de referencias culturales por el cual una persona o grupo se define, se manifiesta y desea ser reconocido, implica las libertades inherentes a la dignidad de la persona e integra en un proceso permanente la diversidad cultural, lo particular y lo universal; es una representación inter subjetiva que orienta el modo de sentir, comprender y actuar de las personas en el mundo. Así mismo, la identidad cultural de un pueblo está definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación, entre los miembros de una comunidad, las ceremonias sociales, ritos y ceremonias propias o los comportamientos colectivos; es decir los valores y creencias.

### **Pérdida de Identidad**

Para Albert (1982) considera que: *“El fenómeno socioeconómico de la globalización provoca que muchos jóvenes desconozcan su cultura, problema que en nuestro país es notable que con la globalización hay un intercambio cultural grande, y muchas personas que a diario accedan a Internet ya no les interesan aspectos culturales de la entidad”.* (pág. 80)

Mientras que Ruilova (2012) considera que la realidad socio económica de los países andinos, en especial de los países como Ecuador, Perú y Bolivia ha motivado que muchos de los pobladores

salgan a las grandes ciudades dentro de cada país, como también fuera de ellas; las causas que motivan para la consolidación de este fenómeno son varias.(pág. 56)

De igual forma Fernández (2006) manifiesta que entre las principales causas sobre la falta de la identidad podemos citar las siguientes:

1).- La destrucción de todas la formas de culturas ecuatorianas a través de pésimos programas de televisión, la desaparición de la enseñanza del arte en las instituciones educativas, una cultura chatarra que es la que se difunde ampliamente en el país con la indiferencia del estado. Todo esto hace que el ecuatoriano se olvide de sus raíces y empiece a adoptar costumbres extranjeras.

2).- La ausencia de proyectos que inviertan en la difusión de nuestra auténtica cultura hace que esta pueda llegar a desaparecer, produciéndose, así, un asesinato cultural o un etnocidio.

3).- La alineación es una causa muy importante, porque el Ecuador pierde su identidad al querer imitar a otras culturas, que supuestamente son mejores al tener un mejor desarrollo socio económico y no valoran su propia diversidad cultural.

4).- La pluriculturalidad, porque el Ecuador es un país que posee diversas culturas, donde coexisten diversos grupos producto de las diferentes culturas andinas, amazónicas y costeñas que existen y

existieron. El pueblo ecuatoriano debe reconocer y aceptar esta diversidad, así como también la existencia de varias lenguas.  
(pág.21)

El individuo pone en duda su concepción del mundo y de sí mismo, las cuales resultan anticuadas en un breve lapso de tiempo, esto provoca confusión y duda a la persona que al no tener su identidad bien definida, puede caer en un vacío existencial, adoptar posiciones pesimistas y perder su sentido de la vida; posibilidades que brinda el carácter asuntivo de la identidad. Por lo que, la cultura es un sistema vivo que incluye un sujeto socialmente definido que actuando de determinada manera en una situación histórica y geográfica específica, produce objetos materiales y espiritual es que lo distinguen.

### **Periodismo cultural**

*Para Fernández (2006) el periodismo cultural se define hoy en dos grandes temas. El primero, la producción de información sobre el juicio estético e intelectual. El segundo, las narrativas con las cuales se cuentan las prácticas cotidianas que expresan la forma en la que una sociedad piensa, siente y establece su relación con el mundo y con el pasado.*

*Por eso, el periodismo cultural abarca géneros que van desde la noticia hasta el ensayo, pasando por la reseña, la crónica y la entrevista.*

*Se puede leer, escuchar, ver y navegar; incluye los suplementos de los periódicos y las revistas, los programas radiales y los televisivos, los fanzines, las páginas web, las secciones de cultura de los diarios, los blogs y las redes sociales. (pág.77)*

De acuerdo a Villa (1998) *“El periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación” (pág.43)*

Rodríguez (2006) *el periodismo cultural, por tanto, ha pasado de contar con profesionales dedicados a la mera transmisión de agenda a contar con una nómina de expertos en cada uno de los géneros; en este libro, los alumnos de Periodismo y los periodistas en ejercicio encontrarán un manual que les sirva de herramienta útil para desarrollar esta labor cada vez más amplia y especializada, y con mayor presencia en los medios de comunicación. (pág.42)*

Según estas concepciones el periodismo cultural debería abarcar todas las posibilidades e incluso podríamos pensar que todo periodismo es cultural por sus orígenes, objetivos y procedimientos. Sin embargo, los medios de comunicación, por desconocimiento, no valoran la inquietud y la preparación de nuestro pueblo y por ello miden su deseo de cultivarse con criterios obsoletos. Los periódicos pueden ayudar, mejor que cualquier otro medio, a que la gente resuelva sus problemas.

## **El Pueblo Kichwa Saraguro**

Para Rodríguez (2006) los pueblos Saraguros están ubicados al sur de la región interandina o “chinchaysuyu”. En el siglo XIV durante la expansión Inca fueron traídos desde el Altiplano de Bolivia en calidad de mitas y ubicados en los territorios ocupados por los Paltas como una estrategia política y de descongestionamiento demográfico, y como una nueva forma de organización socio política que tenía como fin la integración de nuevos pueblos al Tahuantinsuyo. (pág.9)

De acuerdo a Vidal (2006) existen evidencias arqueológicas en los alrededores de Saraguro que probablemente pertenecían al periodo de integración (500-1500 d. c), tales como los pies (llamados localmente gentil vishu), de ollas polípodas, bases anulares y pedestales. Otras evidencias son la presencia de terrazas asociadas con tiestos preincaicos en muchas partes de Saraguro, las mismas que servían para la ubicación de casas y para la agricultura; además, los camellones presentes en Cañicápac y las improntas de textiles que se han encontrado en tiestos de ollas, que pertenecen al período de integración.

La Fundación Kawsay Saraguro (2011) etimológicamente el nombre del pueblo que se conoce actualmente como Saraguro aún no está totalmente determinado. Para algunos investigadores es el compuesto de sara que significa maíz y Kuri que significa oro para

otros es el resultado de sara y guro que significa gusano, o de sara y quero que significa árbol de maíz. (pág.11)

De esta manera, históricamente la cultura Saraguro, es un pueblo con tradición oral, razón por la que no es fácil encontrar documentación escrita acerca de su historia. Pese a ello, “capa” que significa “real” o “noble”, en este morfema encuentra un sustento fundamental para justificar la afirmación de que los Saraguros son pueblos mitimaes, ya que el significado “real o noble” indica que fue un grupo humano de rango social del Tahuantinsuyo que se estableció en esta región. La etnia Saraguro se encuentra asentada en el cantón del mismo nombre perteneciente a la provincia de Loja al sur de Ecuador. Tupác Yupanqui fue quien conquistó esta región de los Paltas, que fueron una Etnia Indomable y brava.

### **Modus Vivendi**

El Modus Vivendi según Méndez (2008) cree que es un pueblo eminentemente agrícola, actividad productiva que la realizan con técnicas artesanales como: arado reja, yugo garrucha, yunta, barbecho, abono orgánico, cruzar y sembrar; cultivan en base a un sistema de rotación y cultivos asociados de diferentes productos: maíz, fréjol, haba, que rotan con la arveja, las papas, el trigo y la cebada; cultivan también oca, melloco, quinua, achogcha, sambo, zapallo, productos destinados en gran parte al consumo propio; el

ajo, la cebolla y cereales se los produce en atención de los mercados locales y provinciales. (pág. 90)

Mientras que Méndez (2008) afirma que: “Los derivados de esta actividad mantienen la producción de quesos y leche que se coloca en el mercado local. A nivel familiar se crían animales domésticos como: aves de corral, borregos, cerdos y cuyes, destinados para el autoconsumo también para la venta en mercados locales o para las fiestas propias de las comunidades”. (pág. 8)

El modus vivendi de esta cultura, radica en la agricultura, especialmente en los cultivos de: tomate riñón, babaco y vainita destinados al mercado local. Cultivan además algunas variedades de frutas como: duraznos, manzanas, peras, reinas claudias, etc. Es muy común en casi todas las comunidades, el cultivo de hortalizas y plantas medicinales como: borraja, ataco, jícama, etc. Se produce: maíz, fréjol, papa china, sango, café, caña de azúcar, guineo y yuca; se cultiva además variedad de frutas como: naranja, mandarina, limón. Así mismo las artesanías también constituyen una fuente importante de ingresos en la economía Saraguro, especialmente en lo que se refiere a trabajo textil y cerámica, cuya producción está destinada al autoconsumo y al mercado local.

## **Cultura**

Según Vidal (2006) afirma que la cultura es el resultado de la relación humana, con interacción de características propias del ser

humano y que posee en común con su comunidad, esto es sus hábitos, idioma, costumbres, creencias, etc. (pág.33)

La UNESCO (2001) define a la cultura como el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundada en la tradición, expresada por un grupo o individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto a expresión de su identidad cultural y social. (pág.88)

Cartuche (2013) afirma que Saraguro es una cultura con trascendencia milenaria con elementos culturales propios que le dan la característica de única en Latinoamérica, por lo cual no queda relegada de haber creado en su proceso evolutivo rasgos diferenciales de las demás culturas en el plano estético y simbólico dentro del arte; siendo así: sus ritualidades, festividades y cosmogonía cultural centran a darnos datos y registros que validen un conocimiento filosófico conceptual que hacen sobresalir las dotes artísticas, literarias, musicales, moda, gastronómicas, etc. (pág.244).

La cultura es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridas por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre.

## **Costumbres**

La sobreexposición y presencia de nuevos elementos culturales foráneos en las distintas comunidades del pueblo Saraguro está afectando a la construcción de una identidad cultural propia.

Al respecto, Rama (1982) argumenta que el término aculturación fue limitado y no refleja la totalidad del fenómeno, por lo que el proceso “no consiste solamente en adquirir una distinta cultura, que es lo que en rigor indica la voz anglo-americana aculturación”, sino que implica también la pérdida o desarraigo de una cultura precedente, una parcial “desculturación”, y, además, significa la creación de nuevos fenómenos culturales, lo que podría denominarse “neoculturación” (pág.52)

De tal modo que para Ballart (2001) el pueblo Saragureño posee una herencia colonial, en referencia a las creencias religiosas, celebra: carnavales, semana santa, finados, reyes, navidad, bautizos, matrimonios católicos y evangélicos. Celebraciones que hoy en día se entremezclan con celebraciones ancestrales de relación con la naturaleza, se vive el Inti-Raymi (fiesta de la cosecha). La Pachamama, es una fiesta donde se agradece a la madre tierra por sus frutos. (pág. 90)

De igual forma Ballart (2001) determina que al hablar del folklor musical, danzas y canciones indígenas, es necesario manifestar

que su música y su danza, como el misterio de su permanente luto, permanecen todavía inexplorados. (pág.40)

Existen grupos folklóricos conformados por auténticos indígenas, que están haciendo posible la trama maravillosa del artista indio, que reproduce en cada una de sus interpretaciones los espejismos de una gran civilización prehistórica.

### **Idioma**

Lamas (2003) afirma que el idioma es uno de los pilares fundamentales sobre los que se apoya toda cultura, en cuanto es el medio para la adquisición y transmisión de la cosmovisión indígena, de sus conocimientos y de los valores culturales. En este sentido, todos los idiomas de los pueblos y nacionalidades que se hablan en el Ecuador merecen la misma importancia y respeto. Las comunidades kichwas de los Saraguros, especialmente la juventud, han adoptado medidas para promover el ejercicio de los derechos colectivos a recuperar y mantener el idioma kichwa como lengua oficial del pueblo Saraguro, en el entorno familiar y comunitario promoviendo así una verdadera educación bilingüe (pág.97).

En cuanto el idioma Arias (2010) del Diario El Comercio, afirma que en el cantón lojano Saraguro, pocos indígenas hablan en kichwa. En el centro poblado, los niños y jóvenes casi no conocen ese idioma ancestral a diferencia de los ancianos que lo utilizan mientras venden sus productos en el mercado. El kichwa es una de

las tradiciones culturales que se está perdiendo, señala Mercedes Medina, de 76 años, quien vive en la comunidad indígena de Gera. Según ella, a los jóvenes casi no les interesa aprender ni hablar su idioma materno. Para esta indígena, la migración y la discriminación causaron esta pérdida. En su familia tratan de mantener el idioma, por ello, en las reuniones o fiestas familiares hacen que los niños aprendan las palabras en Kichwa que pronuncian sus padres. Asimismo, cuando reciben a un turista ya sea nacional o extranjero saludan en su idioma y luego en español. (pág. 3)

La mayoría de los Saraguros, particularmente aquellos que viven en contacto con la población no Saraguro, son bilingües: hablan indistintamente y con naturalidad el quichua y el castellano. La utilización del idioma kichwa en los espacios sociales comunitarios y se fomentan programas de capacitación en esta lengua, además, se ha solicitado la apertura de los medios de comunicación para aplicar propuestas en este idioma. La lengua Kichwa, además de ser el idioma oficial de los pueblos y nacionalidades indígenas, es concebida como la esencia fundamental de la identidad cultural de los Saraguros

### **Gastronomía**

Cartuche (2013) menciona que otra de las tradiciones del pueblo kichwa Saraguro es su gastronomía. Su peculiaridad es que los miembros de la comunidad practican la reciprocidad a través del

“Uchumati”, que consiste en la preparación de un platillo especial que se lo comparte a alguien en agradecimiento por algún favor recibido en bien de la familia. Este plato es elaborado con papa cocida y guisada con pepa de zambo, cuy asado, pan y queso, a este se lo complementa con un balde de chicha (pág. 321)

Para Andrade (2014) los productos elaborados por la comunidad, y que aún perduran son:

- Sopa de Chuchuga
- Sopa de Quinoa
- Caldo y estofado de gallina criolla
- Cuy asado con papas
- Mote pelado con haba
- Tortillas de Maíz (Walus)
- Tamales y humas (chumales)
- Queso y quesillo
- Chicha de Jora
- Chicha de Hongos
- Wahanku (pág.26)

Los Saraguros beben chicha de jora y preparan de la siguiente manera: remojan y escurren el maíz morocho diariamente, durante ocho días consecutivos, durante este tiempo el maíz germina se lo coloca en una tinaja grande de barro y se lo añade panela y agua, mitad hirviendo y mitad fría, hasta que quede fría; finalmente se deja fermentar. La chicha de

(hueso de oso) se la preparan con un hongo que se desarrolla en el bagazo de la caña de azúcar: de donde lo obtienen. El hongo, previamente cultivado en agua con panela contenida en un recipiente pequeño, se lo vierte en una tinaja grande que contiene agua tibia, panela, raíz de capulí, zumo de cabuya negra y amoniaco, lo que fermenta en poco tiempo. Sin embargo la migración ha sido uno de los factores que ha culturizado a la población, generando cambios sociales, culturales, y ambientales; transmitiendo nuevos modelos urbanos que ha alterado los valores indígenas, como la música, la vestimenta y las relaciones sociales comunitarias.

## **Fiestas**

*Andrade (2014) afirma que: “Las festividades más importantes de este pueblo son: La Navidad, Semana Santa, Corpus Cristi todas de carácter religioso. También están el Inti Raymi, Kulla Raymi, Kapak Raymi, Pawkar Raymi que son celebraciones propias más importantes del año del pueblo Saraguro” (pág.65).*

De acuerdo al Ministerio de Turismo (2009), en Saraguro se celebra con extraordinario colorido y solemnidad sus tradiciones, que giran alrededor del tema religioso, siendo las principales: Navidad, Tres Reyes, Corpus Christi, El 10 de Marzo, El 24 de mayo, El 15 de Agosto. A estas festividades los indígenas acuden con sus mejores galas.

## **Navidad**

Fiesta alegre y bulliciosa de la comunidad indígena de Saraguro, que se inicia el 23 de Diciembre con la llegada de niños de distintos barrios.

Todos llegan disfrazados y con banda de música típica. Los encargados de las fiestas son los “Marcantaitas”, quienes dan de comer a los asistentes.

Los indígenas en estas fiestas cantan en quichua y castellano, luego viene el baile del “Sarao” un baile tradicional donde encabezado por marcantaitas conocido como prioste especialmente preparado para la ocasión.

A mediados de Noviembre se comienzan a preparar los músicos y disfrazados para la gran fiesta de Navidad, llena de colorido y movimiento social, la misma que se ha convertido en un verdadero atractivo turístico. La festividad tiene una duración de cinco días: del 22 al 26 de diciembre. Cada disfraz y cada baile tiene su significado: el personaje principal es el marcantaita, que es dueño de la fiesta, este viene a ser el padrino del niño Jesús, lo que quiere decir que lleva al niño en el pase.

## **Tres Reyes**

Esta festividad se celebra el 6 de enero, en la que se destacan dos acontecimientos importantes, el “Cullquijuntana” y el “pinzhi”.

El Cullquijuntana o plata reunida, es la contribución económica que hacen los mayordomos, muñidores, veladores, batidores, quienes concurren a la fiesta que se celebra en casa del prioste mayor. Esta colecta se la hace en el momento que llegan; es decir, tres días antes de la fiesta, con lo cual tienen derecho a iniciar la fiesta ese mismo momento.

El pinzhi es la colaboración o contribución que hacen los mismos personajes, pero en cosas de comer, pocas horas antes de que termine la fiesta. Los bailes y las ceremonias típicas que aquí se cumplen son extraordinarios.

### **Corpus Christi**

Para financiar los actos programados, los priostes recolectan dinero durante todo el año y lo depositan al Párroco del lugar. En esta fiesta se puede observar abundantes juegos pirotécnicos en la noche de víspera, destacándose la cohetería y procesión solemne por el centro de Saraguro, donde el palio lo llevan los mayores indígenas.

### **Semana santa**

Comienza el Domingo de Ramos con una multitudinaria procesión simulando la entrada triunfal de Cristo a Jerusalén, se hacen presentes con sus trajes típicos los: guiadores, sahumadores, muñidores, alumbradores, veladores y priostes, protagonistas de las ceremonias. (pág.59)

## CAPÍTULO II

### LA RADIO DIFUSIÓN COMUNITARIA

#### Definición

Según Amarcar (2005) afirma que: *“La radio comunitaria es radio en la comunidad, para la comunidad, cerca de la comunidad y por la comunidad”*. (pág.34)

Por su parte Morán (2009) determina que las radios comunitarias son el espejo del contexto en el que se desarrollan. Esto abarca aspectos culturales como el lenguaje, las tradiciones, la música popular y al mismo tiempo refleja la cultura hablada, escrita, artística y trata de encontrar soluciones a problemas sociales con el apoyo de la comunidad. La clave de las radios comunitarias está en la comunicación participativa. (pág.68)

*Para Bertolt (1930) en cambio: “La radio podría ser el sistema de comunicación pública más maravilloso que se pueda imaginar... si fuera capaz, no solo de transmitir, sino también de recibir, permitiendo así que el oyente, además de escuchar, hablar”* (pág.9).

De ahí que el uso de la radio como instrumento de cambio cultural y político, aun siendo un fenómeno creciente, no es nuevo. En efecto, las primeras estaciones comunitarias participativas surgieron hace casi 40 años, desde entonces se han aplicado un sinnúmero de proyectos para promover un cambio dirigido a la comunidad desde varios enfoques. La

radio comunitaria se basa primordialmente en el cumplimiento de su fin primordial que es coadyuvar al bienestar y desarrollo de la comunidad, de tal modo que éstos no solo se mantengan informados y entretenidos, sino también que se formen y porque no topar temas que atañen a la comunidad, buscando su rápida solución en pos de la paz y bienestar de la comunidad en cumplimiento y desarrollo del buen vivir.

### **Historia de la Radio Comunitaria en el Ecuador**

Para San Félix (1998) la radiodifusión en el Ecuador vio la luz no como un medio dirigido al público, sino como comunicación de radioaficionados, esto es, de iniciados en el dominio de las ondas hertzianas. En efecto, los pioneros habrían sido “los Cordovez”, dueños de la fábrica textil El Prado (Riobamba), nombre que precisamente llevó la primera radioemisora en el Ecuador. La fecha de inicio de las transmisiones por ondas hertzianas habría sido el 13 de junio de 1929 (pág.55).

De igual manera, Carrión (2007) considera que a mediados del siglo XX surgieron los prototipos de radios comunitarias, pero es en 1983 cuando se consolidan formalmente como un medio alternativo, por la asociación de 600 radialistas de diversos países que crearon la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), que actualmente tiene presencia en 102 naciones de los cinco continentes. La radio comunitaria, al igual que la tradicional tiene el mismo funcionamiento tecnológico, la diferencia radica en que es un proyecto social sostenido por grupos de ciudadanos con

intereses comunes que tienen propuestas hacia su entorno inmediato (pág.4)

Galarza (1993) dice que se realiza un estudio sobre las radios populares en el Ecuador que presentan nuevas formas de trabajo y distintas pautas de programación que son seguidas por la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE). Esta al ser un movimiento de radios, centros y organizaciones campesinas tuvo como objetivo reforzar la comunicación alternativa y popular a través de espacios de opinión pública y pluralista que llegaban tanto a la comunidad de nivel primario, universitaria y analfabeta de habla quichua y castellano. (pág.99)

En Ecuador, la radio comunitaria tiene más de tres décadas y su situación de marginalidad en que han vivido algunos sectores de la población indujo a instituciones públicas y privadas, sobre todo a la Iglesia Católica, a buscar alternativas para poner en vigencia la alfabetización y la educación básica, a pesar de que las autoridades centrales han tenido cierta reticencia a fomentar esta potencialidad de la radio, ésta cuando ha sido utilizada para educación ha dado un aporte importante.

### **Diferencia entre Radio Comunitaria y Privada**

Dentro de este marco temático, la radio comunitaria como la privada, son importantes, pues son medios informativos y cumplen con sus objetivos y fines, pero la diferencia principal radica en que la radio comunitaria

responde a una necesidad social y a una organización comunitaria de mantener informada a la misma. Mientras que la radio privada responde a intereses privados, por lo que existe de por medio una plusvalía, claro está que se pueden topar temáticas de interés social o comunitario.

Para Fernández (2001) las radios comunitarias se caracterizan por considerar a la comunicación como un derecho humano esencial. A diferencia de las radios privadas comerciales, no persiguen un fin de lucro. No tienen un dueño sino que son gestionadas en forma democrática y participativa por grupos de personas agrupados en asociaciones civiles, vecinales, cooperativas, sindicatos. Mutuales, etc. (pág.57)

Así mismo García (2011) determina que: *“La diferencia de una emisora de radio privada, la radio comunitaria posee características muy limitadas, como su alcance, direccionalidad y la potencia de la señal”* (pág.26).

Las radios comunitarias son empresas sin fines de lucro. Esto significa que los excedentes (obtenidos incluso por publicidad comercial) se reinviertan en el mismo medio y en sus proyectos de desarrollo social. En sí el fin primordial de éstas dos clases de radios es el mismo, o sea el de mantener a la sociedad informada; pero también poseen diferencias que radica en la independencia de manejo tanto informativo como económico de dicho medio. Mientras tanto que la radio comunitaria subsiste por fondos propios y responde a intereses y necesidades comunitarias o

sociales, con miras a formar, informar y coadyuvar al desarrollo de la comunidad.

### **Participación de una Radio Comunitaria**

Mientras tanto Vilian (2001) considera que la radio es un instrumento de comunicación por excelencia, por ser el medio más sensual, cálido, sugestivo y alternativo por su naturaleza. En la radio hay mucho por conocer y aprender. Uno de los campos son las emisoras comunitarias que se remiten estrictamente a una comunidad, a un barrio grande o localidad (pág.86).

Por otra parte Boise (1991) menciona que la comunidad tiene varias formas de participar en una emisora comunitaria por ejemplo: perteneciendo a la junta de programación de la estación, dado el objeto social de las emisoras comunitarias, los sectores organizados de la comunidad pueden solicitar su participación en las juntas de programación como una forma de garantizar el carácter comunitario y participativo de la programación. (pág.67).

Lamas (2003) afirma que: *“En la actualidad gestionar una radio comunitaria es un verdadero desafío que requiere de experiencias, habilidades, conocimientos y herramienta, la misma que debe tener la visión de gestión integral de una radio comunitaria, sobre nuestros objetivos, nuestras dificultades, nuestras experiencias y desafíos pendientes”* (pág. 11).

La radio comunitaria se desarrolla de igual manera en una gran capital o en un caserío campesino, solo necesita de una comunidad y sentencia que el dinero se necesita porque no solo quieren subsistir sino que también aspiran a ser empresas sólidas, autofinanciadas y rentables el uso de la publicidad comercial no define ni cambia su esencia. El trabajo que se desarrolla es para transformar las condiciones sociales, la calidad de vida de nuestros congéneres participación de los ciudadanos.

No cabe duda que la radio comunitaria, hoy en día tiene un gran valor, tal vez no tanto para la sociedad, sino por los miembros gubernamentales o por las autoridades cabezas departamentales o institucionales del servicio público, que representa al Estado; el mismo que en la actualidad busca rescatar y fomentar el desarrollo cultural autóctono, del mismo que gozamos como pueblo multiétnico y pluricultural; esto con la finalidad de concienciar a la sociedad del valor de nuestra cultura y tradiciones, que nos configuran como entes socialmente culturales.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES**

El presente estudio de investigación fue de enfoque cualitativo, que permite recoger la información de las encuestas y entrevistas, en donde se analizan las cualidades o razones de las respuestas de los instrumentos aplicados.

Mientras que el tipo de diseño fue el Experimental, que se utilizó en el desarrollo de las variables de la problemática central, con el fin de analizarlas y arribar a conclusiones personales y, el Pre experimental, que permitió la asociación entre dos o más variables de la problemática y relacionarlas, buscando explicaciones alternativas a la temática.

En cuanto a los materiales físicos, se utilizó instrumentos como la computadora, libros, revistas, flash memory, hojas y demás material de escritorio, el mismo que fue de gran valor como medio de recolección de la bibliografía y datos de importancia para el desarrollo de la presente temática.

### **MÉTODOS**

Los métodos empleados que se utilizó para el desarrollo de la presente investigación fueron los siguientes:

**CIENTÍFICO:** Analizó todas las acciones que rodean al medio en donde se desarrollará la investigación, permitiendo recolectar información detallada para apuntar a la posible solución del problema.

**DEDUCTIVO:** Permitió desintegrar el problema para estudiarlo desde lo general hasta llegar a la esencia de sus partes, de la encuesta al realizar el análisis general de las mismas y de sus resultados finales de la investigación.

**INDUCTIVO:** Consintió estudiar al problema a investigar desde lo particular hasta lo general, admitiendo determinar un criterio propio a las definiciones y problemática.

**HISTÓRICO:** Este método brindó detalles específicos que se recolectaron a través de la indagación de hechos pasados, permitió vincular al conocimiento en las distintas etapas de los hechos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del problema de investigación revelando su historia y analizando la trayectoria concreta y así entender el problema en su totalidad para llegar a la solución más acertada.

Así mismo se aplicaron técnicas e instrumentos de recolección de información, los mismos que son los siguientes:

**ENCUESTA:** Esta técnica fue aplicada para recoger información válida, criterios generales de los involucrados en la problemática, es decir la población total de la Comunidad Cañicapac, en donde existe una población de 500 habitantes aproximadamente. Para ello se aplicó una forma de muestra poblacional, de 209 habitantes.

$$n = \frac{k^2 Npq}{e^2 (N-1) + K^2 pq}$$

Dónde:

N= Tamaño de la población= 500

k= Nivel de confianza = 9,5%

e = Margen de error 5 %

p= Porción de individuos = 0,5

q= Varianza (nivel no probabilística) = 0,5 %

$$n = \frac{k^2 Npq}{e^2 (N-1) + K^2 pq}$$

$$e^2 (N-1) + K^2 pq$$

$$n = \frac{90,25 * 500 * 0,5 * 0,5}{0,25 (499) + 90,25 * 0,5 * 0,5}$$

$$0,25 (499) + 90,25 * 0,5 * 0,5$$

$$n = \frac{11281}{53,75}$$

$$53,75$$

$$n = 209$$

**ENTREVISTA:** Esta técnica se la aplicó mediante un cuestionario de cinco interrogantes a los propietarios de las radiodifusoras del cantón Saraguro como son: el “Buen Pastor” 92.9 FM y Radio “Frontera Sur” 91.7.

## f. RESULTADOS

### ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA COMUNIDAD DE CAÑICAPAC DE LA PARROQUIA SAN PABLO DE TENTA DEL CANTÓN SARAGURO.

#### 1. Género

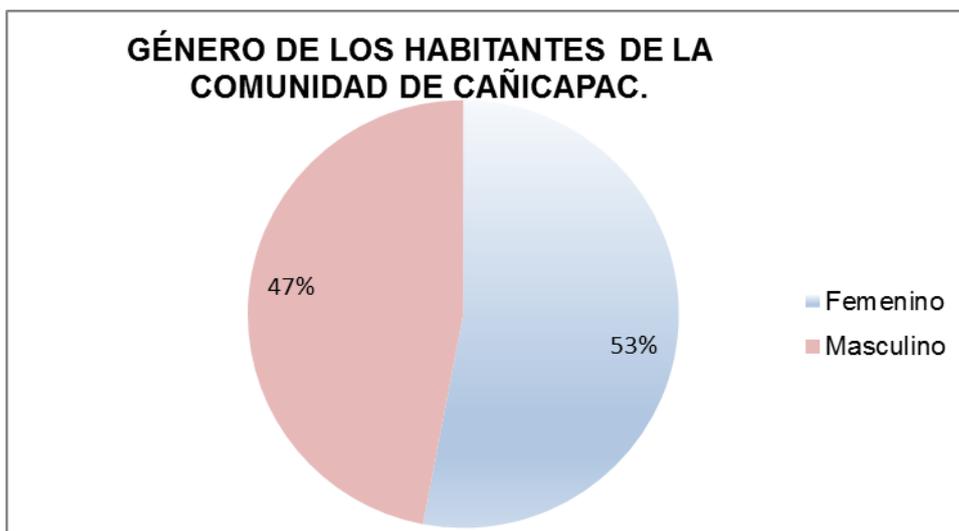
TABLA No. 1

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Femenino	110	53%
Masculino	99	47%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

GRÁFICO No. 1



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El género se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres. Las diferentes funciones y comportamientos pueden generar desigualdades de género, es decir, diferencias entre los hombres y las mujeres que favorecen sistemáticamente a uno de los dos grupos.

El indicador de género, que ha sido intervenido en esta investigación, da como resultado que de una población de 209 personas, 110 son de sexo masculino con un porcentaje de 53%; mientras que 99 encuestados son de sexo femenino que representa el 47 %, por lo que en este sentido se buscó la equidad de género para ser intervenidos en este proceso de recolección de información.

Es recomendable el utilizar el indicador de género, por cuanto es utilizado en diversas disciplinas, adquiriendo de esta manera una definición que se adecua mejor a cada situación.

### 2. Edad

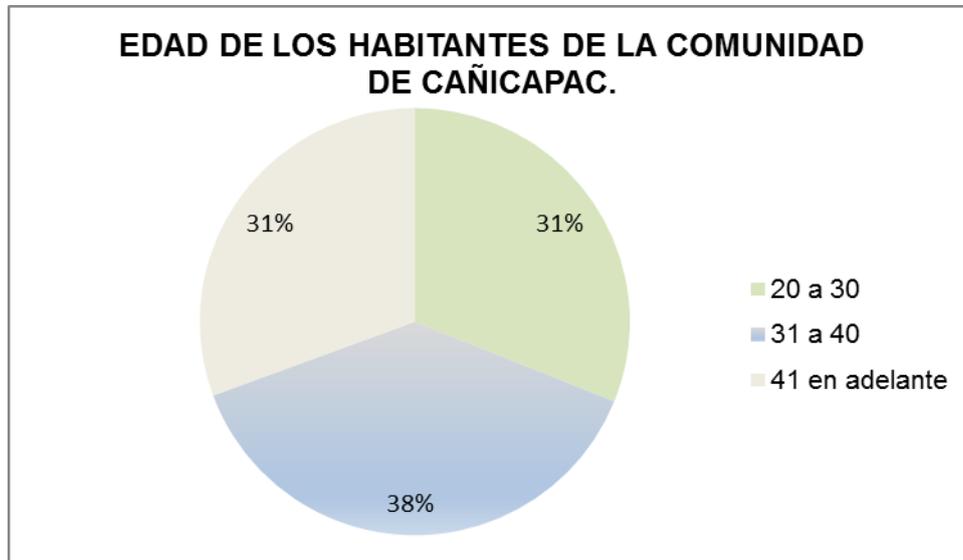
**TABLA No. 2**

<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
20 a 30 años	65	31, 1%
31 a 40 años	80	38, 3%
41 en adelante	64	30,6
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac.

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina.

**GRÁFICO No. 2**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

La edad es aquel tiempo transcurrido a partir del nacimiento de un individuo. Es decir cualquiera de los periodos en que se considera dividida la vida de una persona, o cualquiera de dichos periodos por sí solo.

Se observó en esta investigación que comprenden las siguientes edades: 80 personas que equivale el 38,3% tiene entre 31 a 40 años; seguido de 65 investigados que percibe el 31,1% tienen la edad de 20 a 30 años, en cambio 64 encuestados que equivale al 30,6% están en el rango de 41 años en adelante.

Es recomendable que se investigue el indicador de edad, por cuanto brinda la posibilidad, entonces, de segmentar la vida humana en diferentes periodos temporales y como tal cómo afecta determinado aspecto a estas segmentaciones.

### 3. Nivel de estudios

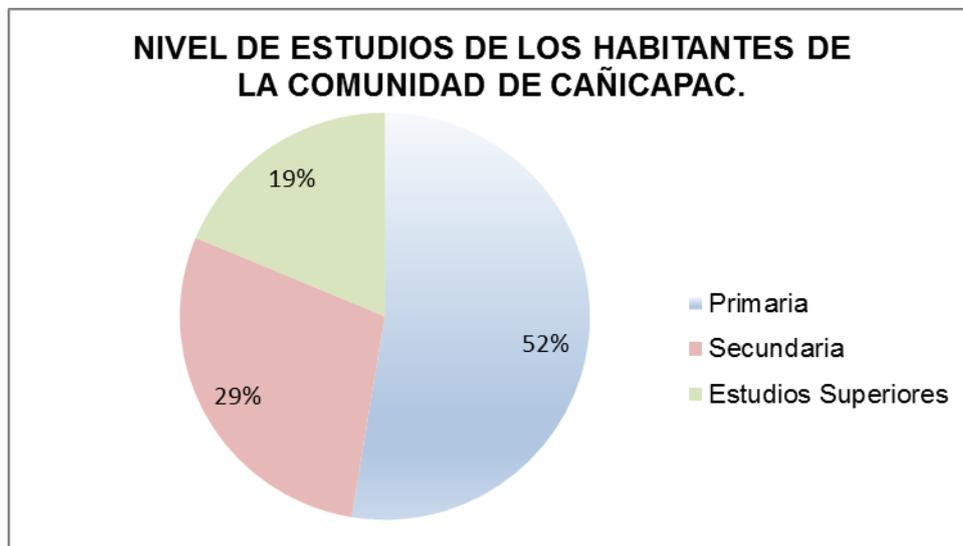
**TABLA No. 3**

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Primaria	110	52,6%
Secundaria	60	28,7%
Estudios Superiores	39	18,7%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 3**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Cuando se menciona el nivel de estudios, se habla de resultado del proceso de generalización y universalización de la enseñanza vivida por determinada muestra poblacional en determinado periodo.

Se evidencia que 110 encuestas equivalente al 52,6% como nivel de instrucción de primaria; mientras que 60 que representa el 28,7%% tienen

como preparación la secundaria; seguido de 39 intervenidos que es el 18,7% tiene estudios superiores.

Es recomendable que se tome en cuenta el nivel de estudios, por cuanto se debe tener conocimiento previo del nivel de estudios de la población investigada, por cuanto mientras más tengan conocimiento e información de la temática y de la realidad actual, serán más veraces los resultados.

**4. ¿Cree usted que en la actualidad en la comunidad de Cañicapac existe un tipo de comunicación para la cultura Kichwa de Saraguro a través de la radiodifusión?**

**TABLA No. 4**

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	24	11,5%
NO	185	88,5%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 4**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El concepto de comunicación cultural así como la definición de cultura han perdido poco a poco sus verdaderos significados, generando confusiones en cuanto a que es realmente la comunicación cultural, para ello habrá primero que diferenciar los significados de comunicación y cultura: La comunicación es más que solo emitir, es más que solo exponer o registrar. La comunicación y la cultura son un solo campo de estudio. La cultura no algo fijo, ni tampoco una herencia; es un proceso que se construye en la interacción a través del tiempo.

De las respuestas obtenidas 185 personas que significa el 88,5% dicen que en la actualidad en la comunidad de Cañicapac no existe un tipo de comunicación para la cultura Kichwa de Saraguro a través de la radiodifusión. Por lo que se observa que la colectividad cree que no existe ninguna forma de comunicación para la cultura Kichwa de Saraguro a través de la radiodifusión, por lo que es necesario la creación e impulso de programas radiales que incentiven al desarrollo de la cultura autóctona de la comunidad.

Se recomienda que sea la radiodifusión la forma de comunicación cultural, por cuanto es uno de los medios más sintonizados por las comunidades, ya que se muestra como uno de los factibles en cuanto a una continua información de su medio local, provincial y nacional.

5. ¿Considera que los programas radiales existentes presentan falencias en su contenido?

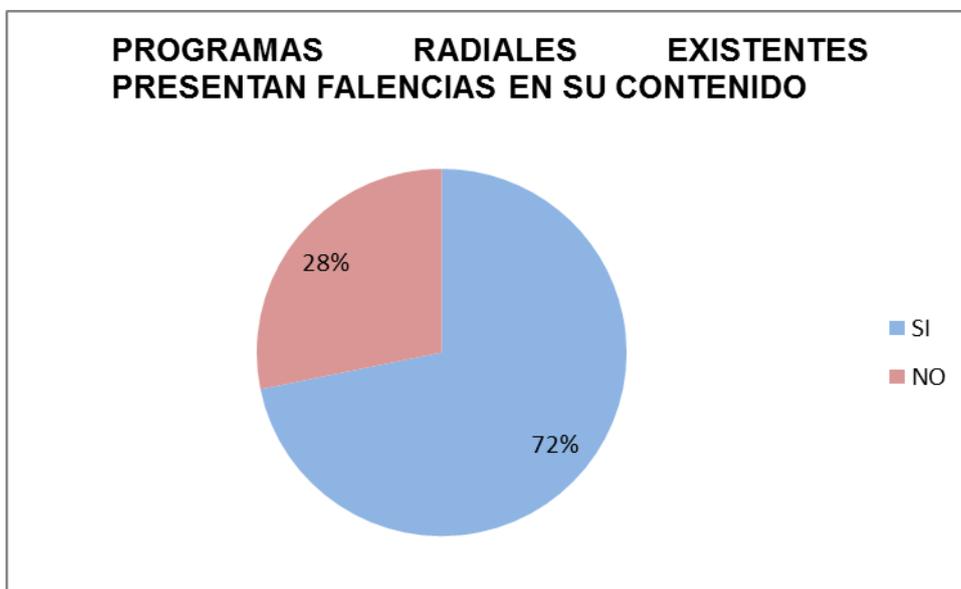
**TABLA No. 5**

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	150	71,8%
NO	59	28,2%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 5**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Una labor importante del comunicador social es actuar como mediador entre los diferentes grupos humanos existentes; las herramientas que la carrera nos brinda, son variadas y una de ellas es el estudio lingüístico de las formas de comunicación, sus significaciones y nuevas simbologías, que en su estudio y difusión, podemos divulgar música andina, cultura, mitos, tradiciones y leyendas.

El conjunto de encuestados intervenidos en esta investigación precisan lo siguiente; 150 personas que representan el 71,8% que existen falencias en el contenido de los programas radiales; mientras que 59 personas que representan el 28,2% consideran que no. Es importante que las radios y específicamente los programas radiales que se escuchan en la comunidad Cañicapac sea de fomento cultural, que coadyuve al desarrollo de la comunidad.

Se recomienda que los programas en las radiodifusoras ya existentes, sean de calidad y de contenido de interés y formación de la comunidad, con miras a educar e informar de sus valores y principios culturales.

**6. ¿Considera que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 tienen programación de difusión cultural?**

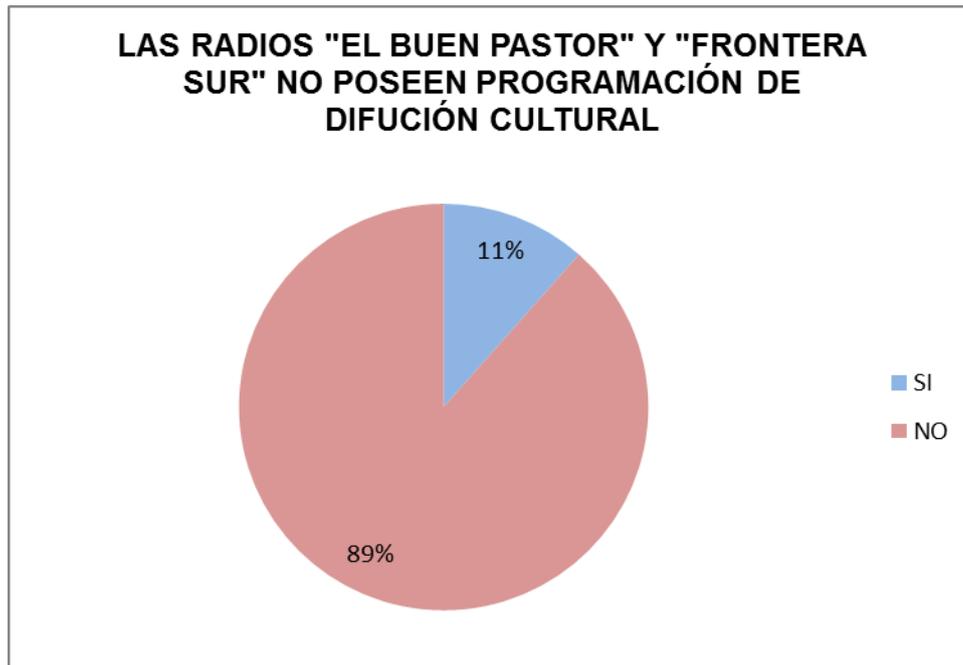
**TABLA No. 6**

<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>SI</b>	24	11,5%
<b>NO</b>	185	88,5%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 6**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina.

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

El programa radial de difusión cultural, busca transmitir, de manera sencilla, amena y clara, los principios, valores, costumbres culturales

De la población de los encuestados, de la información generada 185 personas que representan el 88,5% consideran que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 no tienen programación de difusión cultural, mientras que 24 personas que representan el 11,5% piensan que sí. Las instituciones radiales, para los encuestados no poseen dentro de su programación aspectos que fomenten la cultura Kichwa Saraguro, la misma que en la actualidad necesitan mayores cimientos y fortalecimientos por parte de las población.

Se recomienda que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 desarrollen una programación de

difusión cultural, con la finalidad de acrecentar el conocimiento cultural y como tal valorar sus valores, principios, creencias y costumbres culturales.

**7. ¿Qué tipo de información considera que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 emiten diariamente en sus programaciones?**

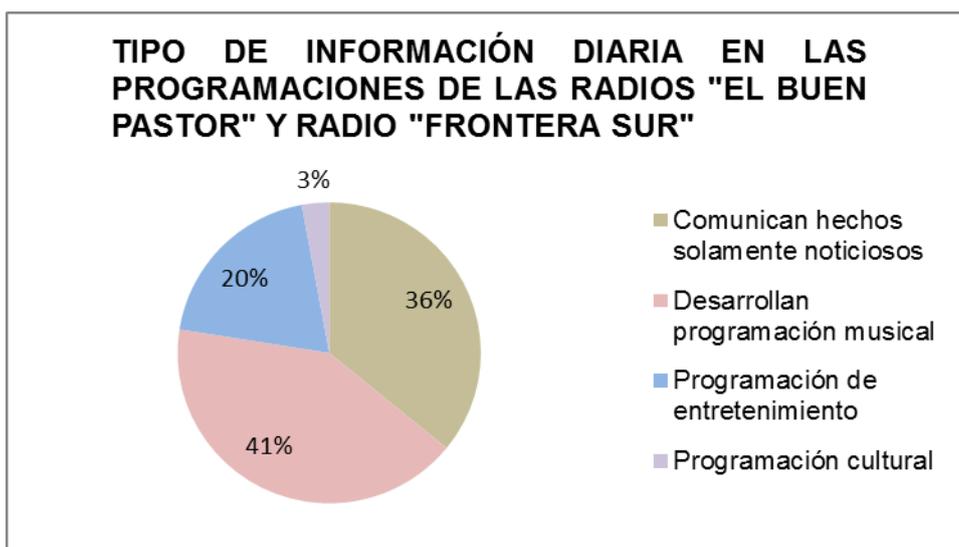
**TABLA No. 7**

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Comunican hechos solamente noticiosos	75	35,9%
Desarrollan programación musical	87	41,6%
Programación de entretenimiento	41	19,6%
Programación cultural	6	2,9%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 7**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

La programación de una transmisión radial, es un conjunto de emisiones periódicas transmitidas por radio, éstas pueden ser de entretenimiento, informativo, de carácter social, cultural o comunitario, entre otros.

Del indicador investigado, sobre el tipo de información considera que las radios el "Buen Pastor" 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio "Frontera Sur" 91.7 emiten diariamente en sus programaciones, 87 personas que representan 41,6% consideran que desarrollan programación musical, 75 personas que representan 35,9% creen que comunican hechos solamente noticiosos, 41 personas que representan 19,6% solo existe programación de entretenimiento y por último 6 personas que representan el 3% consideran que si existe programación cultural. Por lo que se puede entrever que para la población en general investigada, no existe programación cultural en los contenidos de las radios investigadas, pero si existe la programación musical, de entretenimiento e informativa.

Se recomienda que, cree y ejecute un programa radial con contenido cultural, que permita el conocimiento y enriquecimiento cultural en la población, que fomente los valores autóctonos y como tal el afianzamiento de su cultura.

8. ¿Considera que el inadecuado desarrollo de espacios radiales existentes el pueblo Kichwa Saraguro permiten la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales?

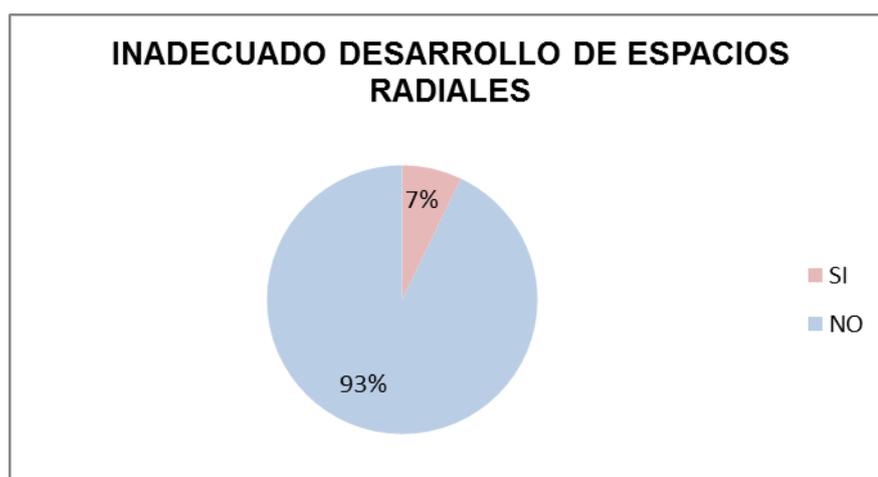
**TABLA No. 8**

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	185	88,5%
NO	24	11,5
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 8**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Todo programa radial debe contar con unas características, que proporcionen consistencia, estabilidad, y una calidad de programa, que le defina como un trabajo de calidad y prestigio, cualidades necesarias para mantenerse en el tiempo, y que permitan mantener una cantidad de radioyentes, que aseguren una amplia permanencia de su programación, y garanticen una sintonía que se mantenga y se incremente con el tiempo.

Del total de las encuestas aplicadas a la comunidad de Cañicapac, 185 personas que representan el 93% consideran que es inadecuado desarrollo de espacios radiales existentes el pueblo Kichwa Saraguro permiten la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales, mientras que 24 personas que representan el 7% creen que es adecuada. Es decir que es inadecuada la programación radial de las dos radiodifusoras existentes en la comunidad, por cuanto permiten que se pierda la cultura ancestral de la localidad y se inserten culturas ajenas o extranjeras.

Es recomendable que se desarrolle de forma adecuada un espacio radial existentes el pueblo Kichwa Saraguro permiten la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales, con la finalidad de informar y formar a la comunidad de sus valores culturales ancestrales.

**9. ¿Considera que es necesario rescatar la cultura y valores culturales del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión?**

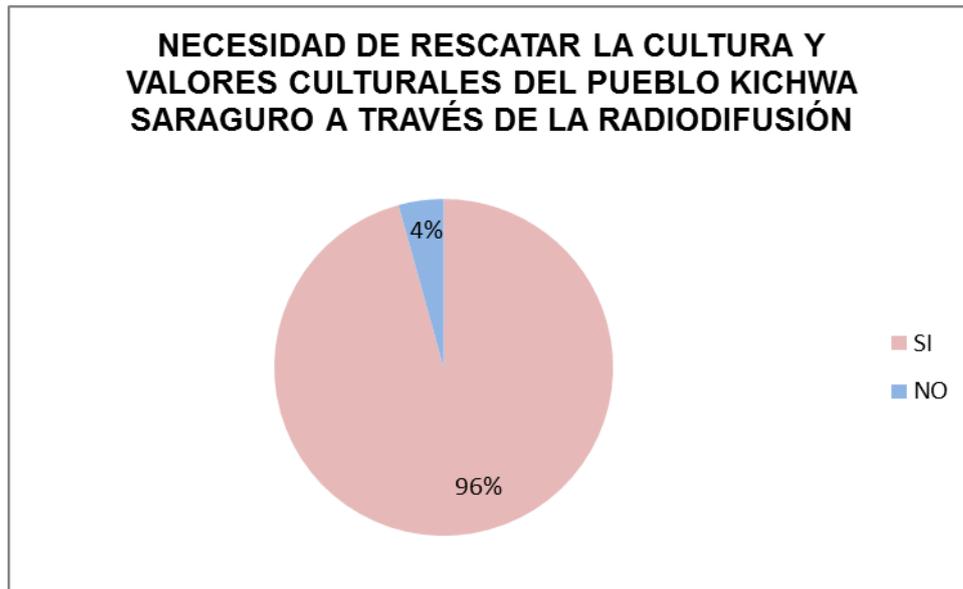
**TABLA No. 9**

<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
SI	200	95,7%
NO	9	4,3%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 9**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac  
**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

La identidad cultural comprende dos dimensiones: la personal /individual y la social colectiva, por identidad cultural podríamos entender al conjunto de rasgos que dan el tono peculiar y característicos a una cultura constituyéndola como una unidad diferente. Mientras que los valores culturales son casi siempre resulta difícil explicar los sentimientos, los valores son asumidos desde niños/as dentro de una determinada comunidad, pueblo o sociedad, se torna más compleja cuando en cada uno de este conglomerado social existe jerarquías de las convicciones de principios, creencia.

Del grupo intervenido, 200 personas que representan el 95,7% consideran que es necesario rescatar la cultura y valores culturales del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión, mientras que 9

personas que representan el 4,3% consideran que no es necesario. De esto es fácil observar el claro criterio de necesidad de la población de voluntad de rescatar la cultura y valores culturales que permitan afianzar el desarrollo cultural a través de las generaciones, siendo uno de estos medios la radiodifusión.

Es recomendable que la comunidad rescate la cultura y valores culturales del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión, ya que es uno de los medios que más alcance tienen en la comunidad y que llega al criterio directo de las personas.

**10. ¿Considera necesario la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro?**

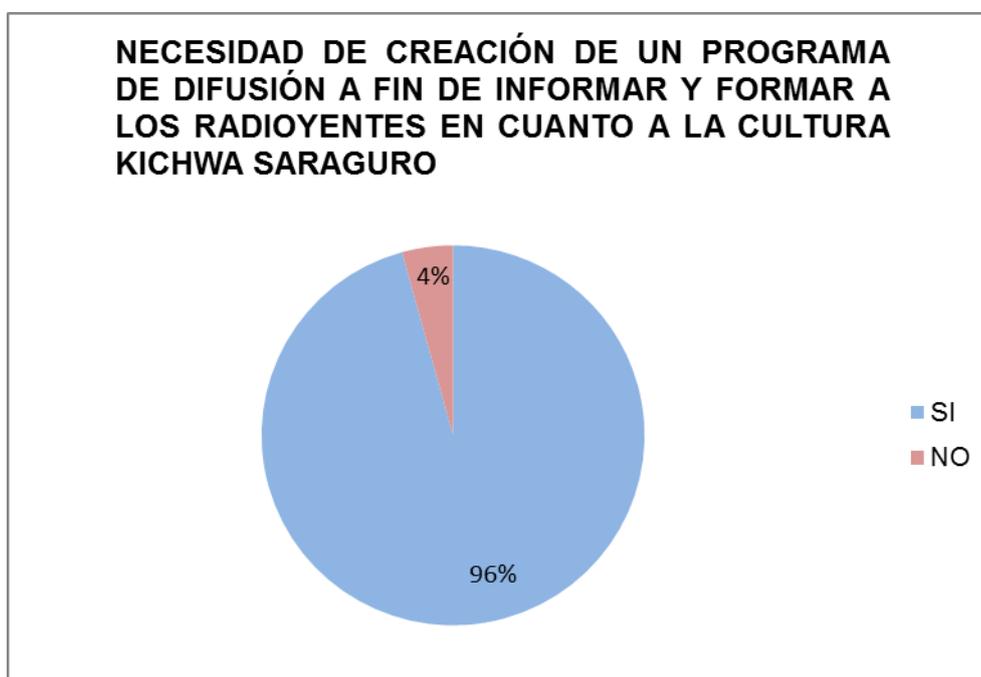
**TABLA No. 10**

<b>VARIABLES</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
SI	200	95,7%
NO	9	4,3%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

**GRÁFICO No. 10**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad Cañicapac

**Autor:** Ángel Patricio Suquilanda Medina

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

Desde la existencia de la radio, ha sido considerada como un medio para dar a conocer hechos, sucesos e informaciones de relevancia e importancia para quienes la escuchan, pero a través de los años a la radio se la utiliza no sólo para informar, sino también como un medio que puede llegar a educar a las personas.

El grupo intervenido manifestó, en un número de 200 personas que representan el 95,7% consideran que es necesario la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro, mientras que 9 personas que representan el 4% cree que no.

Es recomendable que para el rescate cultural y afincamiento de la cultura y raíces autóctonas de los Kichwa Saraguro, la creación en cualquiera de las radios investigadas de un programa que permita la difusión de su cultura.

## **ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS GERENTES DE LAS RADIOS “BUEN PASTOR” Y “FRONTERA DEL SUR”.**

**Entrevista Gerente de la radio “Frontera Sur” 91. 7 FM (Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui)**



**INVESTIGADOR:** Ángel Patricio Suquilanda

### **PREGUNTAS:**

**1. ¿Cree que en los medios radiales existentes en su localidad, se emite programación relacionada con los valores, principios, tradiciones culturales del pueblo Kichwa Saraguro?**

Bueno esto es relativo no existe todavía una cultura que permita que a través de los medios se planifique que se pueda realizar un estudio de campo y después se pueda realizar una producción que pueda ser difundida con la nueva ley de comunicación en los nuevos proyectos comunicacionales hay que ubicar por lo menos el 5% de la programación pero para aquello se tiene que tomar en cuenta algunos aspectos como el financiamiento la capacitación al personal en fin pienso que es de un mediano plazo.

Uno de los factores principales para que las programaciones de contenido (F) cultural se mantengan en los medios de

comunicación radial ha sido el financiamiento del programa, un medio de comunicación privado siempre busca una retribución económica para que se auto financie la programación.

**2. ¿Considera que los medios de radiodifusión en el cantón Saraguro tienen programación con contenido cultural?**

Es muy bajo el nivel no en sentido de la producción si no en cuanto al porcentaje, no hay que confundir, interculturalidad sea por ejemplo una entrevista, una intervención, inclusive hasta una canción, es mucha más allá en la profundidad, la interculturalidad es convivir con la comunidad conocer sus costumbres y luego de eso sistematizar esa información para que sea difundida como tal y así la sociedad entera pueda recibir estos mensajes, digerirlos retroalimentarlos para que se construya paulatinamente esa interculturalidad.

La calidad de programación que se va a difundir en un medio de comunicación es muy importante para de esa forma poder impactar al radio oyente de tal forma poder lograr los objetivos que tiene el programa.

**3. ¿Cuáles son las razones por las que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 no tienen programación de difusión cultural?**

En radio frontera sur no existen programación de difusión cultural como le anote ase unos instantes para hacer esta programación se debe tener una planificación personal con cierta especialidad y también debe haber un compromiso ciudadano que lentamente hay que irle penetrando.

Las programaciones de difusión cultural no tienen una buena acogida, esto se puede observar no solamente a nivel local si también a nivel nacional, es por ello que es muy bajo el porcentaje en las diferentes radios a pesar que la actual ley de comunicación lo exige.

**4. ¿Cree que los medios radiales comunican hechos solamente noticiosos y programas musicales con el objetivo de aumentar su rating y acogida?**

Bueno eso depende de la política del medio en nuestro caso nosotros si bien es cierto somos un medio privado comercial pero el asunto comercial no es nuestro gran objetivo, es un medio netamente de servicio ciudadano social yo no comparto como se ha dicho en otros momentos que uno tiene que cuidar la sintonía para los que invierten en publicidad digan bueno cual es el programa que tiene más acogida y ahí voy a poner yo estoy en el camino que todo programa tiene que ser bien preparado, bien presentado y hasta cierto punto como es el fin lo de educativo y ese tiene que ser la carta de presentación. Al inicio puede ser tedioso, fastidioso, aburrido pero en la forma hay que darle el sentido necesario para que la gente no se aburra, en tal virtud esto del nivel de la sintonía aquí en Frontera Sur no va en torno a la presentación de un programa y si no tengo éxito lo retiro al contrario está bien pensado, bien analizado y tiene que dar una retribución económica sí pero también tiene que formarle a la sociedad.

Esto es evidente en los medios de comunicación especialmente en los privados de mantener el rating compitiendo con las demás estaciones radiales locales.

**5. ¿Considera que es necesario incentivar el desarrollo y la creación de un programa de difusión y comunicación para de esta manera no perder la cultura ancestral del pueblo Kichwa Saraguro?**

Si tenemos que darles todas las oportunidades es necesario que nos capacitemos para comprender nosotros primero como comunicadores para luego poderles dar a la sociedad un producto radiofónico de calidad en cuanto a contenido, a la producción misma pero hay que hacerlo con una visión de capacitación.

Es muy importante el desarrollo de programaciones de contenido cultural en los diferentes medios así como lo estipula la actual ley de comunicación, el presupuesto para poder mantener la programación al aire hace que se limite este tipo de programaciones.

**Entrevista Director de la “Radio Buen Pastor” 92.9 FM (Dr. Luis Vacancela)**



**INVESTIGADOR:** Ángel Patricio Suquilanda

**PREGUNTAS**

**1. ¿Cree que en los medios radiales existentes en su localidad, se emite programación relacionada con los valores, principios, tradiciones culturales del pueblo Kichwa Saraguro?**

En realidad, considero que no existe aún el interés de la población para escuchar un programa que hable de su cultura, puesto que en razón de culturas extranjeras, la población prefiere escuchas música y noticias sobre esto. Nuestra estación radial posee diversidad de programaciones, siendo la más escuchada la musical, pero creo que es una labor muy ardua el crear y generar conciencia en la población para cultivar y fortificar nuestra cultura autóctona.

Este como medio de comunicación comunitaria que hace un periodismo en la comunidad y para la comunidad hace que tenga un vínculo más cercano con las personas pero eso no es suficiente para llegar a la conciencia de los radioescuchas es por ello que se puede observar que se está perdiendo la cultura de los Saraguros.

**2. ¿Considera que los medios de radiodifusión en el cantón Saraguro tienen programación con contenido cultural?**

A mi parecer, es casi nula o escasa la programación que de cavidad a un reportaje o información sobre cultura. Aún nos falta mucho por hacer, pero considero que lo primordial es concienciar a la población de la importancia de cultivar nuestra cultura.

Una radio comunitaria busca resolver los problemas de la comunidad, dar a conocer lo que sucede en ella pero al no existir un compromiso de todas las personas en difundir sus tradiciones hace que aun permanezcan ocultas.

**3. ¿Cuáles son las razones por las que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 no tienen programación de difusión cultural?**

En nuestra radio no existe programación de esta magnitud, por falta de una planificación adecuada, se debe realizar un sondeo del interés de la comunidad y de las demás aledañas, en conocer y cultivar la cultura autóctona, ya que si no hay interés no tendría razón de ser una programación cultural.

El financiamiento es uno de las grandes limitaciones para mantener una programación de esa magnitud si bien es cierto es un medio de comunicación comunitario los ingresos por publicidad no es suficiente para la permanencia de este tipo de programaciones.

**4. ¿Cree que los medios radiales comunican hechos solamente noticiosos y programas musicales con el objetivo de aumentar su rating y acogida?**

En realidad, las diferentes radiodifusoras dependen obviamente de la acogida que tenga la programación en la población, y en eso se basan para el desarrollo de contenidos de éstos programas, pero debemos tener en cuenta también que somos medio de comunicación comunitaria con ética, moral y profesionalismo, que somos sujetos de desarrollo social, económico, y cultural, y por ende tenemos el deber de fortalecer a la sociedad y más al desarrollo de las culturas propias y ajenas que dan sentido a nuestro estado e identidad cultura.

Los medios de comunicación privados siempre buscan la retribución económica de cada programación de tal forma que son muy cautelosos al emitir una programación no así los comunitarios es por ello que son muy bajos en sintonía.

**5. ¿Considera que es necesario incentivar el desarrollo y la creación de un programa de difusión y comunicación para de esta manera no perder la cultura ancestral del pueblo Kichwa Saraguro?**

Considero que si es necesario, ya que con esto daremos un mayor realce a nuestra labor como comunicadores sociales y coadyuvaremos al conocimiento y desarrollo cultural.

Quizás sea muy fácil llegar a concientizar a las personas adultas no así con los jóvenes es importante realizar programaciones de contenido F que sean entretenidas y poder captar la atención de las personas.

## **g. DISCUSIÓN**

En la presente investigación se plantearon objetivos, específicos y general los cuales deben ser verificados con los resultados obtenidos del proceso investigativo, esos objetivos son los siguientes:

### **Verificación de objetivos**

#### **Objetivo general**

- *Determinar cómo incide la falta de comunicación cultural del pueblo Kichwa Saraguro en la comunidad Cañicapac de la parroquia Tenta, cantón Saraguro al rescate de su identidad cultural.*

El objetivo general se cumple con la pregunta **8** de la encuesta, la misma que establece:

**¿Considera que el inadecuado desarrollo de espacios radiales existentes en el pueblo Kichwa Saraguro permite la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales?**

El grupo intervenido en esta investigación en su mayoría señala que, es inadecuada la programación radial de las dos radiodifusoras existentes en la comunidad, por cuanto permiten que se pierda la cultura ancestral de la localidad y se inserten culturas ajenas o extranjeras, con un número de 185 personas que representan el 93% consideran que el inadecuado desarrollo de espacios radiales existentes el pueblo Kichwa Saraguro permiten la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales.

### **Objetivos específicos:**

- *Fundamentar mediante contenidos teóricos la comunicación cultural del pueblo kichwa Saraguro.*

El primer objetivo específico se corroboró con la revisión de literatura, específicamente con el Capítulo I denominado Comunicación Social, en donde se puntualizan temáticas como los medios de comunicación, tipos de comunicación, la radio, la prensa, la televisión, medios de comunicación y cultura, la radio en el ámbito cultural, fortalecimiento étnico, la pérdida de identidad, el periodismo cultural, el pueblo Kichwa Saraguro, su modus Vivendi, su cultura, costumbres, idioma, gastronomía y fiestas.

- *Indagar las razones y los factores de la pérdida de identidad cultural de la comunidad Cañicapac.*

De los intervenidos, este objetivo se cumple con el desarrollo de la revisión de literatura, así como con las respuestas de las encuestas y entrevistas, en donde se detalla los siguientes factores de la pérdida de identidad cultural de la comunidad Cañicapac:

1. Falta de interés de las autoridades del cantón en recuperar los valores culturales propios del cantón.
2. Falta de contenido cultural en las radiodifusoras del cantón.
3. Migración de población Kichwa Saraguro.

4. Turismo y comercio constante de extranjeros.
5. Desconocimiento de los verdaderos valores, principios, costumbres del pueblo Kichwa Saraguro.

➤ *Plantear una propuesta alternativa: Elaborar un programa radial para el pueblo Kichwa Saraguro de la comunidad Cañicapac.*

Este objetivo se cumplió mediante la pregunta **10** de la encuesta que establece: **¿Considera necesario la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro?**

En esta pregunta 200 personas que representan el 95,7% consideran que es necesaria la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro, ya que con esta es una alternativa de rescate cultural, con miras a fomentar la cultura ancestral y autóctona.

➤ *Aplicar la propuesta alternativa para los habitantes del pueblo Kichwa Saraguro.*

Este objetivo se cumple con la pregunta **10** de la encuesta: **¿Considera necesario la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro?**

El grupo intervenido manifestó, en un número de 200 personas que representan el 95,7% consideran que es necesario la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro, mientras que 9 personas que representan el 4% cree que no.

Por lo tanto la población casi en su totalidad considera que es urgente para el rescate cultural y afincamiento de la cultura y raíces autóctonas de los Kichwa Saraguro, la creación en cualquiera de las radios investigadas de un programa que permita la difusión de su cultura.

- *Evaluar el impacto de la propuesta alternativa: Programa radial para la comunidad Cañicapac.*

Este último objetivo específico, se contrastó con la pregunta **5** de la entrevista, la misma que establece: **¿Considera que es necesario incentivar el desarrollo y la creación de un programa de difusión y comunicación para de esta manera no perder la cultura ancestral del pueblo Kichwa Saraguro?**

Los entrevistados mencionan que se debe dar oportunidades para la creación y desarrollo de un programa radial para la comunidad

Cañicapac, para fomentar e incentivar el rescate cultural. Además se deben capacitar para comprender primero como comunicadores, para luego poder dar a la sociedad un producto radiofónico de calidad en cuanto a contenido cultural, a la producción misma pero hay que hacerlo con una visión de capacitación.

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de realizar este análisis de conocimiento, apoyando la teoría y el trabajo de campo, (bibliografía, observación directa en las radios investigadas, encuestas, entrevistas, grupos sociales, medios de comunicación, autoridades, público en general), utilizados en la presente investigación desarrollada en la comunidad Cañicapac del cantón Saraguro, se hace necesario realizar las siguientes conclusiones:

1. La comunidad de Cañicapac considera que no existe un tipo de comunicación para la cultura Kichwa de Saraguro a través de la radiodifusión.
2. Existen falencias en la programación radial, siendo esencial que en la comunidad de Cañicapac se fomente la cultura autóctona.
3. La mayor parte de la comunidad Cañicapac considera que los espacios radiales existentes del pueblo Kichwa Saraguro son inadecuados y permiten la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales.
4. La población de Cañicapac consideran que es necesario rescatar la cultura y valores culturales del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión, los mismos que permitan afianzar el desarrollo

cultural a través de las generaciones, siendo uno de estos medios la radiodifusión.

5. Es necesario que se considere la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro.

## **i. RECOMENDACIONES**

1. A los Directivos de las radios locales de la comunidad de Cañicapac, que generen planes o proyectos de integración cultural en el contenido de su programación, con el fin de instruir a la población sobre la valoración de la cultura autóctona.
2. Que las Radios “El Buen Pastor” y “Frontera Sur” gestione convenios de cooperación con universidades locales y generar de forma conjunta campañas de información sobre la cultura Kichwa Saraguro en la provincia y el país.
3. A los Directivos de las Radios “El Buen Pastor” y “Frontera Sur” que desarrollen una programación bien definida con temas variados y orientados a la difusión de la cultural, generando interés y desarrollo social.
4. A la comunidad de Cañicapac, que es necesario reforzar el ámbito sociocultural entre los habitantes de la cultura Kichwa Saraguro, que se difunda periódicamente información que ayude a salvaguardas y fortalecer la cultura autóctona, protegiendo sus costumbres, vivencias, tradiciones y valores ancestrales.
5. A las Autoridades locales de la comunidad de Cañicapac, que deben implementar campañas de información cultural Kichwa

Saraguro, en donde se utilice como medios de comunicación principalmente a la radio y como medios alternativos a los suplementos, revistas o periódicos con el fin de dar a conocer las tradiciones, costumbres y conocimientos de la cultura Kichwa Saraguro.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROPUESTA ALTERNATIVA**

**TEMA**

DISEÑO DE UN PROGRAMA RADIAL PARA EL RESCATE DE  
LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA SARAGURO EN LA  
COMUNIDAD CAÑICAPAC

**AUTOR:**

ÁNGEL PATRICIO SUQUILANDA MEDINA

**DIRECTORA:**

LIC. ISABEL MARÍA ENRRÍQUEZ JAYA, MG.SC

**LOJA – ECUADOR**

2016

## **PROPUESTA ALTERNATIVA**

### **a. TEMA**

Diseño de un Programa Radial para el rescate de la Cultura del pueblo Kichwa Saraguro en la comunidad Cañicapac

### **b. INTRODUCCIÓN**

La siguiente propuesta se basa en dar a conocer las diferentes manifestaciones culturales de la cultura del pueblo Kichwa Saraguro, pues se pretende crear espacios comunicacionales radiales, esto luego de la comprobación de resultados de la investigación de campo, las conclusiones y recomendaciones.

La temática, “Comunicación para la Cultura del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión en la comunidad de Cañicapac”, se consolidó luego de la exhaustiva indagación a la colectividad en general, pues, consideran que la comunicación cultural en esta localidad no es adecuada o casi nula.

El colectivo considera necesario que se creen espacios de comunicación que permitan difundir las diferentes manifestaciones culturales de la cultura del pueblo Kichwa Saraguro, sería necesario que se sientan identificados con sus raíces ancestrales, el medio más idóneo para informar es un programa de radio, ya que la totalidad de la población escucha radio.

Cabe indicar que, para la implementación de este espacio de comunicación destinado a divulgar a la cultura del pueblo kichwa Saraguro, se debe tomar en cuenta las diferentes estrategias y tácticas para que su ejecución tenga resultados visibles.

## **c. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **Las radios**

*Sanabria Martín (1990) subraya que no existen tipos de contenidos enteramente puros ya que habitualmente se entremezclan en un mensaje y que por ejemplo, en concreto, lo cultural puede venir en forma “pura” o de lo informativo e incluso de especies tan definidas de comunicación persuasiva como la publicidad y hasta la propaganda o lo que es bastante frecuente de mensajes diversivos. (pág. 41)*

Una vez establecida esta definición, puede reflexionarse sobre la forma principal de comunicación de cada tipo de radio que ha considerado tradicionalmente como funciones básicas las de informar, formar y entretener ya la que también puede añadirse la de persuadir.

### **Comunicación radiofónica**

*Vázquez (2000) las Radios derivan de los diferentes tipos de comunicación que puede ofrecer el medio Radiofónico, entendiendo la comunicación en el sentido propuesto por Brajnovic: La comunicación es el conducto, contexto directo, contagio o encuentro creativo que une distancias, presencias, estados de ánimo o disposiciones intersuggerentes y creativas aunque puede ser el vehículo de la información. (Páginas 209-211)*

Se entiende por comunicación radiofónica “aquel producto escuchado a través del receptor que es únicamente comprensible e identificable en

función de la capacidad de restitución del contenido semántico de los mensajes que tiene la grabación por un lado, y la Radio por otro, puestos en relación con el cuadro de referencias culturales y de experiencias del oyente.

### **La radio cultural**

*Moreno (2001) es el caso de la mayoría de los canales culturales de la radio pública europea basado s sobre lo cultural. El mensaje cultural es todo aquel que produce un enriquecimiento cognitivo o crea actitudes sociales o políticas, económicas, artísticas, igualmente enriquecedoras. Dicho mensaje requiere voluntad de escucha y mayor atención del oyente: "hay que provocar el esfuerzo del oyente y a la vez esclarecer lo que se quiere transmitir para que surjan nuevos intereses entre el público. (pág. 93)*

Por su parte, la radio temática cultural, divulgativa y educativa comunica más que informa, por lo que trabaja un área de la realidad o del conocimiento ligado a lo actual y lo cultural que permite un desarrollo más atemporal del relato.

Así, la estructura y la organización del contenido monotemático en la parrilla no depende tanto de la actualidad informativa de la especialización, aunque en ocasiones, se tenga presente.

## **Programación**

*Para López (2000) la producción radiofónica es el conjunto de programas que transmite una emisora. , sea esta diaria, semanal, mensual, etc.*

La producción radiofónica se constituye como un proceso racional y emocional para que el oyente se acerque al producto radial, se identifique con él, sienta que sus gustos e intereses están reflejados en él.

## **Segmento**

Es una sección de una programación dedicada a una temática determinada dentro del contenido. Para realizar esta acción se utilizan las denominadas directivas de segmento. Se pueden utilizar las directivas largas o las simplificadas.

## **Guión Radiofónico**

*Cebrián. M. (2004) Es la herramienta que permite planificar un programa radiofónico y muy especialmente para tener registro de todo el material sonoro que será necesario para la realización del programa. (pág. 89).*

Entonces, en el guión radial se detallan y destacan todos aquellos pasos y detalles que concernirán al programa en cuestión y en función del tipo de programa del cual se trata el mismo necesitará de una mayor o menor exhaustividad, es decir, si lo que prima en el programa es la improvisación, seguramente, el guión será más un esquema general y no contendrá tantos datos.

## **El reportaje**

*Vázquez (2000) es un modelo de representación de la realidad que a partir del Monólogo radiofónico persigue narrar y describir hechos y acciones de interés para el oyente, proporcionándole un contexto de interpretación amplio en los contenidos y un uso de fuentes variado y creativo. Como la mayor parte de los textos audiovisuales, se estructura en tres partes: apertura, desarrollo y cierre (pág.256).*

El objetivo de este artículo es describir la función y los requisitos que le corresponden a cada una de estas partes y exponer también los diferentes tipos de aperturas, desarrollos y cierres con los que se pueden construir reportajes en radio.

## **La entrevista**

*Vázquez (2000) es un género informativo dialogado en el que el periodista de turno interroga a algunos de los actores implicados en un hecho noticioso (por ejemplo, un testigo ocular de un importante accidente de tráfico, una escritora que acaba de publicar un libro, el ganador de un premio, un futbolista de reconocido prestigio que acaba de ser fichado por un equipo de primera división. (p.261)*

Normalmente, las preguntas que conforman una entrevista se preparan con antelación, por lo que es preciso que el periodista/locutor se documente sobre el personaje al que va a entrevistar.

## **La cuña de radio**

*Vázquez (2000) es un formato de publicidad donde juega un único sentido: el oído. Al prescindir del resto de sentidos, sobre todo de la vista, debemos hacer más hincapié en ciertos factores para conseguir un anuncio de radio eficaz. (p.264).*

El objetivo de la cuña publicitaria es el mismo que el de todo anuncio es impactar en el oyente para que recuerde el producto o servicio en el momento que lo necesite.

## **Música**

*Brajnovic (2006) un programa musical es aquél cuyo elemento fundamental es la música. En él se intercalan indicativos de la emisora con la presentación y audición de temas musicales. Pueden realizarse a una o a dos voces, aunque lo más recomendable es que cada locutor presente una canción distinta. (pág.78)*

Aparte de los programas musicales en los que solamente se incluyen discos encadenados uno tras otro, con la presentación o despedida que realiza el locutor, es posible realizar programas musicales en los que, pese a ser la música el componente principal, se incluyen noticias breves o curiosidades, intercaladas entre los temas musicales.

Estos programas son muy útiles, pues permiten tomar confianza ante el micro, e incluso el diálogo a dos voces entre los locutores.

## **Mensaje**

*Costa (2006) el mensaje es el elemento fundamental de la comunicación.*

*Un mensaje es aquello que se transmite a través de algún medio.*

*(pág.102)*

El análisis de la comunicación es complejo, ya que intervienen varios elementos: emisor, receptor, canal, código, contexto y mensaje. Cada uno de estos elementos tiene sus peculiaridades, funciones y variables.

## **Opinión**

*Armand (2004) la opinión es la valoración subjetiva en relación con un tema determinado. Y la opinión personal es, lógicamente, la valoración de un individuo (pág. 53).*

En el ámbito periodístico se intenta distinguir con claridad qué es opinión y qué es información. Un ejemplo del primer caso sería la columna periodística, donde el escritor expresa su valoración sobre algún tema de actualidad.

## **Cultura**

*Balsebre (2005) la cultura es el conjunto de formas y expresiones que caracterizarán en el tiempo a una sociedad determinada. (pág.190).*

Es el conjunto de formas y expresiones se entiende e incluye a las costumbres, creencias, prácticas comunes, reglas, normas, códigos, vestimenta, religión, rituales y maneras de ser que predominan en el común de la gente que la integra.

## **Cultura Kichwa Saraguro**

De acuerdo a la Fundación Kawsay Saraguro (2011) *etimológicamente el nombre del pueblo que se conoce actualmente como Saraguro aún no está totalmente determinado. Para algunos investigadores es el compuesto de sara que significa maíz y Kuri que significa oro para otros es el resultado de sara y guro que significa gusano, o de sara y quero que significa árbol de maíz.* (pág. 11)

La etnia Saraguro se encuentra asentada en el cantón del mismo nombre perteneciente a la provincia de Loja al sur de Ecuador. Se cree que Tupác Yupanqui fue quien conquistó esta región de los Paltas, que fueron una Etnia Indomable y brava.

#### **d. JUSTIFICACIÓN**

Esta propuesta se justifica pues se pretende crear una alternativa de comunicación social para que se difunda las diferentes manifestaciones culturales y noticiosas de la cultura del pueblo Kichwa Saraguro, especialmente se direccionará esta información hacia los jóvenes, quienes han perdido el interés por los conocimientos, tradiciones, costumbres, fiestas y ritos de esta cultura ancestral.

Además, se dejará un sustento impreso de un plan de espacio radial que servirá como espacio de consulta directa, pues de esta manera se vinculará a los principales actores de la cultura del pueblo Kichwa Saraguro para que participen en estos espacios de divulgación de este pueblo indígena.

## **e. OBJETIVOS**

### **GENERAL:**

Crear un programa radial que pueda ser implementado y transmitido a través de cualquiera de las radios “El Buen Pastor” y “Frontera Sur” del cantón Saraguro.

### **ESPECÍFICOS:**

- Aplicar la propuesta alternativa de un programa radial que pueda ser implementado y transmitido en las radios “El Buen Pastor” y “Frontera Sur” del cantón Saraguro.
- Evaluar la preferencia y posicionamiento radial de la programación cultural transmitida por las radios “El Buen Pastor” y “Frontera Sur” del cantón Saraguro

## DESARROLLO

El programa que se difundirá tendrá como objetivo dar a conocer a los oyentes acerca de la cultura del pueblo Kichwa Saraguro, en donde el público tendrá la posibilidad de interactuar y dar a conocer sus inquietudes a través de llamadas telefónicas, se contará con invitado que tengan conocimiento en cultura autóctona de la localidad,; además se reforzará el programa con mensajes culturales que motiven al radioescucha a involucrarse por la cultura Kichwa Saraguro y así poder frenar en parte la alienación cultural, sin caer en lo monótono y ubicando canciones de los artistas propios de sus cultura.

## FICHA TÉCNICA

<b>NOMBRE DE LA EMISORA</b>	RADIO FRONTERA SUR 91,7 Fm
<b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b>	“ESTO ES SARAGURO”
<b>DIRECTOR</b>	Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui
<b>PRODUCTOR</b>	Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina
<b>LIBRETISTA</b>	Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina.
<b>PRESENTADOR</b>	Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina.
<b>CONTROL MASTER</b>	Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina
<b>GÉNERO</b>	Cultural
<b>FORMATO</b>	Radial
<b>PRODUCCIÓN</b>	Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina.
<b>TRANSMISIÓN</b>	Una hora diaria durante cuatro días.

## **SEGMENTOS:**

**Nuestras leyendas.-** Esta sección se matiza en el programa como una de las formas de entretenimiento cultural, conociendo las leyendas de la cultura Kichwa Saraguro.

**Reportaje de hoy.-** Este segmento trata sobre la cobertura a los eventos trascendentales en diversos ámbitos vinculados a la cultura de la localidad.

**Música autóctona.-** Trata esta sección de contenido musical de las raíces de la cultura del pueblo Kichwa Saraguro.

**Nuestra opinión.-** Este segmento da apertura a llamadas en vivo y mensajes de texto a los teléfonos asignados para atención a los radioescuchas, para que den a conocer su opinión al reportaje de hoy, sobre el programa, saludos y recomendaciones de temáticas futuras.

**Mensajes.-** Se dará a conocer cada ocho minutos un mensaje o consejo cultural.

**Entrevista de valor.-** En este segmento se invitará a un personaje de la comunidad Kichwa Saraguro o a un profesional que conozca o se relacione con la cultura en la localidad, el cantón, la provincia y país.

## GUIÓN PARA EL PROGRAMA “ESTO ES SARAGURO”:

**Periodicidad:** Semanal

**Duración:** 30 minutos

<b>SEGMENTOS</b>	<b>TIEMPO PARCIAL</b>
1. Presentación pregrabada	1 minuto
2. Saludo en vivo	2 minutos
3. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos
4. Presentación del segmento nuestras leyendas	5 segundos
5. Segmento nuestras leyendas	5 minutos
6. Cortina instrumental que identifica el programa	
7. Publicidad contratada	2 minutos
8. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos
9. Presentación del segmento música autóctona (2 canciones)	8 minutos
10. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos
11. Segmento mensaje	6 segundos
12. Presentación del segmento reportaje de hoy	10 segundos
13. Segmento reportaje	4 minutos
14. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos
15. Presentación del segmento reportaje de hoy	10 segundos
16. Segmento entrevista de hoy	5 minutos
17. Publicidad contratada	2 minutos
18. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos
19. Presentación del segmento nuestra opinión	6 segundos
20. Segmento nuestra opinión	5 minutos
21. Despedida de los conductores en vivo	10 segundos
22. Despedida pregrabada	33 segundos
<b>Tiempo total</b>	<b>30 minutos</b>

## LIBRETO DE LA PROGRAMACIÓN “ESTO ES SARAGURO”

**PRIMERA EDICIÓN:** 1ERA. PROGRAMACIÓN

**Periodicidad:** Semanal

**Duración:** 30 minutos

LIBRETO	TIEMPO PARCIAL	NOMBRE DEL CONDUCTOR	CONTENIDO
1. Presentación pregrabada	1 minuto	- - -	(CONTROL: Flash, pista 1)
6. Saludo en vivo	2 minutos	Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui	Cordiales saludos a la fiel audiencia del programa “Esto es Saraguro”. Es un gusto compartir información cultural destacada con ustedes. Ponemos a su disposición el número telefónico de la estación desde este momento, en donde ustedes pueden darnos a conocer su opinión, sugerencias y demás aspectos que consideren importantes.
		Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina	Saludamos a quienes nos escuchan en cualquier parte del cantón y la provincia, gracias por su sintonía, hoy tenemos preparado importante información cultural, no se separe de nosotros, con esto damos por iniciado nuestro programa.
7. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos	- - -	(CONTROL: Flash, pista 2)
8. Presentación del segmento nuestras leyendas	5 segundos	Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui	En afán de contribuir con el desarrollo cultural del pueblo Kichwa Saraguro, presentamos el segmento Nuestras Leyendas, en donde hoy relatará Ángel Patricio Suquilanda Medina la leyenda de “Laguna del Puglla y su historia en Saraguro”
9. Segmento nuestras leyendas	5 minutos	Nota Pregrabada y conducida por Sr. Ángel Patricio Suquilanda	(CONTROL: Flash, pista 6)

		Medina	
10. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos	---	(CONTROL: Flash, pista 2)
11. Publicidad contratada	2 minutos	---	(CONTROL: Flash, pista 3)
12. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos	---	(CONTROL: Flash, pista 2)
13. Presentación del segmento música autóctona (2 canciones)	2 segundos	Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina	La música es el arte que esta mas cerca de las lagrima y los sentimientos, de esta forma presentamos el segmento musical de nuestro programa, lo mejor del talento local que expresan su forma de pensar a través de la música.
14. Música	8 minutos	---	(CONTROL: Flash, pista 6) (CONTROL: Flash, pista 7)
15. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos	---	(CONTROL: Flash, pista 2)
16. Segmento Mensaje	6 segundos	---	(CONTROL: Flash, pista 3)
17. Presentación del segmento reportaje de hoy	10 segundos	Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui	Ya en la mitad de nuestro programa presentamos el segmento el reportaje de hoy, el mismo que hoy trata de: (gastronomía, costumbres, personajes, fiestas, etc.)
18. Segmento reportaje	4 minutos	Nota Pregrabada y conducida por Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina	(CONTROL: Flash, pista 8)
19. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos	---	(CONTROL: Flash, pista 2)
20. Presentación del segmento la entrevista de hoy	10 segundos	Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui	Es para mí un placer presentar la entrevista de hoy, el mismo que trata de un personaje destacado de nuestro cantón, representante del cuidado de nuestra cultura, El Dr. Marco Guamán Director del

			Departamento de Interculturalidad del GAMIS.
21. Segmento Entrevista de Hoy	5 minutos	Nota Pregrabada y conducida por Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina	(CONTROL: Flash, pista 9)
22. Publicidad contratada	2 minutos	- - -	(CONTROL: Flash, pista 3)
23. Cortina instrumental que identifica el programa	10 segundos	- - -	(CONTROL: Flash, pista 2)
24. Presentación del segmento nuestra opinión	4 segundos	Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina	Que importante poder dar a conocer las costumbres, tradiciones y las huellas de nuestros antepasados que aún persisten con el pasar del tiempo. Es momento que conozcamos su opinión, a continuación el segmento nuestra opinión
25. Segmento nuestra opinión	5 minutos	Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina	Ponemos a su disposición nuestros números telefónicos de la estación radial para receptor en vivo sus llamadas, llamen a dar sus saludos, opiniones y lo que ustedes deseen.
26. Despedida de los conductores en vivo	10 segundos	Mgs. Marco Antonio Zhigüi Paqui	El programa de hoy ha sido memorable, ya que nos hemos entretenido y divertido desarrollando nuestro programa para contribuir a la cultura autóctona de nuestra localidad, con ustedes hasta el próximo domingo
		Sr. Ángel Patricio Suquilanda Medina	Así es, de esta forma llegamos a la parte culminante de la programación me despido, esperando que el próximo domingo nos sintonicen a las 13:00 por esta misma emisora "Frontera Sur" hasta pronto.
27. Despedida pregrabada	33 segundos	- - -	(CONTROL: Flash, pista 11)

## CRONOGRAMA

Año 2015		Octubre				Noviembre				Diciembre			
ACTIVIDADES TIEMPO		SEMANAS											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Primera emisión	La vestimenta												
Segunda emisión:	La Navidad												
Tercera emisión:	Inti Raymi												
Cuarta emisión:	Kulla Raymi												
Quinta emisión:	Kapak Raymi												
Sexta emisión:	Pawkar Raymi												
Séptima emisión:	Cerro de Arcos												
Octava emisión:	El León dormido												
Novena emisión:	Laguna del puglla												
Décima emisión:	La gastronomía tradicional												
Décimo primera emisión:	La medicina ancestral												
Décimo segunda emisión	Leyendas												

## BENEFICIARIOS

Los beneficiarios de este programa radial son los habitantes de la comunidad de Cañicapac del cantón Saraguro y también los estudiantes de la Universidad de Loja.

## PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	VALOR- MES	PRESUPUESTO (3 MESES)
Prensa	15,00	45,00
Internet	20,00	60,00
Grabadora digital	120,00	120,00
Transporte	50,00	150,00
Material de oficina	20,00	60,00
Edición	60,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>285,00</b>	<b>615,00</b>

Para el financiamiento de esta propuesta alternativa, los recursos se los obtendrá de la venta de publicidad (institucional) y diferentes aportes económicos de instituciones que tiene dentro de sus competencias la difusión cultural.

## f. CONCLUSIONES:

- La evaluación luego de la presentación del piloto de programación radial a la comunidad de Cañicapac fue positiva y de gran sintonía.
- La comunidad de Cañicapac del cantón Saraguro tuvo gran aceptación del Programa Radial de rescate de la Cultura del pueblo Kichwa Saraguro.

- Las personas pertenecientes a la comunidad Cañicapac mostraron gran interés de conocer principios, valores, costumbres, etc. de la cultura Kichwa Saraguro.
- Las entidades encargadas a la difusión de la cultura brindaron valioso aporte mediante entrevistas pregrabadas para difundirlo en la programación.
- Los directivos del medio de comunicación radial brindaron todo el espacio necesario para la difusión del programa.

#### **g. RECOMENDACIONES**

- Que es necesario que se planifique y se ponga en ejecución el presente diseño de programación cultural, con miras a posesionarse como uno de los programas radiales más sintonizados por la comunidad Cañicapac para fortalecer la cultura del pueblo Kichwa Saraguro.
- Que se implemente un programa radial cultural en el cantón Saraguro, con la finalidad de fortalecerá el conocimiento de la cultura; para hablar, conocer y difundir la cultura ancestral autóctona.
- Que los Directores o Gerentes de las radios de la localidad, den mayor interés al desarrollo de la cultura local, mediante la implementación de programas radiales culturales.
- Que el Departamento de Interculturalidad del GADMIS destine un presupuesto para la difusión permanente de la cultura del pueblo Saraguro a través de la radio.

- Que para la realización de las programaciones se incluya a los jóvenes de los colegios como invitados especiales para que se sientan vinculados y comprometidos con la difusión de la cultura.

## **h. BIBLIOGRAFÍA:**

ARMAND, B. (2004). Recursos radiales. Chile

BALSEBRE, A. (2005). El lenguaje radiofónico. Madrid- España.

BRAJNOVIC, L. (2006). El ámbito científico de la programación radial.  
Pamplona- España.

CEBRIÁN, M. (2004). Mediación técnica, tratamiento y programación.  
Madrid- España.

COSTA, J. (2006). Campaña de comunicación. Madrid- España.

LÓPEZ, V. (2000). La radio del siglo XXI. Chile.

MARTÍN, J. (2004). Información radiofónica. Madrid- España.

VÁSQUEZ, M. (2000). Modelos de programación radiofónica. Barcelona-  
España.

## i. ANEXOS

### GUIÓN PARA EL PROGRAMA INTERCULTURAL “ESTO ES SARAGURO”

**Radio:** “Frontera Sur” 91.7 FM

**Locutores:** Patricio Suquilanda-Teresa Quizhpe-Luis Ordoñez

**Control Master:** Patricio Suquilanda

**Periodicidad:** Diaria **Fecha:** 26-10-2015 **Duración:** 30 Minutos **Hora de emisión** 13H00 -13H30

<b>SEGMENTOS</b>	<b>CONTROL MASTER</b>	<b>TIEMPO PARCIAL</b>
1. Clasificación y contenido del programa	<i>Flash pista 1</i>	10 segundos
2. Saludo en vivo		2 minutos
3. Cortina instrumental que identifica el programa	<i>Flash pista 2</i>	10 segundos
4. Presentación del tema del día (lugares turísticos de Saraguro)	<i>Flash pista 4</i>	10 segundos
5. Segmento Lugares turísticos de Saraguro		6 minutos
6. Cortina instrumental que identifica el programa	<i>Flash pista 2</i>	10 segundos
7. Segmento música autóctona (3 canciones)	<i>Flash pista 5-6 y 7</i>	9 minutos
8. Cortina instrumental que identifica el programa	<i>Flash pista 2</i>	10 segundos
9. Segmento nuestra opinión		10 minutos
10. Cortina instrumental que identifica el programa	<i>Flash pista 2</i>	10 segundos
11. Despedida de los conductores en vivo		2 minutos
12. Despedida pregrabada	<i>Flash pista 3</i>	30 segundos
<b>TIEMPO TOTAL</b>		<b>30 minutos</b>

**REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LA EMISIÓN DEL PROGRAMA CULTURAL  
“ESTO ES SARAGURO”**

FUENTE: Radio Frontera Sur 91.7 FM



**INVESTIGADOR:** Ángel Patricio Suquilanda

FUENTE: Radio Frontera Sur 91.7 FM



**INVESTIGADOR:** Ángel Patricio Suquilanda

## **j. BIBLIOGRAFÍA**

- AMARC (2005) Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Ecuador.
- ARMAND, B. (2004). Recursos radiales. Chile
- ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (2008).
- ALBERT, P. (1982). Historia de la radio y la Televisión.
- ARCE, F. (1981). En busca de una educación y cultura revolucionaria.
- ARIAS, C. (2010). Diario El Comercio.
- AVARA, J. (1990). Introducción a los medios de comunicación. España.
- AZNAR, M. (1999). Análisis de medios de comunicación en el Ecuador.  
Quito: Quipus.
- BALLART Joseph, Tresserras Jordi (2001), Gestión del Patrimonio Cultural,  
editorial Ariel.
- BALSEBRE, A. (2005). El lenguaje radiofónico. Madrid- España..
- BRAJNOVIC, L. (2006). El ámbito científico de la programación radial.  
Pamplona- España.
- BERTOLT, C. (1930). El Periodismo. Argentina.
- BERTONI, J. (2012). Competencias y habilidades del periodista venezolano:  
Retos de hoy y mañana.
- BOISIER, S. (1991). Política económica, organización social y desarrollo  
regional. Quito.
- CALVALLIN, C. (2011). Nuevos Espacios de periodismo cultural
- CARRIÓN, H. (2007) Estudios radios comunitarias. Ecuador.
- CARTUCHE, K. (2013). Los Saraguros. Ecuador.

- CASTELLS M. (2009). La era de la información: Economía, sociedad y cultura -La sociedad en Red, México, Siglo XXI.
- CASADO A. (2009). La Radio del siglo XXI un medio interactivo. España. Euroeditions.
- CARBONELL, F.; "Inmigración: Diversidad Cultural, Desigualdad Social y Educación". Madrid: MEC, 1995
- CLAUSSE, R. (1949). La radio pública. Roma: FAO.
- CEBRIÁN, M. (2004). Mediación técnica, tratamiento y programación. Madrid- España.
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (1998). Aer.6
- COSTA, J. (2006). Campaña de comunicación. Madrid- España.
- ESCUELAS RADIODIFUSORAS DEL ECUADOR (1962). La Radio Comunitaria.
- FERNÁNDEZ, R. (2006). La identidad cultural. Argentina.
- FUNDACIÓN KAWSAY SARAGURO. (2012).  
<http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=3>
- GAY, J. (1993). Diccionario Enciclopédico Nuevo Océano.
- GARCÍA, M. (2011) Medios de Comunicación y Cultura. Chile
- GARCÍA, M. (1990). Las claves de la comunicación. España.
- GÓMEZ Mompert, de los nuevos reporteros del al periodismo digital, 1999, Madrid, síntesis.
- HOPE, Augustine and WALSH, Margaret Harald. Atlas de los colores.
- LAMAS, J. (2003). Gestión integral de una radio comunitaria. Ecuador.
- LÓPEZ, V. (2000). La radio del siglo XXI. Chile.

LASCO y PÉREZ (2007). Desarrollo de Investigación: Métodos, Estudios, Enfoques y técnicas.

MARTÍN, J. (2004). Información radiofónica. Madrid- España.

MARTI, J. (1996). Uso y abuso de la tradición. Madrid.

MCLUHAN, M. (1996): Comprender los Medios de Comunicación

MÉNDEZ, P. (2008). Identidad Cultural.

MÉNDEZ, A. (2003). La apuesta invisible: cultura, globalización y crítica social. España.

MORAN, C. (2009). La prensa. Colombia.

NAVARRO, A. (2006). Lo que dicen las radios: análisis radiofónico. Quito.

NÚÑEZ, S. "Cómo potenciar el aprendizaje de estrategias comunicativas en la clase", en XI Conferencia Lingüístico- Literaria.

OROZCO, G. (2001). Educación para recepción. Chile.

QUINTERO, B. (2004). La información. Ecuador.

REVISTA VANGUARDIA (2012). La televisión en la actualidad y sus efectos.

RICON, W. (1996). Periodismo investigativo para prensa y televisión. Colombia.

RODRÍGUEZ, L. (2006). Periodismo Cultural. Ecuador.

RUILOVA, E. (2012). Introducción a la gestión. España: Servei de Publicacions.

OEA. La Cultura como finalidad del desarrollo, Documento para expertos en políticas culturales, Vancouver.

OSORIO, M. (1993). Diccionario de Ciencias Políticas y Sociales.

QUINTANA, D. (2006). Radio Pública. España.

REVISTA VANGUARDIA (2012). Editorial Gran Tauro.

SÁNCHEZ Y BRAVO (1992). Manual de estructura de información. España.

SANDOVAL, C. (1990). Los medios de comunicación. Costa Rica.

SANTILLAN, P. (2006). El lenguaje en el periodismo de opinión Editorial.

UNESCO, Informe Mundial sobre la Cultura (1998), Cultura, creatividad y mercados.

VIDAL, J. (2006). La identidad Cultural. Chile.

VILLAMAYOR, L. (1998). El Periodismo en el Ecuador. Quito.

VILIAN, R. (2001). Los medios de comunicación. Colombia.

WILLIANS, R, (1971). Los medios de comunicación social. España.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

COMUNICACIÓN PARA LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA  
SARAGURO A TRAVÉS DE LA RADIODIFUSION EN LA  
COMUNIDAD DE CAÑICAPAC

Proyecto de investigación previo a la  
obtención del título de Licenciado en  
Ciencias de la Comunicación Social.

**AUTOR:**

ÁNGEL PATRICIO SUQUILANDA MEDINA

**LOJA – ECUADOR**

2015

**a. TEMA:**

COMUNICACIÓN PARA LA CULTURA DEL PUEBLO KICHWA SARAGURO A TRAVÉS DE LA RADIODIFUSION EN LA COMUNIDAD DE CAÑICAPAC

**b. PROBLEMÁTICA**

La presente problemática, se basa primordialmente en la dificultad que se presenta en el cantón Saraguro, en relación a la falta de programaciones culturales en los medios de comunicación radial, los cuales no difunden ni poseen dentro de los contenidos culturales, que mencionen la importancia y la riqueza cultural, que posee los Kichwa - Saraguros.

La falta de interés tanto de la población en general como precisamente los medios de comunicación radiodifusores en proteger y cultivar su riqueza cultural, sus valores, sus principios, sus tradiciones, sus costumbres, su idioma y su gastronomía; ha hecho que se genere en muchos de los casos la pérdida de sus valores autóctonos y adquieran culturas ajenas mancillando su propia identidad.

**Contextualización**

La comunicación es importante para promover el desarrollo humano en el nuevo clima social de nuestros días. A medida que el mundo avanza hacia la descentralización, la economía de mercado y una mayor democracia, mejoran las condiciones para que la población empiece a fijar su propio rumbo al cambio.

Una mejor comunicación con la población a todos los niveles permite a ésta reconocer los problemas más importantes y encontrar un terreno de acción común, y crea un clima de identificación y participación para poner en práctica sus decisiones.

Uno de los factores preponderantes en cuanto a la información y comunicación, por cualquier medio de comunicación, siempre es el desarrollo social; en este caso el desarrollo cultural del pueblo Kichwa Saraguro.

La parroquia de Tenta se encuentra ubicada a doce kilómetros de la cabecera cantonal de Saraguro, posee tres tipos de clima como son: Cálido en la zona de la Papaya, Templado en la zona de Jaratenta y Frio en la zona de Llaco y San Isidro. Los indígenas hoy en la actualidad se ubican en un gran porcentaje y se encuentran ubicados en los barrios de Resvalo, El Empalme, Quebrada Honda, Jaratenta, Toctepamba, Membrillo, Cochapamba, parte de Cañicapac, Sauce, Tenta y Llavicocha.

De esta manera la comunidad de Cañicapac, posee entre 450 a 500 habitantes, los mismos que se dedican a la agricultura, ganadería y comercio, en su mayoría.

En la actualidad existen dos centrales de radiodifusoras en el cantón Saraguro, como son Radio Frontera Sur 91.7 Fm que tiene una cobertura en todo el cantón y parte de la provincia del Azuay y Radio "Buen Pastor" 92.9 FM; las mismas que en ninguna de sus programaciones cuentan con un espacio para informar y formar sobre la cultura autóctona Kichwa Saraguro.

A la par de esto, se puede observar la adopción de nuevas culturas ajenas a la autóctona, que van desvirtuando cada vez la cultura propia del lugar, por falta de información y concienciación de la importancia de la riqueza cultural.

### **Situación actual del problema**

Los medios radiales saragurenses comunican a la audiencia los hechos noticiosos superficialmente y desarrollan simplemente programación musical. En este sentido es necesario señalar que los medios radiales Frontera Sur y Buen Pastor, no realizan programaciones de relevancia cultural. Lo que hacen los comunicadores o locutores es simplemente complacer el gusto musical de los radioescuchas y acudir a los medios impresos electrónicos y a los medios impresos de la ciudad.

Cabe mencionar que, los medios de comunicación como los radiales tienen la gran responsabilidad de ofrecer a sus oyentes una información veraz y oportuna, es decir que promueva el desarrollo de la comunidad, en este caso el impulso y adelanto de la cultural Kichwa Saraguro, con el fin de concienciar la importancia y el valor de sus orígenes, así como sus costumbres y tradiciones.

Los problemas principales, se pueden detallar de la siguiente manera:

- Falta de interés de las autoridades del cantón en recuperar los valores culturales propios del cantón.
- Falta de contenido cultural en las radiodifusoras del cantón
- Migración de población Kichwa Saraguro
- Turismo y comercio constante de extranjeros.
- Desconocimiento de los verdaderos valores, principios, costumbres del pueblo Kichwa Saraguro.

## **Problema central**

Ante lo expuesto planteamos la siguiente pregunta:

¿QUÉ IMPACTO TIENE EN EL DIARIO VIVIR DE LOS POBLADORES KICHWA SARAGURO DE LA COMUNIDAD CAÑICAPAC LA FALTA DE COMUNICACIÓN PARA SU CULTURA ATRAVÉS DE LA RADIODIFUSIÓN?

## **Delimitación del problema**

La identidad cultural kichwa Saraguro es evidente que se está perdiendo con el devenir del tiempo. La presente investigación se lo realizará desde el mes de marzo hasta diciembre de 2015 en la comunidad Cañicapac tomando una muestra de 209 de una población total de habitantes. Donde se aplicará encuestas y entrevistas para obtener una respuesta objetiva.

### **c. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se centrará en el estudio primordial de la actual comunicación para la cultura del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión, la misma que es de gran relevancia puesto que es necesario que las personas de este pueblo; conozcan y valoren sus costumbres, tradiciones y modus vivendi, para evitar que se siga perdiendo.

Antes esto, cabe mencionar que la razón primordial de la presente investigación es conocer la incidencia de falta de comunicación cultural del pueblo Kichwa Saraguro en la comunidad Cañicapac de la parroquia Tenta, cantón Saraguro al rescate de su identidad cultural y contribuir con una propuesta alternativa de un programa radial, con el fin de fomentar la cultura de la localidad.

De igual forma, la presente investigación es factible, puesto que se cuenta con todos los recursos técnicos, humanos, económicos y materiales; ya que es una grave problemática social que en este cantón la comunicación radiodifusora, carece de programación que beneficie el desarrollo social y cultural principalmente de los habitantes de la localidad.

El impacto que tendrá el desarrollo de este trabajo investigativo, es principalmente en las poblaciones de la localidad, ya que requieren urgentemente de una alternativa de difusión cultural en un medio de comunicación, en este caso la radio; mediante la cual se fortalecerá la cultura autóctona de las y los actores inmersos en esta problemática.

Por último, será beneficioso el desarrollo de esta investigación, puesto que se proyectará a nivel local, regional y nacional el rescate de la identidad cultural del pueblo kichwa Saraguro.

#### **d. OBJETIVOS**

##### **GENERAL:**

- Determinar cómo incide la falta de comunicación cultural del pueblo Kichwa Saraguro en la comunidad Cañicapac de la parroquia Tenta, cantón Saraguro al rescate de su identidad cultural.

##### **ESPECÍFICOS:**

- Fundamentar mediante contenidos teóricos la comunicación cultural del pueblo kichwa Saraguro.
- Indagar las razones y los factores de la pérdida de identidad cultural de la comunidad Cañicapac.
- Plantear una propuesta alternativa: Elaborar un programa radial para el pueblo kichwa Saraguro de la comunidad Cañicapac.
- Aplicar la propuesta alternativa para los habitantes del pueblo kichwa Saraguro.
- Evaluar el impacto de la propuesta alternativa: Programa radial para la comunidad Cañicapac.

## **ESQUEMA TEÓRICO**

### **CAPÍTULO I**

#### **COMUNICACIÓN SOCIAL**

Medios de comunicación

Tipos de medios de comunicación

La Radio

La prensa

La televisión

Medios de comunicación y cultura

La radio en el ámbito cultural

Fortalecimiento étnico

Pérdida de Identidad

Periodismo cultural

El Pueblo Kichwa Saraguro

Modus Vivendi

Cultura

Costumbres

Idioma

Gastronomía

Fiestas

### **CAPÍTULO II**

#### **LA RADIO DIFUSIÓN COMUNITARIA**

Definición

Historia de la Radio Comunitaria en el Ecuador

Diferencia entre Radio Comunitaria y Privada

Participación de una Radio Comunitaria

## **e. MARCO TEÓRICO**

### **CAPÍTULO I**

#### **Comunicación Social**

Según Casado (2009) afirma que la comunicación social es *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 (pág.45).*

Por su parte Bertoni (2012) *se denomina como comunicación social a aquella área de estudios que estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación masiva y las industrias culturales (pág.198).*

De tal manera que la comunicación social, se entiende que es fundamentalmente el intercambio de información que los seres humanos, incluso los animales y las plantas desarrollan para poder mejorar sus condiciones de vida, o para lograr la supervivencia, pero en relación con lo social. Así mismo 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.

## **Medios de Comunicación**

Mientras que Aznar (1999) considera que *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 más media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales (pág. 22)*

Casado (2009) menciona que *los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc.*

*Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica (pág. 111)*

Por lo expuesto, se puede establecer que el término medio de comunicación, se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Así tradicionalmente el término se refiere a la radio, la televisión, la prensa y el cine. Se considera que son, en la actualidad, los más poderosos instrumentos para impulsar o modificar la cultura, capaces de construir o destruir.

## **La Radio**

De acuerdo a Núñez (2009) *la radio es un medio de comunicación que se basa en él envió de señales de audio a través de ondas de radio, es el medio de difusión más popular y masivo, tiene mayor alcance por llegar a todas las clases sociales, establece un contacto más personal.* (pág. 41)

Mientras que para Delgado (2011) *la radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales.* (pág. 12)

*La radio es un medio de comunicación que llega a todas las clases sociales. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo.*

Es decir que la Radio, es un medio sonoro que trasmite mediante vía ondas sonoras y combina el lenguaje emitido de forma oral con elementos musicales y otros sonidos, permitiendo interactuar a sus radioescuchas.

Cabe mencionar que su principal función es de informar, entretener y acompaña a su destinatario, pues ofrece al oyente cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que está transmitiendo.

## **La prensa**

Según Osorio (1993) *a más de la máquina impresora y de la imprenta como tales, es el conjunto de publicaciones periódicas. Desde su expansión en el siglo XIX, no ha dejado de suscitar se en todas partes los beneficios y riesgos de la libertad de prensa.* (pág. 32)

De igual forma Gay (1933) menciona que *el concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico, semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).*

*Existen desde la aparición de la imprenta, siendo el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo.*

*Aunque la información sea su función más destacada, la prensa periódica posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar, opinar, educar y entretener (habitualmente resumidas en la tríada informar, formar y entretener (pág. 322)*

De ahí que, a mi criterio existen diversidad de términos con los que se ha definido a la prensa escrita tanto por su relación directa con las maquinarias de imprenta que se utilizan para su publicación, como por la regularidad que se publica, así tenemos que se lo conoce como, diario, periódico, etc.

Es así que, la prensa escrita tradicionalmente ha utilizado el papel para la realización de publicaciones masivas, como lo había señalado anteriormente de acuerdo a cierta regularidad, estas publicaciones han contribuido significativamente al desarrollo de los pueblos, al comercio, a la educación, y sobre todo se ha convertido en un pilar fundamental en la información.

## **La televisión**

Santillan (2006) determina que la *televisión (TV), es la transmisión instantánea de imágenes, tales como fotos o escenas, fijas o en movimiento, por medios*

*electrónicos a través de líneas de transmisión eléctricas o radiación electromagnética (ondas de radio). (pág. 22)*

Mientras que la Revista Vanguardia (2012) afirma que *la señal de televisión es una compleja onda electromagnética de variación de tensión o intensidad, compuesta por las siguientes partes: 1) una serie de fluctuaciones correspondientes a las fluctuaciones de la intensidad de luz de los elementos de la imagen a explorar; 2) una serie de impulsos de sincronización que adaptan el receptor a la misma frecuencia de barrido que el transmisor; 3) una serie adicional de los de nominados impulsos de borrado, y 4) una señal de frecuencia modulada (FM) que transporta el sonido que acompaña a la imagen. Los tres primeros elementos conforman la señal de vídeo. (pág. 11)*

Consecuentemente, es necesario recalcar que las imágenes de televisión están formadas análogamente por un esquema de elementos tonales que configuran una imagen completa.

Es decir que la televisión es un sistema de transmisión de imágenes y sonido a distancia a través de ondas hercianas. En el caso de la televisión por cable, la transmisión se concreta a través de una red especializada.

### **Medios de Comunicación y Cultura**

De acuerdo a Castells (2009) menciona que *la tradición anglosajona agrupa los contenidos culturales en secciones como “arts” o “features”, mientras que la línea española opta por calificar las mismas secciones como “cultura” y distinguirla de otros apartados como “viajes” o “espectáculos”. (pág. 42)*

Mientras que Santillan (2006) considera que *a lo largo de la historia, se produjeron revoluciones en la comunicación, cada nuevo medio aportó un recurso que produjo cambios importantes en la organización de la sociedad y en la transmisión de la cultura. La introducción de nuevas tecnologías modificó la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad y la intervención sobre ella. Es la modificación cultural introducida por los medios de comunicación de masas, lo que va a provocar las reacciones más dispares, desde los entusiasmos más fervorosos hasta las condenas más rigurosas.* (pág. 105)

No se puede negar que los medios de comunicación sean productos culturales en sí mismos y que además ejerzan una mediación entre los diversos sectores y modos culturales de una sociedad. En éste ámbito y en particular en la prensa diaria existe una acotación (aunque no muy clara) de lo que se entiende por cultura y secciones específicas que se abocan a estos temas. De esta manera es aquí cuando empiezan las confusiones porque muchas veces se ha encontrado la reseña de una obra de teatro en la sección de espectáculos o la cobertura de una exposición pictórica en la sección de sociales; y es que en realidad no es el tipo de temas sino el tratamiento adecuado de éstos lo que les hace o no pertinentes en una u otra sección.

### **La radio en el ámbito cultural**

Clausse (1949) cree que *con el apoyo de las modernas tecnologías que su poder económico les permite emplear, imponen gustos, estilos y modelos de consumo, a través de una fuerte presión publicitaria, que intenta arrasar con la diversidad cultural de nuestros pueblos.* (pág. 127)

También Arce (1982) afirma que *la radio ha formado y forma parte de la vida de muchos seres humanos, de su educación, de su entretenimiento, de su acceso fácil y barato a la cultura y muy especialmente a la música, una vez que la literatura o el teatro perdieron su fuerza, tan decisiva en las ondas hace ya demasiados años.* (pág. 229)

Por lo que la proximidad las emisoras municipales a la realidad que viven las comunidades, beneficia la objetividad y efectividad de su trabajo, al cubrir necesidades locales que las estaciones nacionales no pueden asumir. De ahí que, en una sociedad en crisis en la que la cultura parece condenada a ser inmolada en el altar de una economía del desastre, la radio cultural, la radio musical pública debe seguir jugando un papel de primera importancia, más aún si tenemos en cuenta que su coste no es precisamente oneroso para sus administradores, bien sea verdad que la vieja costumbre de, en caso de necesidad.

### **Fortalecimiento étnico**

En el Ecuador existen 27 nacionalidades, pueblos indígenas y negro-afro-ecuatorianos. Esta es la mejor expresión de la diversidad de nuestro país.

Castells (2009) piensa que *la diversidad étnica es la variabilidad de lenguajes, tradiciones, costumbres, creencias religiosas, tipos de alimentación, usos de recursos, técnicas, y tecnologías, entre muchas otras prácticas, que crea el género humano.* (pág. 234)

Lo que Navarro (2006) también considera que *los pueblos indígenas han enfrentado procesos de cambios históricos y sociales que han afectado profundamente su calidad de vida y las condiciones que garantizan su*

*existencia, como resultado tienen una expectativa de vida más corta que los grupos homólogos de la sociedad nacional, mayores tasas de morbilidad y mortalidad, y un alto grado de aculturación, determinada en buena parte por los nuevos desafíos impuestos por el proceso de globalización y modernización, que se manifiesta en la poca transferencia de los conocimientos y prácticas tradicionales de padres a hijos, el poco uso de la lengua indígena, migración del campo a la ciudad en busca de oportunidades de trabajo, acceso a la educación superior, calidad de vida, ambivalencia cultural influenciada por proceso de urbanización que está impactando en la forma de organización social y las nuevas tecnologías que están ocasionando cambios en la vida cotidiana de la comunidad. (pág. 145)*

Por lo que se puede señalar que entre más diversos sean estos aspectos en una nación o en una sociedad, más grandes son su entendimiento y contribución culturales. Sin embargo, muchas Etnias ancestrales establecidas en Ecuador van camino a la extinción, este es un peligro latente para los pueblos indígenas nativos del país, los cuales se ven amenazados por la globalización.

### **Pérdida de Identidad**

Para Albert (1982) considera que *el fenómeno socioeconómico de la globalización provoca que muchos jóvenes desconozcan su cultura, problema que en nuestro país es notable que con la globalización hay un intercambio cultural grande, y muchas personas que a diario accedan a Internet ya no les interesan aspectos culturales de la entidad. (pág. 80)*

Mientras que Ruilova (2012) afirma que *la realidad socio económico de los países andinos, en especial de los países como Ecuador, Perú y Bolivia ha motivado que muchos de los pobladores salgan a las grandes ciudades dentro de cada país, como también fuera de ellas; las causas que motivan para la consolidación de este fenómeno son varias.* (pág. 56)

Es decir que, la identidad cultural es parte de la vivencia del ser humano, parte de una cultural dinámica con características variables e identidades muy propias. Por lo que la pérdida de la identidad cultural de los pueblos indígenas del Ecuador (aculturación), es una realidad que se vive en los últimos 50 años, donde las raíces ancestrales se transforman en base a la supervivencia y modo de vida.

### **Periodismo cultural**

Para Marti (2006) establece que *el "periodismo cultural" que es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las "bellas artes", "las bellas letras", las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental.* (pág. 94)

Mientras que Calvallin (2011) menciona que *tradicionalmente, el periodismo cultural se ha ocupado de difundir, fomentar y promover las diversas expresiones de las artes, las letras y la cultura en general, que son producto de la actividad humana desarrollada a lo largo del tiempo. Si partimos de la definición de Iván Tubau, el periodismo cultural sería la forma de conocer y*

*difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación. Estos medios han sido radicalmente transformados en los últimos años, al punto de sustituir los espacios de la ciudad destinados anteriormente al encuentro con la cultura. Por esta razón, se impone una reflexión sobre el devenir del periodismo cultural en el marco de una sociedad interconectada a través de la red pero, al mismo tiempo, múltiple y fragmentada. (pág. 271)*

Ante esto, se puede mencionar que según estas concepciones el periodismo cultural debería abarcar todas las posibilidades e incluso podríamos pensar que todo periodismo es cultural por sus orígenes, objetivos y procedimientos. Sin embargo, los medios de comunicación, por desconocimiento, no valoran la inquietud y la preparación de nuestro pueblo y por ello miden su deseo de cultivarse con criterios obsoletos. Los periódicos pueden ayudar, mejor que cualquier otro medio, a que la gente resuelva sus problemas.

### **El Pueblo Kichwa Saraguro**

*De acuerdo a la Fundación Kawsay Saraguro (2011) etimológicamente el nombre del pueblo que se conoce actualmente como Saraguro aún no está totalmente determinado. Para algunos investigadores es el compuesto de sara que significa maíz y Kuri que significa oro para otros es el resultado de sara y guro que significa gusano, o de sara y quero que significa árbol de maíz. (pág.11)*

De acuerdo también a Santillan (2006) considera que es el único grupo étnico de los muchos más encontrados en la provincia de Loja que ha sobrevivido a la colonización española. Su vestimenta se caracteriza en los varones por los

*ponchos y sombreros blancos con manchas negras (en la actualidad, antes se usaban los sombreros con ala ancha hecho de lana de oveja); y en las mujeres por los anacos y chales del mismo color. (pág.42)*

Es decir que, la etnia Saraguro se encuentra asentada en el cantón del mismo nombre perteneciente a la provincia de Loja al sur de Ecuador. Se cree que Tupác Yupanqui fue quien conquistó esta región de los Paltas, que fueron una Etnia Indomable y brava.

### **Modus Vivendi**

El Modus Vivendi según Méndez (2008) cree que *es un pueblo eminentemente agrícola, actividad productiva que la realizan con técnicas artesanales como: arado reja, yugo garrucha, yunta, barbecho, abono orgánico, cruzar y sembrar; cultivan en base a un sistema de rotación y cultivos asociados de diferentes productos: maíz, fréjol, haba, que rotan con la arveja, las papas, el trigo y la cebada; cultivan también oca, melloco, quinua, achogcha, sambo, zapallo, productos destinados en gran parte al consumo propio; el ajo, la cebolla y cereales se los produce en atención de los mercados locales y provinciales. (pág. 90)*

Mientras que Méndez (2008) afirma que *los derivados de esta actividad mantienen la producción de quesos y leche que se coloca en el mercado local. A nivel familiar se crían animales domésticos como: aves de corral, borregos, cerdos y cuyes, destinados para el autoconsumo también para la venta en mercados locales o para las fiestas propias de las comunidades. (pág.8)*

Ante esto se puede concluir que el modus vivendi de esta cultura, radica en la agricultura, especialmente en los cultivos de: tomate riñón, babaco y vainita

destinados al mercado local. Cultivan además algunas variedades de frutas como: duraznos, manzanas, peras, claudias, etc.

Es muy común en casi todas las comunidades, el cultivo de hortalizas y plantas medicinales como: borraja, ataco, jícama, etc. Se produce: maíz, fréjol, papa china, sango, café, caña de azúcar, guineo y yuca; se cultiva además variedad de frutas como: naranja, mandarina, limón. Así mismo las artesanías también constituyen una fuente importante de ingresos en la economía Saraguro, especialmente en lo que se refiere a trabajo textil y cerámica, cuya producción está destinada al autoconsumo y al mercado local.

## **Cultura**

Según Ruilova (2012) conceptualiza al término de *cultura*, que proviene del latín *cultus*, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del Iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso. (pág.93)

De acuerdo a Gómez (1999) menciona que *en la cabecera cantonal de Saraguro se realizan festividades típicas, costumbres y tradiciones, cuya importancia radica en la absoluta naturalidad con que se cumplen y en su extraordinario colorido y solemnidad, todos giran alrededor del tema religioso, siendo las principales: Semana Santa, Navidad, Tres Reyes, Corpus Christi, el 1 de agosto, 24 de mayo y el 10 de marzo. Las comunidades indígenas en estas fechas, muy especialmente, se dan cita con sus mejores galas.* (pág. 30)

Es decir que, cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las

costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

### **Costumbres**

Para Ballart (2001) el pueblo Saragurence posee una *herencia colonial, en referencia a las creencias religiosas, celebra: carnavales, semana santa, finados, reyes, navidad, bautizos, matrimonios católicos y evangélicos. Celebraciones que hoy en día se entremezclan con celebraciones ancestrales de relación con la naturaleza, se vive el Inti-Raymi (fiesta de la cosecha). La Pachamama, es una fiesta donde se agradece a la madre tierra por sus frutos.* (pág. 90)

De igual forma el mismo autor determina que *al hablar del folklor musical, danzas y canciones indígenas, es necesario manifestar que su música y su danza, como el misterio de su permanente luto, permanecen todavía inexplorados* (Joseph Ballart, 2001).

Cabe mencionar que existen grupos folklóricos conformados por auténticos indígenas, que están haciendo posible la trama maravillosa del artista indio, que reproduce en cada una de sus interpretaciones los espejismos de una gran civilización prehistórica.

### **Idioma**

En cuanto el idioma Arias (2010) del Diario El Comercio, afirma que *en el cantón lojano Saraguro, pocos indígenas hablan en kichwa. En el centro*

*poblado, los niños y jóvenes casi no conocen ese idioma ancestral a diferencia de los ancianos que lo utilizan mientras venden sus productos en el mercado.*

*El kichwa es una de las tradiciones culturales que se está perdiendo, señala Mercedes Medina, de 76 años, quien vive en la comunidad indígena de Gera. Según ella, a los jóvenes casi no les interesa aprender ni hablar su idioma materno. Para esta indígena, la migración y la discriminación causaron esta pérdida. En su familia tratan de mantener el idioma, por ello, en las reuniones o fiestas familiares hacen que los niños aprendan las palabras en kichwa que pronuncian sus padres. Asimismo, cuando reciben a un turista ya sea nacional o extranjero saludan en su idioma y luego en español. (pág. 3)*

*Mientras que Boiser (1991) menciona que el quichua hablado por los saraguros ha dejado de ser el auténtico runasimi (lengua de hombres) de la época del incario, usan muchas palabras del castellano en sus conversaciones. La población blanca de Loja y Saraguro usa también varios términos en la conversación corriente, ignorando el origen de estas palabras (pág.12)*

*De ahí que la mayoría de los Saraguros, particularmente aquellos que viven en contacto con la población no Saraguro, son bilingües: hablan indistintamente y con naturalidad el quichua y el castellano.*

## CAPÍTULO II

### LA RADIO DIFUSIÓN COMUNITARIA

#### Definición

Bertolt (1930) *la radio podría ser el sistema de comunicación pública más maravilloso que se pueda imaginar... si fuera capaz, no solo de transmitir, sino también de recibir, permitiendo así que el oyente, además de escuchar, hablar* (pág. 9).

De acuerdo a la UNESCO (2007) determina que: *La radio comunitaria suele ser una estación de radio de corto alcance sin fines de lucro que responde a las necesidades de información de las personas que viven en un lugar determinado, en los idiomas y formatos que se adaptan mejor al contexto local. Las estaciones de radio comunitaria pueden movilizarse en favor de una campaña, por ejemplo menciones de sus actividades, programas de entrevistas con los organizadores de la campaña o difusión de la música y las canciones de la campaña.*

El uso de la radio como instrumento de cambio cultural y político, aun siendo un fenómeno creciente, no es nuevo. En efecto, las primeras estaciones comunitarias participativas surgieron hace casi 40 años, desde entonces se han aplicado un sinnúmero de proyectos para promover un cambio dirigido a la comunidad desde varios enfoques.

Es un ámbito para el libre ejercicio de la ciudadanía en donde se exprese intereses colectivos político-culturales en el marco de un proyecto comunicacional, en el cual un grupo de personas hace uso de sus derechos a

la comunicación y a la expresión. Por otra parte la radio comunitaria no se somete a la lógica del dinero ni de la propaganda pues tienen una finalidad distinta, sus mejores energías están puestas al servicio de la sociedad civil, a influir en la opinión pública, de crear consensos, de ampliar la democracia; en definitiva de construir comunidad

### **Historia de la Radio Comunitaria en el Ecuador**

Para Villamayor (1998) afirma que: *Las radios comunitarias en el Ecuador se definieron primero como populares, alternativas después y ahora como comunitarias, aparecieron en los años sesenta, como las Escuelas Radiofónicas Populares (ERPE), en primer lugar fundadas en Riobamba en 1962; Radio Mensaje de Tabacundo en 1964 y Radio Federación de Sucúa en 1968.*

*Las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), desde 1962 desarrollan programas de educación a distancia con campesinos, indígenas adultos para lo cual ha utilizado como estrategia operativa la radio, las cartillas y la presencia del coordinador. Pero ha partir de 1986 trabaja con programas educativos desescolarizados y sus programas y sus programas regulares son interactivos, es decir, cuentan con la participación directa de la audiencia, no solo durante la emisión del programa, sino también en su diseño y producción.*  
(pág. 57)

Las radios comunitarias ofrecen servicios para personas que viven en zonas alejadas, emiten en los idiomas de la comunidad y promueven que los oyentes participen en el diseño, contenido y producción de los programas radiofónicos.

En Ecuador la situación de marginalidad en que han vivido algunos sectores de la población indujo a instituciones públicas y privadas, sobre todo a la Iglesia Católica, a buscar alternativas para poner en vigencia la alfabetización y la educación básica, a pesar de que las autoridades centrales han tenido cierta reticencia a fomentar esta potencialidad de la radio, ésta cuando ha sido utilizada para educación ha dado un aporte importante.

### **Diferencia entre Radio Comunitaria y Privada**

*‘Los medios de comunicación comunitarios son personas jurídicas de derecho privado, sin finalidad de lucro, propiedad de organizaciones de la sociedad civil, las mismas que en libertad y total autonomía definirán sus programaciones y contenidos, respetando la Constitución y las Leyes. (Constitución de la República del Ecuador. Art. 6 del capítulo II).*

*La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente (Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC, 2008).*

Las radios comunitarias son empresas sin fines de lucro. Esto significa que los excedentes (obtenidos incluso por publicidad comercial) se reinviertan en el mismo medio y en sus proyectos de desarrollo social.

Por lo tanto radios y televisoras comunitarias son medios de la sociedad civil, de las organizaciones sociales, del movimiento indígena y afrodescendiente de grupos juveniles, de universidades y colegios, de sindicatos y cooperativas, de asociaciones campesinas y barriales, de grupos feministas, ecologistas.

Orientan su programación a la participación de la comunidad y a la construcción de valores ciudadanos, concepto muy diferente a la que tienen los medios privados o comerciales quienes como su nombre lo dice pertenecen a empresas privadas cuyas utilidades se reparten entre los propietarios, sin embargo esto no les quita su responsabilidad social ni la prevalencia del interés colectivo en su programación, dado que están haciendo uso de un bien público como lo es las frecuencias radioeléctricas.

### **Participación de una Radio Comunitaria**

*Boiser (1991) la comunidad tiene varias formas de participar en una emisora comunitaria por ejemplo: perteneciendo a la junta de programación de la estación, dado el objeto social de las emisoras comunitarias, los sectores organizados de la comunidad pueden solicitar su participación en las juntas de programación como una forma de garantizar el carácter comunitario y participativo de la programación (pág.67).*

*Quintana (2006) otra forma es produciendo programas; en este sentido, un individuo o grupo social propone y produce programas que sean de interés en la comunidad, aquí trabajarían junto al productor o director de la radio quien es el que conoce los intereses, historias, costumbres e incluso los gustos de su comunidad. Formando parte de la audiencia; los distintos sectores que conforman la audiencia, con sus aciertos y diferencias, participan en la emisora escuchándola y brindándole su apoyo, en la medida en que ven reflejados sus intereses en los distintos programas. Se puede buscar la participación de los distintos sectores de la comunidad, involucrarlos mediante debates o mesas*

*redondas; es decir, con formatos que busquen su opinión y participación para construir una comunidad (pág.15).*

En definitiva la emisora comunitaria permite el cubrimiento de sucesos de interés local, construyendo una sociedad con educación crítica, capaz de poder tomar sus propias decisiones sobre las diversas problemáticas de la realidad, algo que normalmente está ausente en la visión de los medios comerciales.

## **f. METODOLOGÍA**

La metodología que se utilizará en la presente investigación permitirá cumplir con los objetivos propuestos para descubrir alternativas de solución al problema planteado.

### **ENFOQUE CUALITATIVO**

Estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas (Blasco y Pérez. 2007, p.25). Esta clase de enfoque recoge la información de las encuestas y entrevistas que permiten analizar las cualidades o razones de las respuestas de los instrumentos aplicados.

### **TIPO DE DISEÑO**

#### **EXPERIMENTAL**

Se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por qué causa se produce una situación o acontecimiento particular (Blasco y Pérez. 2007, p.29). Este tipo de diseño será utilizado en el desarrollo de las variables de la problemática central, con el fin de analizarlas y arribar a conclusiones personales.

#### **PRE EXPERIMENTAL**

Se analiza una sola variable y prácticamente no existe ningún tipo de control. No existe manipulación de la variable independiente ni se utiliza grupo control. En una investigación pre experimental no existe la posibilidad de comparación

de grupos (Blasco y Pérez. 2007, p.25). Este diseño permitirá la asociación entre dos o más variables de la problemática y relacionarlas, buscando explicaciones alternativas a la temática.

## **MÉTODOS**

**CIENTÍFICO:** Es el conjunto de estrategias que usan los científicos para desarrollar su función e implica una combinación de inducción y deducción que se retroalimentan; de esta forma se analizará todas las acciones que rodean al medio en donde se desarrollará la investigación, permitiendo recolectar información detallada para apuntar a la posible solución del problema.

Mismo que será aplicado en todo el proceso investigativo, tomando en cuenta la información recolectada en la gama de información literaria y recolectada a través de encuestas. Las cuales admitirán obtener un conocimiento válido respecto al problema y posible solución.

**DEDUCTIVO:** Este método permitirá desintegrar el problema para estudiarlo desde lo general hasta llegar a la esencia de sus partes. Emplear este método de la deducción ayudará a examinar el problema. De igual forma se lo aplicará en la encuesta al realizar el análisis general de las mismas y de sus resultados finales de la investigación.

**INDUCTIVO:** Permitirá estudiar al problema a investigar desde lo particular hasta lo general, permitiendo determinar un criterio propio a las definiciones y problemática. Así mismo se lo utilizará en la aplicación de las encuestas donde se obtendrá información veraz de la temática.

**HISTÓRICO:** Este método brindará detalles específicos que se recolectarán a través de la indagación de hechos pasados, permitirá vincular al conocimiento en las distintas etapas de los hechos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del problema de investigación revelando su historia y analizando la trayectoria concreta y así entender el problema en su totalidad para llegar a la solución más acertada. Método que se aplicará en el transcurso de la investigación referencial que se acogerá en los testimonios obtenidos por los entrevistados; el cual validará la propuesta para la solución del problema.

## **TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS**

**ANÁLISIS:** Con toda la información recabada a través de los métodos y técnicas, el procedimiento analítico permitirá conocer los diferentes aspectos y características del problema que se establece, mismo que será empleado desde el inicio de la investigación; es decir se usará en el tema, problema, objetivos e hipótesis. De tal forma que brindará alternativas para la interpretación de resultados y llegando a la solución del problema.

**SÍNTESIS:** Gracias a este procedimiento se seleccionará el sector y el número de encuestas que se aplicarán, lo cual permitirá conocer sus criterios y a la vez extraer varias conclusiones.

Basándose en la entrevista y síntesis, que permitirán escoger a las personas idóneas para cumplir con el objetivo de la investigación. La cual se aprovechará en la tabulación de resultados contribuyendo con la posible solución del problema.

**ENCUESTA:** La presente técnica ayudará a recoger información válida, criterios generales de los involucrados en la problemática, para ello será necesario apoyarse en un cuestionario como instrumento de medición que estará integrado por seis interrogantes de tipo cerradas y de opción múltiple, que se aplicará a una muestra representativa obtenida de la población total de la Comunidad Cañicapac, en donde existe una población de 500 habitantes aproximadamente. Para ello se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 Npq}{e^2 (N-1) + K^2 pq}$$

Dónde:

N= tamaño de la población= 500

k= Nivel de confianza = 9,5%

e = Margen de error 5 %

p=porción de individuos = 0,5

q= varianza (nivel no probabilística) = 0,5 %

$$n = \frac{k^2 Npq}{e^2 (N-1) + K^2 pq}$$

$$e^2 (N-1) + K^2 pq$$

$$n = \frac{90,25 * 500 * 0,5 * 0,5}{0,25 (499) + 90,25 * 0,5 * 0,5}$$

$$0,25 (499) + 90,25 * 0,5 * 0,5$$

$$n = \frac{11281}{53,75}$$

$$53,75$$

$$n = 209$$

**ENTREVISTA:** La técnica de la entrevista se la aplicará mediante un cuestionario de cinco interrogantes a los 2 de los propietarios de las radiodifusoras del cantón Saraguro como son: el “Buen Pastor” 92.9 FM y Radio “Frontera Sur” 91.7.

**g. CRONOGRAMA**

N°	MESES	2015											
		MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOST	SEP	OCT	NOV	DIC		
		1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4		
1	Problema justificación, objetivos.												
2	Elaboración del proyecto de investigación.												
3	Acopio de información bibliográfica.												
4	Acopio empírico de investigación de campo.												
5	Presentación y análisis de la investigación.												
6	Verificación Objetivos, hipótesis. Conclusiones.												
7	Redacción del informe final.												
8	Socialización y presentación del informe final.												

## **h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

### **RECURSOS**

#### **INSTITUCIONALES**

- Universidad Nacional de Loja
- Modalidad de Estudios a Distancia
- Carrera de Comunicación Social
- Radio Frontera Sur 91.7 Fm
- Radio “Buen Pastor” 92.9 FM

#### **HUMANOS**

- Docente
- Investigador
- Encuestados

#### **MATERIALES**

- Materiales para investigación, libros, periódicos, folletos, revistas, etc.
- Computadora
- Impresora.

#### **ECONÓMICOS**

- Financiamiento del investigador.

<b>RECURSOS</b>	<b>VALORES</b>
Reproducción de texto	\$200
Impresiones	\$100
Comunicación	\$200
Imprevistos	\$50
Transporte	\$100
Anillado	\$20
Copias	\$150
Hojas	\$50
Internet	\$30
<b>Total</b>	<b>\$900</b>

**FINANCIAMIENTO:**

La realización del presente proyecto será financiado en su totalidad por los recursos económicos del postulante.

## **i. BIBLIOGRAFÍA**

ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (2008).

ALBERT, P. (1982). Historia de la radio y la Televisión.

ARCE, F. (1981). En busca de una educación y cultura revolucionaria.

ARIAS, C. (2010). Diario El Comercio.

AZNAR, M. (1999). Análisis de medios de comunicación en el Ecuador.

Quito: Quipus.

BALLART Joseph, Tresserras Jordi (2001), Gestión del Patrimonio Cultural, editorial Ariel.

LASCO y PÉREZ (2007). Desarrollo de Investigación: Métodos, Estudios, Enfoques y técnicas.

BERTOLT, C. (1930). El Periodismo. Argentina.

BERTONI, J. (2012). Competencias y habilidades del periodista venezolano: Retos de hoy y mañana.

BOISIER, S. (1991). Política económica, organización social y desarrollo regional. Quito.

CALVALLIN, C. (2011). Nuevos Espacios de periodismo cultural

CASTELLS M. (2009). La era de la información: Economía, sociedad y cultura -La sociedad en Red, México, Siglo XXI.

CASADO A. (2009). La Radio del siglo XXI un medio interactivo. España. Euroeditions.

CARBONELL, F.; "Inmigración: Diversidad Cultural, Desigualdad Social y Educación". Madrid: MEC, 1995

CLAUSSE, R. (1949). La radio pública. Roma: FAO.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (1998). Aer.6

ESCUELAS RADIODIFUSORAS DEL ECUADOR (1962). La Radio Comunitaria.

FUNDACIÓN KAWSAY SARAGURO. (2012).

<http://www.kawsay.org/contenido.aspx?Mid=3>

GAY, J. (1993). Diccionario Enciclopédico Nuevo Océano.

GÓMEZ Mompert, de los nuevos reporteros del al periodismo digital, 1999, Madrid, síntesis.

HOPE, Augustine and WALSH, Margaret Harald. Atlas de los colores.

[icci.nativeweb.org/boletin/31/quishpe.html](http://icci.nativeweb.org/boletin/31/quishpe.html) (21-04-2012/15:51)

MARTI, J. (1996). Uso y abuso de la tradición. Madrid.

MCLUHAN, M. (1996): Comprender los Medios de Comunicación

MÉNDEZ, P. (2008). Identidad Cultural.

NAVARRO, A. (2006). Lo que dicen las radios: análisis radiofónico. Quito.

NÚÑEZ, S. "Cómo potenciar el aprendizaje de estrategias comunicativas en la clase", en XI Conferencia Lingüístico- Literaria.

REVISTA VANGUARDIA (2012). La televisión en la actualidad y sus efectos.

RUILOVA, E. (2012). Introducción a la gestión. España: Servei de Publicaciones.

OEA. La Cultura como finalidad del desarrollo, Documento para expertos en políticas culturales, Vancouver.

OSORIO, M. (1993). Diccionario de Ciencias Políticas y Sociales.

QUINTANA, D. (2006). Radio Pública. España.

REVISTA VANGUARDIA (2012). Editorial Gran Tauro.

SANTILLAN, P. (2006). El lenguaje en el periodismo de opinión Editorial.

UNESCO, Informe Mundial sobre la Cultura (1998), Cultura, creatividad y mercados.

VILLAMAYOR, L. (1998). El Periodismo en el Ecuador. Quito.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**ENCUESTA**

La presente encuesta tiene por objeto realizar la recolección de datos sobre la importancia, el interés y la necesidad de crear un programa de difusión y comunicación para la cultura del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión.

Por favor contestar las preguntas con toda la veracidad posible. Gracias

**28. Género:**

Femenino ( )

Masculino ( )

**2.- Edad: .....**

**3. Nivel de estudios:**

Primaria ( )

Secundaria ( )

Estudios Superiores ( )

**4.- ¿Cree usted que en la actualidad en la comunidad de Cañicapac existe un tipo de comunicación para la cultura Kichwa de Saraguro a través de la radiodifusión?**

1. Si ( )

2. No ( )

**5.- ¿Considera que los programas radiales existentes presentan falencias en su contenido?**

1. Si ( )

2. No ( )

**6.- ¿Considera que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 tienen programación de difusión cultural?**

1. Si ( )

2. No ( )

**7. ¿Qué tipo de información considera que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 emiten diariamente en sus programaciones?**

Comunican hechos solamente noticiosos ( )

Desarrollan programación musical ( )

Programación de entretenimiento ( )

Programación cultural ( )

**8. ¿Considera que el inadecuado desarrollo de espacios radiales existentes el pueblo Kichwa Saraguro permiten la vulnerabilidad de las tradiciones ancestrales?**

1. Si ( )

2. No ( )

**9. ¿Considera que es necesario rescatar la cultura y valores culturales del pueblo Kichwa Saraguro a través de la radiodifusión?**

1. Si ( )

2. No ( )

**10. Considera necesario la creación de un programa de difusión a fin de informar y formar a los radioyentes en cuanto a la cultura Kichwa Saraguro?**

1. Si ( )

2. No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENTREVISTA**

- 1. ¿Cree que en los medios radiales existentes en su localidad, se emite programación relacionada con los valores, principios, tradiciones culturales del pueblo Kichwa Saraguro?**
  
- 2. ¿Considera que los medios de radio difusión en el cantón Saraguro tienen programación con contenido cultural?**
  
- 3. ¿Cuáles son las razones por las que las radios el “Buen Pastor” 92.9 FM y 4815 KHz en AM, y Radio “Frontera Sur” 91.7 no tienen programación de difusión cultural?**
  1. Falta de interés por los Directivos
  2. Falta de presupuesto
  3. Falta de Conductores radiales
  4. Falta de interés comunitario por escuchar programación cultural
  
- 4. ¿Cree que los medios radiales comunican hechos solamente noticiosos y programas musicales con el objetivo de aumentar su rating y acogida?**
  
- 5. ¿Considera que es necesario incentivar el desarrollo y la creación de un programa de difusión y comunicación para de esta manera no perder la cultura ancestral del pueblo Kichwa Saraguro?**

## ESTRUCTURA DE LA RADIO FRONTERA SUR



Fachada de la radio Frontera Sur 91.7 FM  
**Investigador:**



Cabina de locución radio Frontera Sur  
**Investigador:**



Cabina de entrevistas radio Frontera Sur  
Investigador:



Sala de espera radio Frontera Sur  
Investigador:

## ESTRUCTURA DE LA RADIO BUEN PASTOR



Fachada de la radio Buen Pastor 92.9 FM  
**Investigador:**



Cabina de entrevistas radio Buen Pastor  
**Investigador:**

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	vii
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	viii
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	ix
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	3
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	42
f. RESULTADOS.....	45
g. DISCUSIÓN.....	69
h. CONCLUSIONES.....	74
i. RECOMENDACIONES.....	76
j. BIBLIOGRAFÍA.....	103
k. ANEXOS.....	107
ÍNDICE.....	152