



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

TÍTULO

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APOORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.

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

AUTOR:

NORMAN ISAÍAS TANDAZO CUENCA

DIRECTORA:

LIC. ISABEL MARÍA ENRRÍQUEZ JAYA MG. SC.

LOJA – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Magister.

Isabel María Enrríquez Jaya.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICO.

Haber asesorado y revisado, durante todo su desarrollo, la tesis titulada. **LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.** Trabajo realizado por el postulante Norman Isaías Tandazo Cuenca, egresado de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social; C.I. 1103734651, por lo tanto, una vez cumplidas las exigencias establecidas por las normativas correspondientes, autorizo la presentación y reproducción del documento definitivo, además, proceda con los trámites legales correspondientes para la solicitud del tribunal de grado y defensa pública de la tesis...

Loja, marzo de 2016

f).....

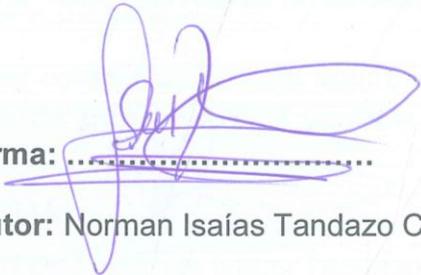
Lic. Isabel María Enrríquez Jaya, Mg. Sc

DIRECTORA DE TESIS.

AUTORÍA

Yo, **Norman Isaías Tandazo Cuenca**, 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 y 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.

Firma: 

Autor: Norman Isaías Tandazo Cuenca

C.I. 1103734651

Fecha: 4 de Abril del 2016

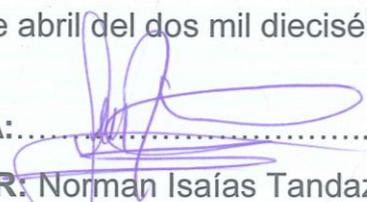
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Norman Isaías Tandazo Cuenca, declaro ser el autor de la Tesis titulada: **LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APOORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.** Como requisito para obtener el 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 4 días del mes de abril del dos mil dieciséis, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTOR: Norman Isaías Tandazo Cuenca

CÉDULA: 1103734651

DIRECCIÓN: Los Encuentros avda. 24 de mayo

CORREO ELECTRÓNICO: nomitandazo@hotmail.es

TELÉFONO: 02113128 - 0992874815

DIRECTOR DE TESIS: Mg. María Isabel Enrríquez Jaya

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE: Dr. Danilo Charchabal Pérez, PhD

VOCAL: Lic. María del Cisne Suárez E. Mg. Sc.

VOCAL: Ing. Jaime Chillogallo Ordoñez. Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Nacional de Loja; a la Modalidad de Estudios a Distancia, a sus directivos, docentes que con sus conocimientos permitieron que pueda avanzar en mi vida de formación educativa. Agradezco también la comprensión y dedicación de mi directora de Tesis que con su firme apoyo permitió que sea un profesional más de esta noble Universidad.

Norman Isaias Candazo Puenca

DEDICATORIA

La realización de este trabajo, es el resultado al esfuerzo y dedicación. Una motivación basada en el apoyo desinteresado de mi familia, que han estado presentes en cada una de estas etapas de formación. A mis queridos viejitos Olga Cuenca y Zoilo Tandazo que han sido la luz en mi camino. A mi esposa Marisol Quiroga, mis hijos Andrea y Luis que con su apoyo incondicional me permitieron continuar en este anhelo de superación profesional.

Dedico también este trabajo al Vicariato Apostólico de Zamora, de manera particular al Padre Zdzislaw Rakoczy director de Televisión Católica Los Encuentros, quien me brindó su apoyo generoso y la oportunidad de realizar mis estudios y a la vez perfeccionar y poner en práctica lo aprendido en las aulas de la Alma Mater.

Dedico también este esfuerzo a quienes permitieron desarrollar este trabajo, las organizaciones sociales de la comunidad de San Vicente de Caney.

Anhelo que este trabajo sea el inicio de nuevas investigaciones para que estos pueblos se desarrollen y no pierdan su identidad.

Norman Isaias Tandazo Cuenca

ESQUEMA

- i. PORTADA**
- ii. CERTIFICACIÓN**
- iii. AUTORÍA**
- iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN**
- v. AGRADECIMIENTO**
- vi. DEDICATORIA**

ESQUEMA DE CONTENIDOS.

- a) Título**
 - b) Resumen**
 - c) Summary**
 - d) Introducción**
 - e) Revisión de literatura**
 - f) Materiales y métodos**
 - g) Resultados**
 - h) Discusión**
 - i) Conclusiones**
 - j) Recomendaciones**
 - k) Bibliografía**
 - l) Anexos**
- Proyecto de tesis
 - Índice

a. TÍTULO

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.

b. RESUMEN

El trabajo denominado, **LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APOORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE**, se basa en la aplicación de la Ley de Comunicación, y en el rol de los medios de comunicación como un recurso para incidir en el desarrollo de los pueblos.

A través del planteamiento del problema central buscamos **¿Cómo facilitar la inclusión social de los pueblos y nacionalidades del cantón Yantzaza, a través de un programa de televisión?**

En un ámbito social en el que, por una parte, propone un nuevo marco constitucional que garantiza una verdadera inclusión de los pueblos y nacionalidades y, por otra parte, actores sociales como tal y medios de comunicación, aún no concretan un acercamiento que les permita interactuar y lograr una verdadera convergencia y, sobre todo, una relación de interés mutuo.

Nuestro objetivo general es. Determinar como la producción televisiva incide en los pueblos y nacionalidades Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza. El presente trabajo ha permitido obtener recursos bibliográficos importantes que reflejan la incidencia que tienen los medios de comunicación, en este caso televisivo y así mismo, realizar una mayor programación cultural, como una propuesta que permita una verdadera inclusión de estos pueblos.

La metodología usada en este trabajo fue: el método científico, deductivo, sintético y analítico, mientras que en las técnicas utilizadas, la ficha de observación, la encuesta y la entrevista, además se emplearon instrumentos para la recolección de información como: cámara la fotográfica y fichas de observación.

En la encuesta realizada en el barrio San Vicente de Caney obtuvimos los siguientes datos: **¿En cuanto a las personas que viven que vive en el sector?** Nos deja como resultado, que en esta comunidad existe un 59% de personas de sexo femenino y un 41% de personas de sexo masculino. **Otra de las preguntas realizadas es si cuenta o no con un Tv en su casa**, el 100% de los hogares de San Vicente de Caney cuentan con un televisor en casa. **¿Qué programa ve con mayor frecuencia?** Uno de los programas con mayor aceptación son las telenovelas, esto indica que debe considerarse un formato de programa cultural con estas características.

Con estos resultados deducimos que, es necesario el impulso de programas culturales de vinculación directa con los pueblos asentados en este sector, debemos considerar que existe una mayoría de personas de sexo femenino, a la cual debe ser dirigida la programación.

SUMMARY

The work called, THE TELEVISION PRODUCTION AND ITS CONTRIBUTION FOR INDIGENOUS TOWNS SARAGURO FROM YANZATZA CANTON, IN THE PROVINCE OF ZAMORA CHINCHIPE, is based on the implementation of the Law of Communications, and the role of the media as a resource for influence the development of towns.

Through the approach of the central problem we seek How to facilitate social inclusion of towns and nationalities of the Yantzaza canton through a television program?

In a social context in which, on the one hand, proposes a new constitutional framework that guarantees a real inclusion of towns and nationalities and, moreover, social actors as such and medias, not specify an approach that allows them interact and achieve true convergence and, above all, a relationship of mutual interest yet.

Our overall objective is determine how television production influence in the Indigenous towns and indigenous Nationalities Saraguro from Yantzaza Canton. This work has led to significant bibliographic resources that reflect the incidence of the media, in this case television and also, make a greater cultural programming, as a proposal to true inclusion of these towns.

The methodology used in this study was: the scientific, deductive, synthetic and analytical method, while in the used techniques, the tab observation, survey and interview, also instruments for data colectan were used as camera photographic and observation sheets.

In the survey made in the San Vicente de Caney we got the following data: What about people living in the sector? It leaves us as a result, there is in this community 59% female persons and 41% male persons. Another of the questions asked is whether or not have a TV at home, 100% of homes in San Vicente de Caney have a television at home. What program do you see often? One of the most widely accepted programs are soap operas, this indicates that a cultural program format with these characteristics should be considered.

With these results we conclude that the promotion of cultural programs directly linked to the peoples living in this area is necessary, we must consider that exists a majority of female persons, which should be directed programming.

c. INTRODUCCIÓN

El tema de nuestra investigación: La producción televisiva y su aporte para los pueblos indígenas Saraguro del cantón Yantzaza, en la provincia de Zamora Chinchipe. La realización de este trabajo se convirtió en un reto personal y profesional. Conocer la incidencia de los medios de comunicación televisivos en los pueblos y nacionalidades es un objetivo trazado en la investigación.

Para lograr concretar este trabajo fue necesario un acercamiento con los actores sociales, de la comunidad San Vicente de Caney y del medio de comunicación local, Televisión Católica Los Encuentros. Los resultados positivos presentados al final del texto garantizan que la realización de programas culturales propios para cada cultura puede coadyuvar a la inserción social de los pueblos, al reconocimiento cultural y al fortalecimiento de sus culturas.

Lorena Duque 2003, menciona que en “las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y, en particular de la televisión, medio que influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea puesto que tiene una serie de características que le otorgan un importante grado de influencia”. (p. 10)

El propósito fundamental de la investigación es, generar espacios de difusión en los medios locales que promuevan una verdadera interculturalidad, para **facilitar la inclusión social de los pueblos y nacionalidades del cantón Yantzaza, a través de un programa de televisión.** La investigación se fundamenta en conocimientos científicos para la elaboración de productos audiovisuales.

En cuanto a la metodología usada en el presente trabajo investigativo, empezamos un minucioso estudio del problema, con ello pudimos determinar las técnicas y métodos que deberían aplicarse para recabar la mayor información. En el presente trabajo se usó: el método analítico, la observación, la encuesta, y la entrevista.

Hemos ido de lo particular a lo general, señalando que si nos enfocamos en una comunidad, el trabajo puede ser aplicado a otros lugares con iguales características.

En el primer capítulo hemos señalado a la televisión como medio de comunicación que incide en los pueblos y nacionalidades, parte de la producción audiovisual y géneros televisivos que pueden aplicarse a la producción de programas de tv.

En el segundo capítulo, conocemos a los pueblos y nacionalidades del Ecuador y aquellos asentados en Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza, barrio San Vicente de Caney.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

CAPÍTULO I LA TELEVISIÓN

Desde su origen, y con el pasar de los años, los medios de comunicación son aquellos que permiten la difusión de un mensaje de forma masiva. La capacidad de los medios de comunicación se pone de manifiesto en su posibilidad de reunir los distintos elementos de una sociedad a veces incomprensibles.

Uno de los medios de comunicación que mayor poder de socialización ha mantenido, es la televisión. Sea este por, entretenimiento, información, conocimiento, diversión, estimulación, evasión o contenido, todos los miembros de una familia siempre permanecen pendientes a lo que este gigante de la comunicación puede entregar.

Según Joseph R. Dominick (2006) en la octava edición de su libro *La Dinámica de la Comunicación Masiva* menciona que “La televisión se ha vuelto en el medio de comunicación dominante de las noticias y el entretenimiento. Las encuestas han demostrado que la mayoría de las personas eligen la televisión como fuente principal de noticias” (p. 262)

La televisión, menciona, Carmina Crusafon (2002) en la revista Oficios Terrestres, “Es el mercado que ha cambiado de forma más profunda debido a los siguientes factores: la desregulación, el desarrollo de las tecnologías de transmisión digital, la diversificación de los medios de recepción y la internacionalización” (p. 195)

El mundo de la televisión es cada vez más cambiante. La televisión es el relato de la realidad de los pueblos a través de las imágenes. Este medio considerado por muchos como el de mayor acogida en las audiencias, depende precisamente de ellos para seguir siendo el primero.

Muchos autores consideran que para hacer televisión lo primero, es considerar las tendencias, el sentido y expresión del momento histórico. La comunicación se realiza al poner en escena lo más actual de las tendencias al socializar aquello que se encuentra hasta cierto sentido oculto ante la sociedad.

La televisión es el medio de comunicación clásico presente en el 95% de los hogares en todo el mundo, su atractivo, potencial y actuación en la sociedad, siempre han sido parte del debate en el ámbito social, político y educativo.

La televisión como medio de comunicación, influye en forma positiva o negativa ya sea en el comportamiento, cultura, imagen y sentimientos. En cierta forma puede llevar incluso a crear insensibilidad.

Una de las premisas con las que se creó la televisión, es generar una alternativa para el mejoramiento de la calidad de vida, sin embargo, con el paso de los años nos damos cuenta que se trata de un recurso mercantil que vende únicamente servicios.

La televisión reproduce los modos de vida y las formas de pensar, a través de ella se puede conocer valores, gustos e intereses. Promueve el conocimiento y ofrece estilos de vida que permiten identificación social y cultural.

La televisión como medio de comunicación masivo.

La televisión como medio de comunicación es mucho más de lo que se imagina, pues abarca todas las formas compartidas de significación que se producen en la sociedad.

Según Omar Rincón – Mauricio Estrella en su libro Televisión: pantalla e identidad (2001) “La televisión como medio masivo actualiza un proceso instrumental en la construcción de un mensaje, y un proceso estratégico en su acto de comunicar” (p.48).

Para Lorena Duque (2013) en su tesis, El rol de los medios de comunicación masiva, En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y, en particular de la televisión, medio que influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad

que los rodea puesto que tiene una serie de características que le otorgan un importante grado de influencia. (p.10)

Wilbur Schramm, investigador norteamericano (1954), señala que. “La comunicación colectiva parte de algo simple, de una comunicación interpersonal, en la comunicación se propende a informar en un sentido, y por otra parte, lograr una retroalimentación”.

Concordamos con dichos autores, puesto que la diferencia en la televisión como medio de comunicación radicaré en el contenido que éste ofrezca. El verdadero sentido que debemos entregar a nuestros televidentes, es que el comunicador transfiera conocimientos, una investigación constante para ofrecer la verdad.

Para hacer una efectiva comunicación y usar la televisión como medio de comunicación se necesita de un grupo de personas especializadas que se desempeñen en las distintas áreas. La televisión como medio de comunicación también depende de la tecnología, sin embargo, la diferencia y la eficacia de este medio radica en el contenido del mensaje que podamos ofrecer a nuestra audiencia.

Si contamos que en la actualidad, la comunicación se basa en el trabajo de personal especializado y el uso de una tecnología avanzada; pues entonces el producto debe satisfacer las necesidades del entorno. El uso de la televisión necesariamente será el reflejo de lo que son nuestros pueblos.

Por otra parte también es importante que el contenido esté relacionado con su audiencia, y que de una u otra forma, influyan en los hábitos de consumo.

La producción audiovisual

Nada sería posible, si lo que mostramos en pantalla, detrás de ella, se lo haría improvisado. Las grandes producciones desde, una publicidad, pasando por los programas de información, entretenimiento, y otros géneros televisivos necesariamente tienen que cumplir tres etapas fundamentales: preproducción, producción como tal, la post producción.

Preproducción audiovisual

Carlos Manuel Hornelas (2005). En su blog Producción de Televisión menciona. “La preproducción es la etapa comprendida desde la concepción de la idea hasta el primer día de grabación o emisión al aire”, (bit.ly/1hs7gKh).

La guía didáctica televisión II de la Universidad Técnica Particular de Loja editada por el profesor Fernando Luna (2004, pág. 17), manifiesta que: La Pre-Producción es la etapa previa al rodaje, que inicia con la definición de un tema, pasa por la escritura de un guion, la planificación y ultimación de todos los detalles, necesidades, plantillas y técnicas que nos garanticen un rodaje exitoso y sin improvisaciones.

Pese a que concordamos con lo dicho por Luna y Hornelas, otros autores también señalan que el tema parte de una idea, que va

transformándose en realidad a medida que se van estructurando una serie de actividades, de planificación, verificación, sustentabilidad y aprobación.

Indudablemente la televisión permite que todo aquello que se produzca e involucre a un grupo de personas, pueda ser llevado a una producción. Ahora bien, es momento de determinar la importancia de un tema y que éste pueda ser plasmado en una producción, para ello, debemos determinar la idea general y la específica.

La primera fase parte de una planificación entre todo el equipo que realizará la producción. Todo gira en torno a la idea principal. Inicialmente se trabaja en el guion, una vez que contemos con el guion, productos, guionista y asistente de producción deben elaborar el plan de rodaje o plan de producción.

Proceso de la preproducción.

. **La idea específica.-** según María Augusta Valle (2003) en su tesis sobre Preproducción de programas, “La preproducción es la suma de las actividades relacionadas con dos aspectos fundamentales de la preparación de un programa, es decir, el proceso de elaboración del guion y la organización de la producción”. (p.144)

La idea específica es en síntesis, la presentación de un argumento más convincente de nuestra propuesta. La idea específica como

tal, necesariamente debe responder a tres cosas principales. ¿Qué sucede, qué debe pasar, y qué ocurrirá en su desenlace?

Muchos autores también señalan que si la idea específica cumple con todos los requerimientos, pasamos a escribir el argumento general de la producción, con todos los detalles, respondiendo al qué, quiénes, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué.

Selección del personal para producción en TV

Si contamos con la aprobación para la ejecución de la producción, es importante seleccionar, personal técnico, talento humano, equipo, escenografía, y el presupuesto. Inicialmente se debe contratar al productor ejecutivo, que será quien busque el financiamiento, y contrate al personal y equipo a usarse en la producción.

Según Sánchez Torres M (2012). En la producción de programas de Tv, el equipo básico para la producción se lo divide en 3 grupos Staff, técnicos y artísticos. (p.4)

Sin embargo para fines de trabajo, en la que los recursos tanto humanos, técnicos y económicos son sumamente reducidos, proponemos el siguiente cuadro con los requerimientos necesarios para la producción de un programa.

EQUIPO HUMANO	EQUIPO TÉCNICO	TALENTO	LOGÍSTICA
Productor	Cámaras	Presentadores	Movilización
Director	Editoras	Actores	Hospedaje
Realizador	Luces	Extras	Alimentación
Editor	Micrófonos		Laptops
Sonidista	Trípodes		Material de oficina
Luminotécnico			
Guionista			
Tramoyas			

Fuente: Investigador - Norman Isaias Tandazo Cuenca

Producción audiovisual

Según lo manifiesta Vanesa Paladines en su propuesta de producción de un noticiero de televisión, (2009). “El paso más importante es identificar claramente las metas u objetivos de la producción, si no hay un entendimiento claro de las metas y propósitos de una producción, será imposible evaluar su éxito”. (p. 94)

También, Ashley Franco en su manual de coproducción de un programa de televisión, (2011) señala que. “Es necesario que la planificación en la etapa de preproducción (el guion técnico, las necesidades) sea lo más real y viable posible, ya que una mala planificación

supondría un gasto importante de tiempo y capital”, (<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/16600>).

Estamos de acuerdo con el planteamiento de Paladines y Franco puesto que es aquí, en este proceso donde se definirá si la producción, se pone en marcha o definitivamente se suspende. En esta etapa se entrelazan y entran en funcionamiento todos los elementos considerados en la planificación.

En esta fase se procede a grabar las escenas de acuerdo al guion. El orden de las escenas no siempre corresponderá al del desarrollo de la historia. En esta etapa, el equipo se organiza según la conveniencia de manera que resulte más eficiente en tiempo y costos. La fase de la producción dependerá, en gran medida, de lo realizado en preproducción. No puede trabajarse de forma independiente. En la producción explicamos brevemente las estrategias de acuerdo con el plan de rodaje; incluye tiempos estimados de finalización.

Postproducción audiovisual

Según manifiesta Rabiger (2001) “La post producción es la etapa creativa, aquí toma forma el documental, lo que parecían tomas sin sentido, toman sentido en esta espata”. (p.441)

En el block, recursos de Cine, media y televisión se señala que. La postproducción, es la última parte del proceso de producción de un programa. Etapa, en suma, en la que se dota de unidad al programa y se

añaden los últimos flecos antes de su emisión. Las tres áreas más importantes en la finalización de un producto audiovisual son: la edición, la sonorización y los efectos especiales (bit.ly/1R7e8jw).

Tanto el pensamiento de Ragiber como lo escrito en el block Cine, media televisión sobre la postproducción son acertados, puesto que la producción empieza cuando se completa la grabación y continúa hasta que el producto sea emitido; en esta fase existen dos partes, la edición o montaje y la creación de la banda sonora.

Cada etapa es vigilada por el director, de él depende el desarrollo del rodaje, no obstante el trabajo de postproducción pasa por una serie de filtros, empezando por una clasificación del material filmado, la edición del video, corrección de colores, la postproducción del sonido y la masterización total del producto.

En video audio y video profesional, se trabajan por separado, pero en ambos casos está presente el director. Para que el trabajo a presentar sea de excelente calidad, el profesional en edición debe considerar:

- *Orden de tomas.*- Para lograr continuidad.
- *Duración.*- Usar el tiempo necesario para interpretación sin que éstas resulten demasiado largas para desconectar al telespectador.
- *Ritmo.*- Que presente, armonía, intensidad y provoque sensibilidad.
- En la etapa de postproducción de audio se corrigen y se limpian las pistas y se hace la mezcla de sonido.

Géneros televisivos

Vicente Gregori, en su sitio web comunicación, creatividad, diseño, explica que. La televisión es un medio muy competitivo, y por tanto, extraordinariamente dinámico. La repetición de “lo que funciona” y la innovación de algún aspecto que sorprenda al espectador, son las constantes sobre las que trabajan los programadores de las parrillas del medio. El panorama actual se caracteriza por la hibridación de distintos géneros creando multitud de nuevos formatos. (<http://bit.ly/1Th3RmM>)

También Felipe Santos en su artículo Los géneros televisivos: una mirada de conjunto, publicado en el portal, Catholic.net, señala que. El concepto de género televisivo se explica en relación con el nacimiento y la difusión de la misma televisión: el lenguaje televisivo hace propias las reglas del cinematográfico, por una parte, y por otra, se modela en base al sistema radiofónico y al periodístico. <http://bit.ly/1LJJChL>

Al igual que los autores de las citas anteriores, entendemos que la televisión brinda un sinnúmero de posibilidades para que los productores, pongan de manifiesto sus ideas. Es importante destacar que a través de la historia los géneros televisivos se los ha dividido en 2 grandes grupos: los informativos y los de ficción. Dentro de los géneros televisivos informativo constan los noticieros, programas de investigación, la opinión e

interpretación. En el segundo grupo, de ficción, constan los programas de entretenimiento, ocio o diversión.

No obstante y manteniendo la clasificación universal podemos mencionar, desde el punto de vista profesional, de archivo, de regulación institucional, de investigación y de crítica. Los géneros clásicos de la paleotelevisión son cuatro: informativo, ficción, entretenimiento y publicitario.

Dentro de los cuales se derivan:

Informativos:

- La noticia.
- El reportaje.
- El documental.
- La entrevista.
- El debate.
- EL infoshow.

Ficción:

- Comedia.
- Teledrama. (novelas)
- Películas.
- Reality.
- Talk show.
- Docuserie.

Entretenimiento:

- Concursos.
- Magacín.
- Humorísticos.
- Retransmisiones de eventos.

Publicitarios:

- Spots televisivos.
- Reportajes de venta.
- Patrocinios.
- Merchandising. (Comercialización de productos en tv)
- Publicidad interna. (el presentador vende en el programa)
- Publicidad externa. (venta de publicidad pregrabada en un programa)
- Advertainment o entretenimiento corporativo (programas sobre una marca)

Un género televisivo se define además como un, sistema relacionado de contenidos, formas, roles discursivos, actos, que son considerados por un grupo de profesionales para emitir un mensaje, considerando audiencias.

Programas culturales

Para desarrollar programas culturales y educativos que mejoren, las estrategias de comunicación y enseñanza, debemos conocer y dominar la técnica y el lenguaje televisivo. No se podría hablar de un género específico

para la producción de programas culturales. El contenido de estos, deberá adaptarse a cualquier género.

Según Mario Rulloni. En su portal web. Los programas culturales además de brindar un servicio a la comunidad, se renuevan constantemente de manera creativa, dinámica y atractiva. (Seminario de producción de Televisión Cultural y Educativa de Calidad). (<http://bit.ly/1QKi5xW>)

Estamos de acuerdo con lo que menciona Rulloni, podemos indicar además que nuestro país la televisión ha sufrido transformaciones estructurales, si bien es cierto, en sus inicios fue un elemento de difusión de información, una herramienta para la expansión cultural y entretenimiento, ahora, se ha convertido en una empresa, y se ve a la producción de tv desde el punto de vista de cuantos réditos económicos va a generar. Entre tanto la programación cultural se refiere a los sistemas que independientemente se difundan o no.

Los medios de comunicación televisivos en Zamora Chinchipe.

El autor Guillermo Orozco Gómez (2011) menciona que. Si algún medio de comunicación ha tenido y tiene a la vez, de modo extremo, relevancia e irrelevancia, ese ha sido la televisión. Siempre frente a los ojos de cientos, miles y millones de televidentes para quienes, importante o insignificante, la televisión ha sido y sigue siendo un punto de referencia y un hito histórico en el intercambio societal en su conjunto, mayormente vehiculado por procesos comunicativos. (p. 46)

En el artículo de opinión escrito por Genaro D. Salom, Director de Operaciones de la revista Inter-Forum. La incidencia de los medios de comunicación en la política y la sociedad. "Los medios de comunicación poseen, en estos momentos, las herramientas para incidir en la política y estructura social con igual o más fuerza que los gobiernos".

Por consiguiente, si nos hacemos conscientes de este posible escenario, debemos establecer firmemente la integridad, transparencia, moralidad e imparcialidad de estos poderosos mecanismos informativos. Al mismo tiempo, es imperativo que los miembros de la prensa y comunicadores tengan a su disposición las libertades y protecciones que le corresponden.

Según lo narra Pablo Cueva (2014), en su titulación de licenciado en comunicación social En cuanto a medios impresos en "Zamora Chinchipe crearon 14 periódicos. Actualmente existe la presencia de 2 medios, que son de la provincia de Loja pero que asignan varias páginas a las noticias de Zamora Chinchipe". (p. 206).

El mismo autor también menciona que, en Zamora Chinchipe la radio se ha visto afectada por algunas limitaciones, debido a su geografía irregular, fuentes de energía, injerencia de poder político. La primera radio propia de Zamora Chinchipe inicia sus actividades en el año 1950

denominada La Voz de Zamora de propiedad del Vicariato Apostólico de Zamora, la frecuencia se mantiene hasta el momento al aire. Luego le siguieron emisoras de radio como la Integración, Laser Estéreo, Romántica, Amazonas, estas 2 últimas operan desde el cantón Yantzaza.

El Sacerdote Zdzislaw Rakoczy (documento rendición de cuentas - 2015) en sus manuscritos sobre la televisión en la provincia, señala que. “La televisión en la provincia es un derecho negado y al que todos debemos acceder”.

Efectivamente entendemos que los medios de comunicación televisivos en la provincia inician por el año 1977, cuando se instalan repetidoras de medios nacionales como TC, como medios de comunicación local constan: TV Católica Los Encuentros de propiedad del Vicariato Apostólico de Zamora, creado el 20 de agosto de 2002, para servir a los Encuentros con cobertura a los cantones El Panguí, Yantzaza, y sus alrededores, provincia de Zamora Chinchipe, de la categoría de servicio público. (Contrato de operación de TV Católica Los Encuentros).

CAPÍTULO II

PUEBLOS Y NACIONALIDADES

Una de las mayores riquezas de Ecuador es la diversidad existente, sea ésta de carácter geográfico, ambiental o cultural, así como la existencia de nacionalidades y pueblos indígenas. La información estadística debe ser mirada en una perspectiva temporal donde históricamente los pueblos y nacionalidades indígenas fueron la mayoría de la población ecuatoriana y, la cual, con los procesos de modernización del siglo XX, fue adaptándose a otros patrones culturales, cuya base constituye el mestizaje y la modernización. Nacionalidades y Pueblos Indígenas y Políticas en Ecuador Unicef 2004. (<http://uni.cf/1Xk1ftV>).

La declaratoria de las Naciones Unidas en su artículo 1 sobre los pueblos y nacionalidad señala: “Los pueblos indígenas tienen derecho al disfrute pleno y efectivo de todos los derechos humanos y libertades fundamentales reconocidos por la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de Derechos Humanos y el derecho

internacional relativo a los derechos humanos”,
(<http://www.un.org/es/index.html>).

Cada cultura en si representa un conjunto de valores, sus tradiciones y formas de expresión son una aproximación real de su presencia entre nosotros. Existen una riqueza invaluable en los pueblos y nacionalidades que son parte del patrimonio común de la humanidad. Las diversidades culturales de los pueblos y nacionalidades en ningún momento obstaculizan el desarrollo, más bien favorecen los valores universales de las sociedades.

Los grupos étnicos indígenas, poseen valores cuya importancia traspasa los fronteras de una región o grupo social, las culturas se desarrollan en distintos momentos, distintos lugares y tiempos, sin embargo, su relación entre si es distinta.

La diversidad cultural que tiene el Ecuador, permite que cada cultura establezca sus propias formas de organización. Sin embargo, cada una de ellas se rige por el respeto cultural, la tolerancia cultural, el dialogo cultural y el enriquecimiento mutuo o colectivo, entendiéndose este si existe una apertura biunívoca de alteridad.

Estructura de las organizaciones indígenas

Con la declaración del Ecuador como Estado Plurinacional, suscrito en la Constitución del 2008, el CODENPE se transforma junto a otras instancias como la Dirección Nacional de Educación Bilingüe DINEIB,

Dirección de Salud Intercultural, Fondo de Desarrollo de Pueblos Indígenas del Ecuador FODEPI, en una de las instituciones especializadas en fomentar nuevos modelos de acción para alcanzar el Buen Vivir-Sumak Kawsay. (Constitución Política del Ecuador 2008).

El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador - CODENPE, de conformidad con la Ley de Instituciones Públicas de los Pueblos Indígenas del Ecuador que se autodefinen como Nacionalidades de Raíces Ancestrales, publicado en el Registro Oficial N.175 del 21 de septiembre del 2007. Tiene entre otras atribuciones los siguientes: literal a) diseñar políticas públicas para el desarrollo y mejoramiento de las condiciones económicas, sociales y culturales de las nacionalidades y pueblos indígena del Ecuador, a partir de sus identidades y de sus propias visiones y realidades, asegurando el respeto de los derechos humanos de hombres y mujeres y; y b) Planificar y ejecutar planes, programas y proyectos de desarrollo integral, sustentable y respetuoso de la identidad de las nacionalidades y pueblos indígenas del país. (<http://www.codenpe.gob.ec/>).

A lo largo de la historia, la visión de desarrollo de las clases medias consideraba que los indios eran un obstáculo, y que el estado debe hacer cualquier cosa para superar esta condición. En efecto, la propuesta a lo largo fue llevar a los indios a un proceso de “modernidad” que implicaba por una parte, aculturación y mantenerles al margen del progreso. Además, una reforma jurídica en los años setenta no considera como personas de derecho a este importante grupo social.

Es muy interesante conocer la forma de gobierno que tienen los pueblos indígenas, empezando desde una asamblea como máximo organismo. Las organizaciones sociales como tal, tienen como misión fortalecer y apoyar el gobierno propio y propender al reconocimiento social e institucional de la identidad étnica cultural de los pueblos, de manera que se facilita la participación en escenarios de participación política e institucional.

Identidad cultural

Como menciona (Bretón 2003) “Las organizaciones del movimiento indígena del Ecuador tienen una estructura “piramidal”: cuya base son las organizaciones locales, de primer grado (OPG) o de base (comunidades, cooperativas, asociaciones, centros u otras organizaciones de pequeños grupos)”. (p. 219)

Según Philip Altmann, (2010). Las organizaciones de primer grado están agrupadas a nivel provincial en organizaciones de segundo grado (OSG). Éstos, por su parte, están agrupadas en federaciones a nivel regional o de tercer grado (OTG). (p. 2)

La CONAIE define a la cultura como la forma de vida de un pueblo; esto quiere decir, que es una construcción social e históricamente definida; que se aprende, se vive, se crea y se recrea constantemente en forma grupal. Esto no está lejos de la realidad puesto que los pueblos indígenas son perseverantes en sus creencias y costumbres. (<http://conaie.org/>).

También se señala que la cultura se manifiesta a través de las ideas, la cosmovisión, las costumbres, las creencias, las prácticas religiosas, la transmisión de saberes, las prácticas productivas, las relaciones económicas, las formas de ejercicio del poder, la satisfacción de las necesidades materiales, y la relación del hombre con la naturaleza.

En comunidades indígenas como San Vicente de Caney, aún se mantienen reuniones para la realización de mingas, compartir de actividades comunitarias, y tradiciones como la confección de adornos para las celebraciones litúrgicas.

No existe una cultura humana universal, como tampoco existen valores culturales universales, válidos para todas las épocas y lugares; una de las mayores riquezas del Ecuador es su gran potencial de culturas.

Es importante indicar que no existen culturas superiores ni culturas inferiores, simplemente existen culturas diversas e iguales en la diferencia. Cada una mantiene sus propios signos que les identifica.

Pueblos y nacionalidades en medios de comunicación

Mónica Chuji Gualinga, 2007. Hablar de comunicación es hablar de culturas y si hablamos de culturas es hablar de diferencias de relaciones, de percepciones y del habla. Los escasos medios de comunicación que han sido implementados, o apropiados, por las organizaciones indígenas han jugado un papel fundamental en la promoción y defensa de los derechos humanos, en el fortalecimiento de la identidad cultural, en la educación

bilingüe, en la interculturalidad, así como en la movilización social. (<http://bit.ly/1Xk1k0K>).

El mundo indígena no existe en la cotidianidad de las pantallas de televisión y si existen se los presenta como folklor y anécdota. De igual manera en la prensa escrita, el movimiento indígena, con toda su riqueza y toda su complejidad, no tiene derecho de existencia. Jamás aparecen como noticia aspectos de vital importancia y que están cambiando la historia de este país, como el proceso de reconstitución de los pueblos de la nacionalidad Kichwa. (Editorial del Instituto Científico de Culturas Indígenas ICCI 1999).

Ahora bien, es necesario señalar que como todas las culturas en una sociedad, tendemos a buscar nuestras propias formas de expresión e identificación. Por lo tanto, es necesario se generen espacios propios con identidad cultural.

En el año 2000 los líderes mundiales se comprometieron a cumplir con los objetivos del milenio, entre ellos reducir la pobreza extrema. Sin embargo han transcurrido 15 años y poco a nada se ha hecho sobre este tema. La preocupación más grande es que Los pueblos continúan figurando entre los más pobres. La libertad de expresión y el derecho a la comunicación de estos pueblos también se ha visto vulnerada, por lo que es necesario que garantizar que en cometan esas acciones, y por lo tanto promover acciones para que ellos puedan gozar y ejercer de este derecho en igualdad de oportunidades.

Dimensión cultural del desarrollo

Según lo señala Amartya Sen, en el portal web “La cultura debe ser considerada en grande, no como un simple medio para alcanzar ciertos fines, sino como su misma base social. No podemos entender la llamada dimensión cultural del desarrollo sin tomar nota de cada uno de estos papeles de la cultura”. (<http://bit.ly/1bzegFr>).

Además, los artículos 3 y 32 de la declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas señala que tiene varios elementos comunes, tales como:

- La importancia de los actores económicos colectivos y de las instituciones de la comunidad.
- La integridad del gobierno indígena.
- El propósito de la producción no debe considerarse sólo con respecto a las ganancias, sino más bien en relación con el mejoramiento de la calidad de la vida.
- El enriquecimiento del concepto de desarrollo para que los seres humanos estén en armonía con la Madre Tierra.
- La libre determinación.
- La interacción entre la población, los recursos y los aspectos espirituales de la vida, así como el fortalecimiento de las instituciones indígenas relacionadas con el conocimiento.

No obstante, en nuestro País y en todos aquellos que gozan de una interculturalidad, los sectores políticos están comenzando a percibir y reconocer que la cultura juega un papel mucho más importante de lo que suponían y constatado que las decisiones políticas, las iniciativas económicas y financieras y las reformas sociales, tienen muchas más posibilidades de avanzar con éxito si simultáneamente se tiene en cuenta la perspectiva cultural para atender las aspiraciones e inquietudes de la sociedad.

En un mundo globalizado en el que existen aspectos positivos como el impulso a la comunicación intercultural y negativos un carácter de desigualdad pues no todos podemos gozar pueden gozar de estos beneficios, quedándose fuera personas y grupos que interesan económicamente ni políticamente a un hecho jerárquico.

Se entiende, además, que el desarrollo de los pueblos y nacionalidades indígenas, promueve valores como la reciprocidad, solidaridad, equilibrio, y principalmente, colectividad, son embargo cada vez es más es notorio una desigualdad de condiciones. Para el pueblo y nacionalidades indígenas no puede haber desarrollo personal, todo se basa en derechos colectivos. Un gobierno propio con mayor control de las comunidades y recursos. Además, se consideran aspectos como la tradición, respetando lo enseñado por los ancestros, que no se estatiza sino que es progresivo.

Son mínimos los esfuerzos que gobiernos locales, instituciones de estado, y organizaciones sociales realizan en pro del sostenimiento cultural de los pueblos indígenas. A ello se suma un liderazgo que se basa en un aprovechamiento, ingenuidad, y humildad de las personas. No existe un desarrollo colectivo.

Los Saraguros en Zamora Chinchipe.

De cómo fue su venida a esta provincia, no existe documentación, sin embargo, sustentamos este trabajo en los escritos de fundaciones y organizaciones sociales asentadas en el cantón Saraguro de la provincia de Loja, Ecuador.

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. Algunos historiadores sostienen que los Saraguros son mitimaes cuzqueños, traídos en tiempos del Inca para controlar la guerra de guerrillas que pudieron haber organizado, especialmente los Cañarís y Paltas. Por tanto, se puede creer que pertenecieron a ejército real Inca (Orejones). Sitio web pueblo Saraguro (<http://www.kawsay.org>).

Los Saraguros, en los actuales momentos, están poblando diferentes regiones de la parte sur del Ecuador. En la Amazonía la población se

localiza en Yantzaza, valle del río Yacuambi y valle del río Nangaritza de la provincia de Zamora Chinchipe, en la Amazonía, proveniente de Saraguro, se dio a finales del siglo XIX. (<http://bit.ly/1Pe5R0i>).

El pueblo Saraguro se encuentra asentado en un varias provincias del Ecuador, desde la provincia de Loja en la región Interandina, hasta la Cordillera del Cóndor en la provincia de Zamora Chinchipe. En Zamora Chinchipe, están en los cantones de Zamora Guayzimi, Yacuambi y Yantzaza.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Este trabajo se basa en el uso de una serie de actividades de carácter científico, así por ejemplo, la identificación del problema que lo pudimos determinar a través de la realización de entrevistas y encuestas in situ, para poder cumplir con los objetivos deseados.

MATERIALES

Para la realización se usó los siguientes materiales: Libros, folletos, diarios, material de oficina, memorias, computador, calculadora, impresora, transporte, teléfono, documentación para trámites.

MÉTODOS:

CIENTÍFICO.- Este método se basa en una serie de etapas a cumplir para obtener un conocimiento válido desde el punto de vista científico; se basa

también en el uso de instrumentos que nos permiten medir resultados. A través del método científico pudimos recopilar la información necesaria para sustentar el presente trabajo. Por cuanto en cada etapa de la investigación fue necesario comprobar nuestras teorías, además, una vez recogidas las respuestas de las encuestas.

INDUCTIVO.- Este método permitió obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares. En este trabajo, a través de los diálogos mantenidos con personas de la zona logramos conocer de una forma amplia la vida de los habitantes de San Vicente de Caney.

DEDUCTIVO.- Este método nos permitió plantear objetivos, y luego comprobarlos. El método también fue usado para determinar el tema central, yendo desde lo general a lo particular. En el presente trabajo iniciando desde la observación de campo, recolección de información y deducir la problemática que atraviesan estos barrios en procesos de comunicación.

ESTADÍSTICO.- Es una herramienta para obtener, representar y simplificar valores numéricos de una investigación. Mediante este método se logró analizar el proceso de cuantificación de las encuestas realizadas. Así también logramos definir el número de habitantes y la muestra necesaria para no tener error a la hora de realizar las encuestas.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Para la presente investigación se utilizó lo siguiente:

OBSERVACIÓN.- Es una técnica muy importante. Para este trabajo realizamos tres visitas previas a la comunidad a fin de visualizar el convivir diario de sus habitantes, todo esto, previo a establecer algún diálogo con los moradores del sector.

ENTREVISTAS.- Es un diálogo entre dos o más personas sobre un tema específico o varios, la cual es organizada con anterioridad y entrevistado y entrevistador conocen el tema a abordar.

Aplicamos una entrevista al director del medio de televisión local, Televisión Católica Los Encuentros, también a personas del sector que nos brindaron datos del lugar.

ENCUESTAS.- Se basan en la recopilación de datos por parte del investigador para conocer perspectivas, estados de opinión y hechos específicos. Como fuente de recopilación de información es una de las técnicas más usadas, en la investigación.

POBLACIÓN.- De acuerdo al último censo poblacional, la comunidad San Vicente de Caney, cuenta con un universo de 640 personas.

La presente encuesta se realizó considerando la siguiente muestra. En el presente trabajo se la realizó a 382 personas se aplicó la fórmula para poblaciones finitas es decir menos de 100.000 habitantes.

FÓRMULA

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

En donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e: Error bajo un determinado nivel de confianza.

P: Probabilidad de ocurrencia del evento*

Q: Probabilidad de NO ocurrencia del evento *

*Si no se dispone del dato de p y q se aplica generalmente 50% para cada uno de estos, considerando que su sumatoria debe ser 100%)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 600}{0,05^2(600 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{576.24}{1.4975 + 0.9604}$$
$$n = \frac{576.24}{1.507104}$$
$$n = 382.35$$
$$n = 382//$$

f. RESULTADOS

En la presente fase se abordan los resultados del levantamiento de la información que se realizó a los pobladores de San Vicente de Caney, del cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.

Previa a la aplicación de la encuesta se realizó un sondeo de la zona para determinar la actividad a la que se dedican y el horario propicio para aplicar la encuesta.

La encuesta está dividida en dos secciones; la primera parte corresponde a: Datos Generales que permitió conocer el perfil de los pobladores de San Vicente de Caney, y la segunda parte, corresponde a: Datos Específicos que permitió determinar como la producción televisiva aporta a esta comunidad.

La entrevista consta de 8 preguntas que fue dirigida al director general de televisión católica Los Encuentros que sirvió como contraparte a la información recogida de la encuesta.

Posteriormente, se procede al análisis de las entrevistas realizadas y a cada una de las secciones de la encuesta, para determinar como la producción televisiva incide en los pueblos y nacionalidades indígenas Saraguro del cantón Yantzaza.

ENCUESTA APLICADA A LAS PERSONAS QUE HABITAN EN EL BARRIO SAN VICENTE DE CANEY DEL CANTÓN YANTZAZA.

1. Levantamiento de información y discusión de resultados.

1.1. Datos generales.

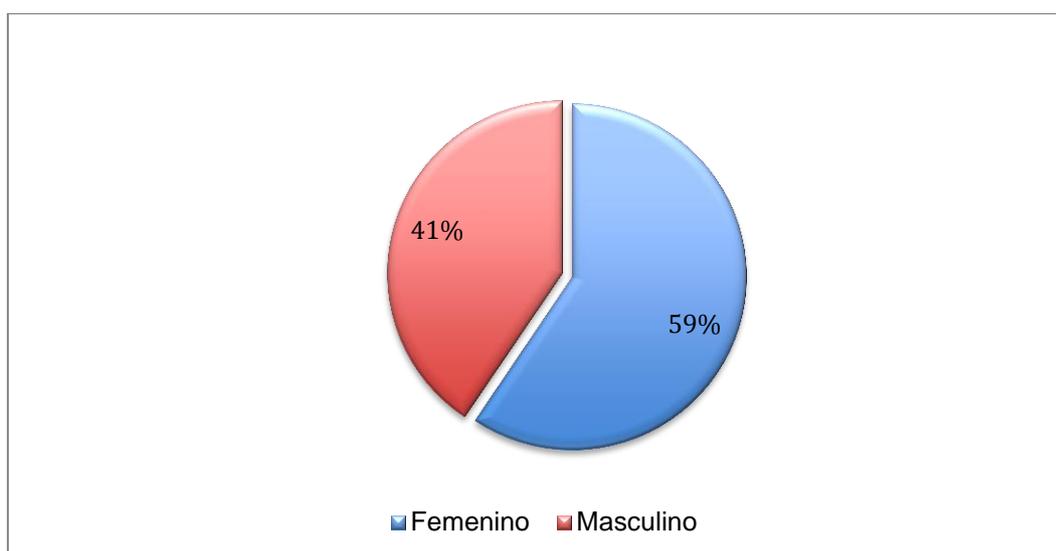
CUADRO No. 1

GÉNERO	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
FEMENINO	227	59%
MASCULINO	155	41%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRAFICO No.1 SOBRE EL GÉNERO



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Tal como se muestra en la figura 1, de las 382 personas encuestadas en el barrio San Vicente de Caney, el 59% de la comunidad pertenece al género femenino, mientras que el 41% restante, corresponde al género masculino. Como se observa el género femenino es el de mayor relevancia, la densidad poblacional total de mujeres en el cantón Yantzaza, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), es el 51.9% % y de los hombres, es del 48.10% lo que respalda a la información levantada en las encuestas.

Las amas de casa son quienes tienen mayor posibilidad de observar los programas de tele, los hombres durante el día no pueden hacerlo por cuanto realizan otras actividades fuera del hogar.

En base a estos resultados podemos indicar que la producción de televisión incide principalmente en el público femenino, dado que son ellas quienes más consumen la televisión por el hecho de permanecer más tiempo en sus hogares que el hombre, quienes salen a realizar las actividades agrícolas y pecuarias del sector.

Con estos antecedentes recomendamos que los productos audiovisuales que se realicen deban tener como público objetivo las amas de casa, puesto que por una parte son un grupo poblacional mayor y por otras son ellas las que están siempre en casa y podrían estar pendientes de programas que

puedan ser transmitidos en los medios de comunicación, en este caso televisión.

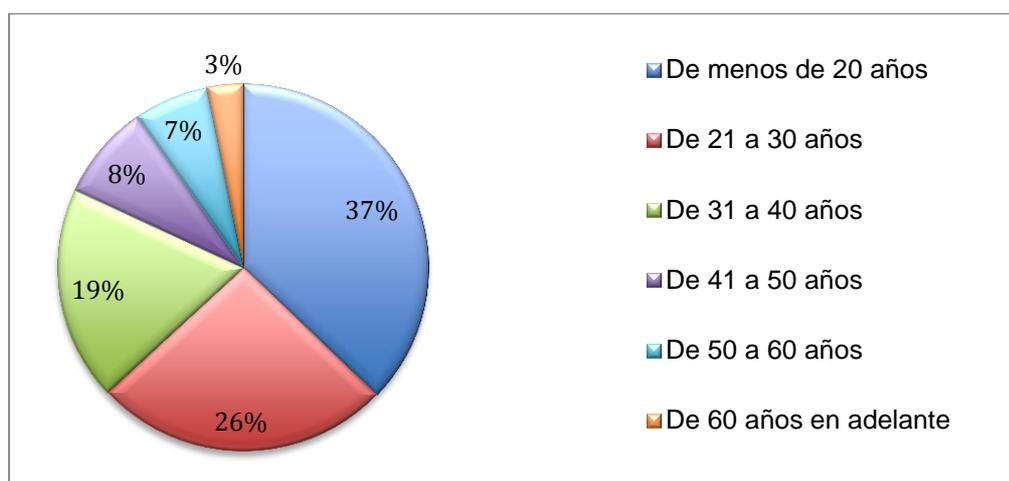
CUADRO No.2 SOBRE LA EDAD

EDAD	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
De menos de 20 años.	142	37%
De 21 a 30 años.	99	26%
De 31 a 40 años.	72	19%
De 41 a 50 años.	32	8%
De 50 a 60 años.	25	7%
De 60 años en adelante.	12	3%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRÁFICO No.2 SOBRE LA EDAD



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto a la figura 2, hace referencia a la edad, la cual nos dio como resultado que el 37% de la población encuestada corresponde al rango de menos de 20 años, seguida por el rango de 21 a 30 años, con un porcentaje del 26%, posterior con el 19% el rango de 31 a 40 años, y en menores porcentajes de 41 a 50 años, de 50 a 60 años y de 60 años en adelante con el 8%, 7% y 3%, respectivamente.

Los moradores de San Vicente de Caney, como podemos observar en los resultados, son personas mayores de 18 años, así también en un mayor porcentaje una población de que va desde los 20 años a los 30 años, y las personas mayores a los 41 a 50 años en menor porcentaje, en números relativamente bajos edades de los 60 años en adelante.

Contamos que las personas más activas están en los rangos de 18 a 40 años de edad, y precisamente es en ellos que se puede apreciar una incidencia de inculturación.

Recomendamos considerar a más de realizar el sexo, las edades comprendidas entre los 18 a 40 años como nuestro público objetivo a la hora de presentar una propuesta de programa cultural.

Por otra parte los encuestados están en condiciones de aportar con sus conocimientos y también para participar de procesos de socialización de programas culturales.

1.2. DATOS ESPECÍFICOS.

1. ¿Tiene televisor en su casa?

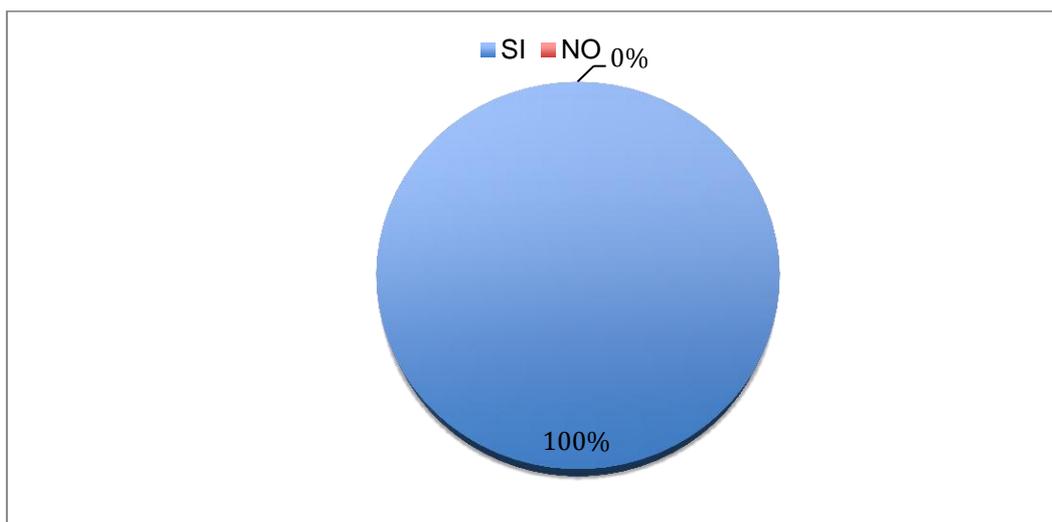
CUADRO No.3

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRÁFICO No.3



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al analizar la figura 3, considerada dentro de la pregunta número 1, se observa que el 100% de los encuestados tiene un televisor en su domicilio lo que nos permite identificar que es una comunidad en la que la televisión tiene o causa incidencia de una u otra forma.

Como señalan estos resultados uno de los artefactos que no puede faltar en los hogares del barrio San Vicente de Caney, es el televisor, por ende éste se ha convertido en uno de las principales fuentes de información, distracción, entretenimiento e inculturación a través de los programas emitidos.

Una de los principales equipos electrónicos que usan los moradores de San Vicente de Caney, es el televisor. Este también se ha convertido en una de las causas que incide negativamente en la cultura del pueblo Saraguro que habita en este barrio.

Se recomienda a los medios de comunicación local, como es el caso de Televisión Católica Los Encuentros, producir y emitir programas audiovisuales que contengan las tradiciones y cultura del pueblo Saraguro. Así mismo sería importante que los líderes comunitarios del sector busquen acercamientos con los propietarios de los medios de comunicación local (TVC) para proponer una coproducción.

2. ¿Qué canal de televisión usted sintoniza con mayor frecuencia?

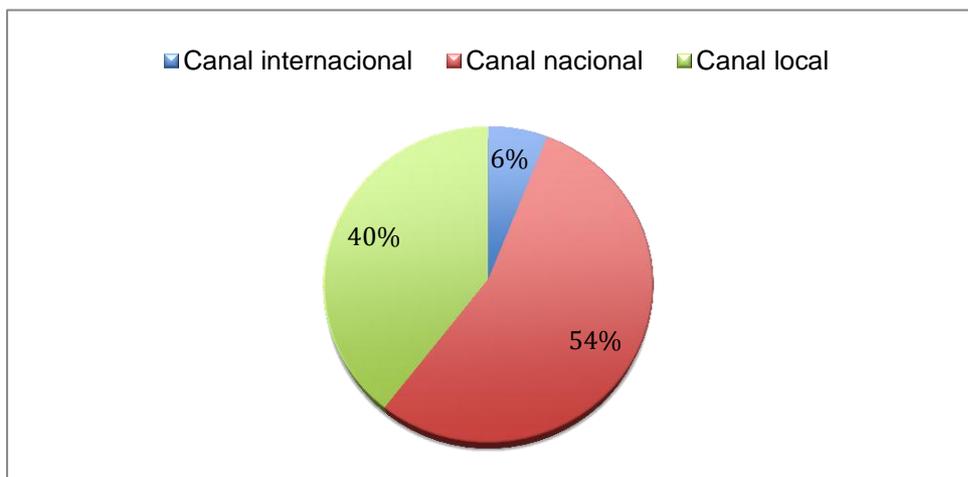
CUADRO No.4

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Canal internacional	23	6%
Canal nacional	208	54%
Canal local	151	40%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRÁFICO No.4



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Tal como lo muestra la figura 4, el 54% de los encuestados sintonizan canales nacionales, seguido con el 40% que sintonizan canales locales y un 6% sintonizan canales internacionales. Es una clara señal de que la comunidad aún consideran importante lo que produce el país e incluso lo local. Se considera como canal local a aquellos que pueden ser vistos en señal abierta.

Existen canales nacionales que son sintonizados por los pobladores del barrio San Vicente de Caney, sin embargo no les ofrecen programas que los identifiquen y propendan a su desarrollo cultural. En el caso del canal local Televisión Católica Los Encuentros es mucho más visto que los canales nacionales e internacionales, sin embargo tampoco emite programas culturales de esta etnia.

En conclusión, el canal de televisión más sintonizado es, el canal local Televisión Católica Los Encuentros.

Se recomienda a los propietarios de Televisión Católica Los Encuentros, buscar los recursos necesarios para producir programas culturales propios de la cultura Saraguro.

3. ¿Qué programa Usted ve con mayor frecuencia?

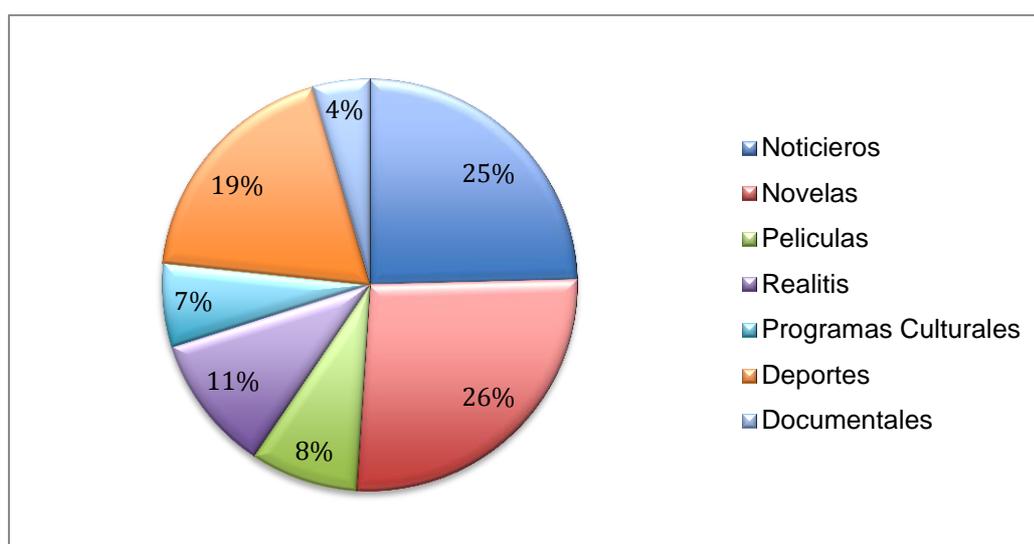
CUADRO No.5

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Noticieros	94	25%
Novelas	101	26%
Películas	32	8%
Realitys	41	11%
Programas culturales	25	7%
Deportes	72	19%
Documentales	17	4%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRAFICO No.5



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como podemos observar en la figura 5, el 26% de los encuestados sintonizan Novelas, seguido del 25% que sintonizan los Noticieros, el 19% los segmentos de Deportes, el 11% Realitys, y en menores proporciones, Películas, Programas Culturales y Documentales con el 8%. 7% y 4%, respectivamente. Información que nos permite ver que hace falta una cultura acerca de los programas que sintonizan en la comunidad.

Como podemos ver, las telenovelas son las que mayor sintonía tienen, sin embargo los espacios informativos también cuentan con una gran acogida, seguido por los deportes y en poca frecuencia los realitys, películas, programas culturales y documentales.

En conclusión no existe una cultura a la hora de seleccionar la programación que debe consumir, además los informativos son vistos únicamente para mantenerse al tanto del acontecer local, mas no para un beneficio personal.

Como recomendación, se propone usar en el programa un formato en el que se incluya un segmento de historias tipo novelas que llame la atención, o también en el caso del medio de comunicación local TVC se puede pensar de realizar capsulas informativas sobre la cultura del pueblo Saraguro.

4. ¿Se siente identificado con algún programa?

CUADRO No.6

VARIABLE	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	231	60%
NO	151	40%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRÁFICO No.6



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Tal como lo muestra la figura 6, el 60% de los pobladores indican que si se sienten identificados con los programas que sintonizan, mientras que el 40% no se sienten identificados, debido a que no cumplen con sus necesidades de satisfacción.

Existe una confusión en los encuestados que dicen identificarse con la programación que les ofrece los canales de televisión, los canales de televisión nacional, en ningún momento han realizado monitoreo de lo que los pobladores de estos sectores les gustaría ver en pantalla.

Como conclusión podríamos mencionar que los encuestados ven la televisión como una herramienta de entretenimiento e información, mas no como una herramienta para lograr mantener o fortalecer su cultura. Además como se ha podido observar existe hábitos de vida que están cambiando, como es el caso de su vestimenta, en su mayoría usan la ropa de la cultura hispana.

Como recomendación, sería importante que se realicen programas en los que se pregunte a los habitantes del sector que es lo que les motivaría a ver para que su cultura se mantenga y fortalezca.

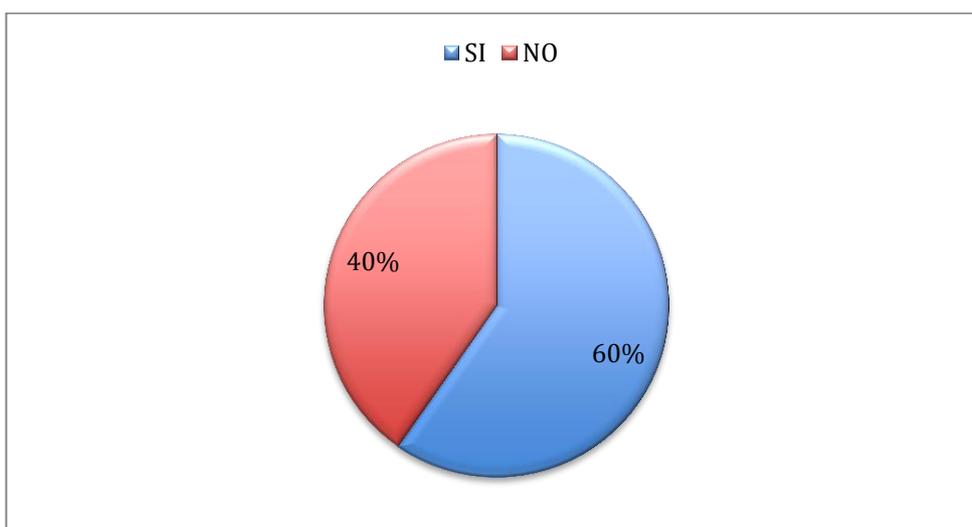
5. ¿Cree usted que la televisión que usted ve, aporta sustancialmente a su cultura?

CUADRO No.7

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	228	60%
NO	154	40%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney.
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRÁFICO No.7



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 6, podemos observar que el 60% de los encuestados indicaron que la programación que sintonizan aporta sustancialmente a su cultura, mientras que el 40% restante, mencionó que no.

Revisadas las grillas de programación de Televisión Católica Los Encuentros, podemos ver que existe una programación educativa, basada en valores, sin embargo los canales nacionales no cuentan con programación constructiva.

Producto de esta pregunta podemos deducir que nuevamente existe una confusión en los encuestados sobre todo a la hora de responder la pregunta en la que no diferencian lo que puede o no apoyar o fortalecer a su cultura.

Sería oportuno que los medios de comunicación local, TVC, inicie en su programación, más en los informativos una serie de socialización de la cultura del pueblo Saraguro, para que sean ellos quienes la defiendan.

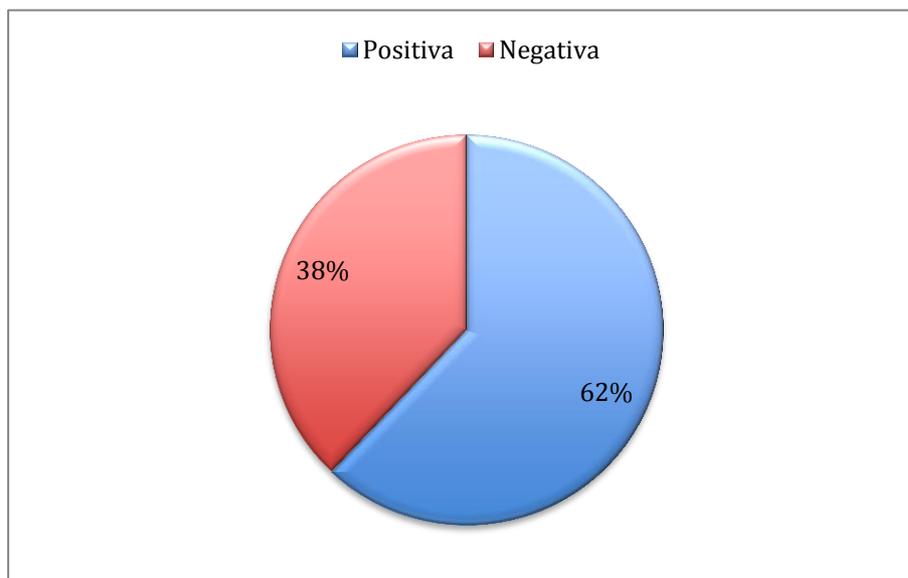
6. ¿Piensa usted que los programas de televisión influyen de forma positiva o negativa?

CUADRO No.8

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Positiva	237	62%
Negativa	145	38%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRAFICO No.8



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados de la figura 7 se asemejan a la pregunta anterior ya que el 62% de los encuestados indica que la programación influye de forma positiva, y el 38% de forma negativa. Recordando que la programación que más sintonizan son Novelas y los Noticieros, lo que me afirma que hace falta culturizar a los televidentes.

Nuestros encuestados consideran que las telenovelas pueden tener una influencia positiva en su desarrollo social. Además ellos consideran que los informativos pueden aportar positivamente, cuando conocemos que son una fuente para informar. En las visitas realizadas al barrio, vemos como sus habitantes en su mayoría de la etnia Saraguro, ya no tienen su vestimenta originaria, los jóvenes ya no hablan el idioma kichwa, se cortan su cabello, y conocen muy poco de sus costumbres y tradiciones.

En conclusión existe un desconocimiento en la comunidad de lo que puede influenciar positivamente en su cultura, puesto que no tienen referencia de productos audiovisuales que promuevan la cultura de los pueblos.

Reiteramos la necesidad que Televisión católica Los Encuentros, genere espacios de difusión que socialicen los verdaderos valores culturales y que no se dejen influenciar de prototipos de programas que únicamente buscan mantener expectante al televidente pero no lo forma.

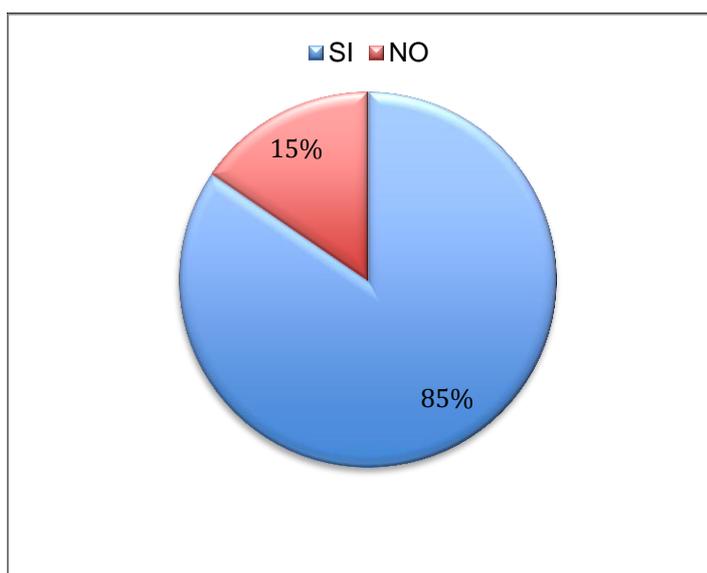
7. ¿Cree usted que sería importante producir un programa que involucre a su cultura?

CUADRO No.9

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	323	85%
NO	59	15%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca

GRAFICO No.9



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Al analizar la figura 8, se observa que el 85% de los encuestados indican que sí sería importante que se realice un programa en el que se involucre su cultura, mientras que un 15% indica, que no. Es importante destacar que la mayoría, y por no mencionar que en su totalidad, considera importante su cultura y que sea conocida por el resto de televidentes. Esta es muy importante para el país ya que estas culturas se están perdiendo.

En la presente pregunta los pobladores del barrio San Vicente de Caney, reconocen que efectivamente sería importante que se considere a su cultura a la hora de producir un programa. Aunque también como podemos apreciar existe un pequeño porcentaje que considera que no se necesita incluir a la cultura de su pueblo en los programas de tv.

Como conclusión podemos mencionar que los medios de comunicación televisivos deben producir programas culturales, desde el contexto en que vive su gente, considerando su cultura y tradiciones.

Se recomienda que previo a la producción de un programa, se haga un acercamiento con los líderes de la comunidad, y con los ancianos que aún mantienen sus costumbres, tradiciones y cultura, como fuente de información y experiencia.

8. ¿Estaría usted de acuerdo con participar en un programa sobre su cultura?

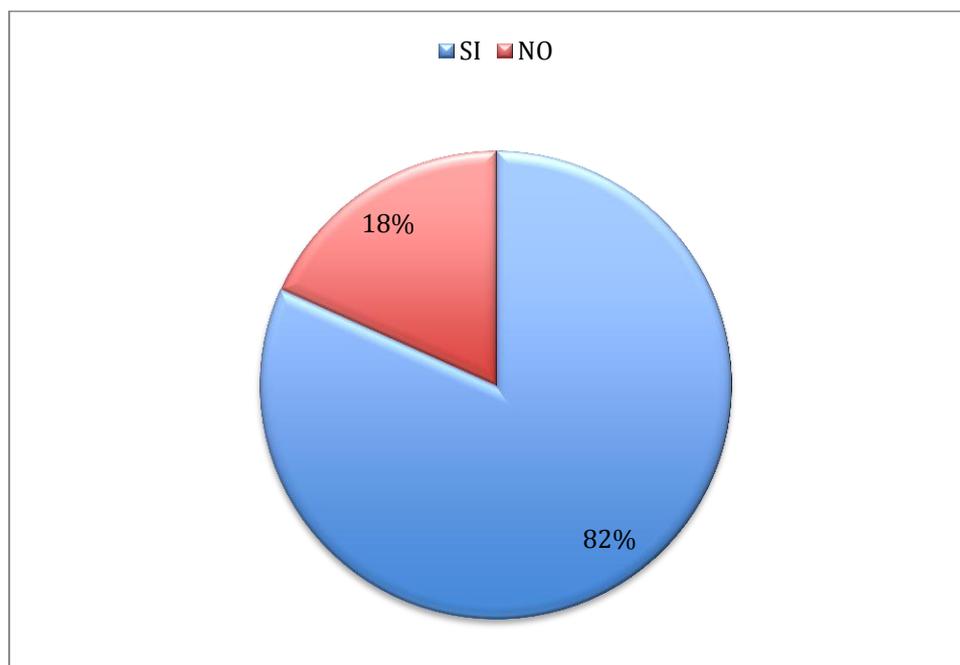
CUADRO No.10

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
SI	264	82%
NO	59	18%
TOTAL	323	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRAFICO No.10



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como se observa en la figura 8, el 82% de los encuestados mencionan que sí participarían en algún programa en el que se haga conocer su cultura, mientras que un 18%, no estaría dispuesto a participar, debido a que no les gusta estar frente a cámaras, otros no se sienten preparados, entre otros aspectos.

Aquí un aspecto importante que señalar, si bien es cierto existe una predisposición mayoritaria para participar en la producción de un programa de tv, sin embargo existe en la minoría de los encuestados la idea que se les debe retribuir económicamente por realizar un producto sea este fílmico o fotográfico.

Como conclusión consideramos que es posible producir programas culturales en el que los actores principales sean los mismos pobladores.

Se recomienda que se cree un club de producción, que sean quienes puedan estar al frente de un programa de Tv y que a su vez se llegue a un acuerdo con los directivos del canal Televisión Católica para que se logren buenos productos culturales.

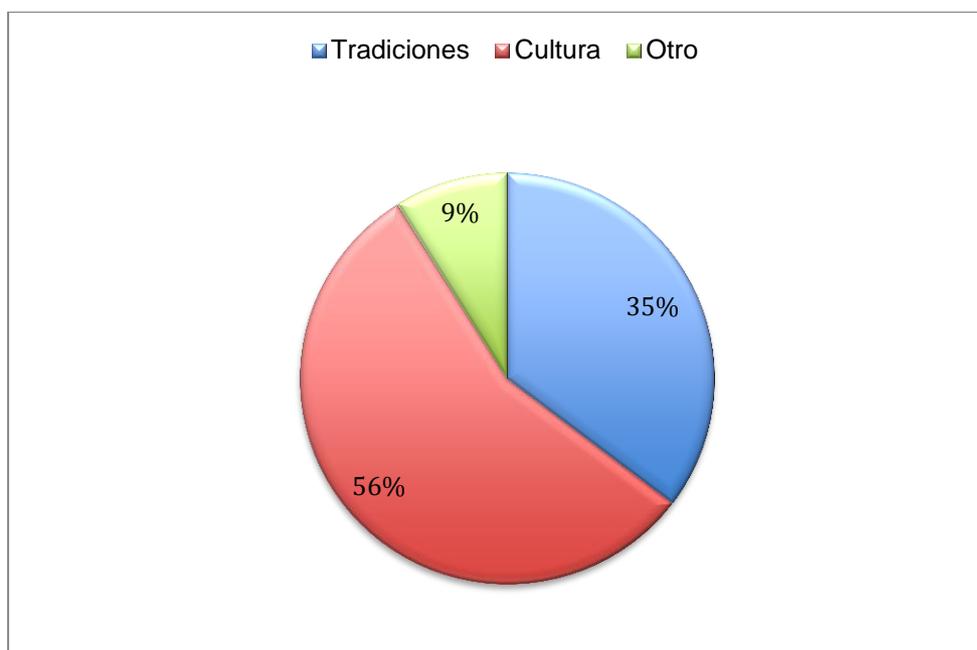
9. ¿Qué temas le gustaría que se consideren en un programa sobre su cultura?

CUADRO No.11

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Tradiciones	135	35%
Cultura	213	56%
Otro	34	9%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRÁFICO No.11



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney
Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con referencia a la figura 8 en la que se preguntó acerca de los temas que desean que se presenten los encuestados respondieron que les gustaría que se consideren temas como cultura con el 56%, tradiciones con el 35% y otros con el 9%.

Los resultados nos sugieren que existe una predisposición para observar programas que involucre su cultura en un mayor número, mientras que sus tradiciones en pequeña cantidad, en mínima cantidad aquellos que desean que opinaron que serían otros temas, sin embargo no supieron explicar, cuales. La cultura de los pueblos es entendida como aquello que define a un pueblo, que incluye costumbres, practicas, normas, vestimenta, religión, rituales comportamiento y creencias. Mientras que las tradiciones son prácticas arraigadas de acuerdo al lugar donde se encuentran y que están inmersos en la cultura de sus pueblos.

Esto nos lleva a concluir que se debe producir programas en el siguiente orden: se podría hablar de una primera fase, en la que se debe tomar temas de la cultura y una segunda fase para abordar las tradiciones.

Se recomienda a Televisión Católica trabajar en programas culturales en los que se hable de los temas: historia de sus pueblos, prácticas ancestrales, dialectos, vestimenta, religión, rituales. En una segunda fase se propone trabajar en programas con la siguiente temática: Modelos de vida de sus pueblos originarios.

10. ¿Qué tipo de programa sobre su cultura le gustaría a usted ver?

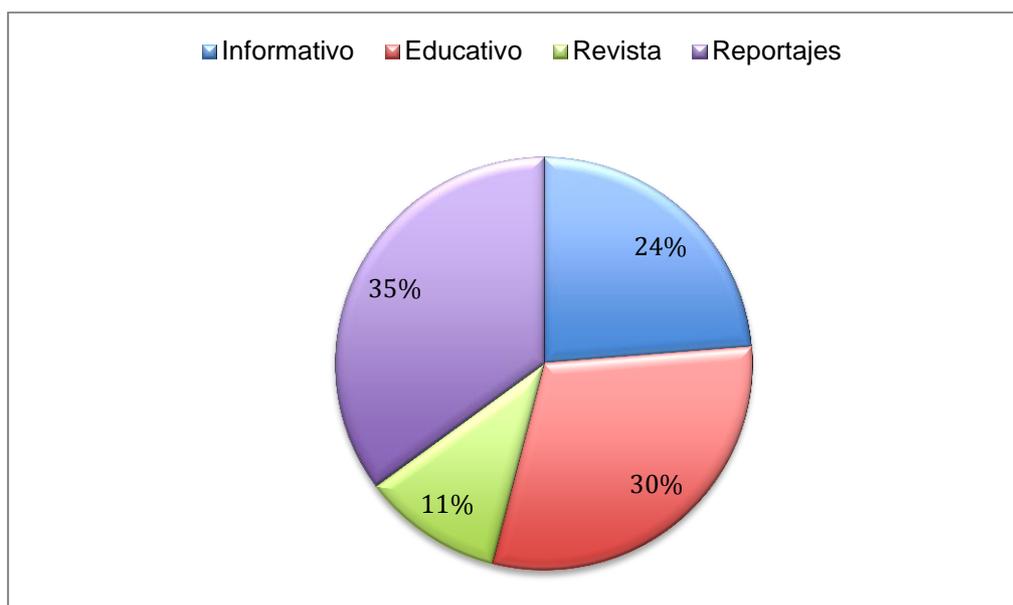
CUADRO No.12

VARIABLES	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Informativo	98	24%
Educativo	125	30%
Revista	45	11%
Reportajes	145	35%
TOTAL	413	100%

Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

GRÁFICO No.12



Fuente: Encuesta aplicada en el barrio San Vicente de Caney

Elaborado por: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con referencia a la figura 9 en la que se planteó qué programas les gustaría que se presente acerca de su cultura mencionaron, 35% reportajes, seguido del 30% con educativos, el 24% informativo y un 11% revistas.

Es claro que los programas que se realicen deben considerar reportajes, por cuanto son de mayor facilidad para que el televidente pueda entender el mensaje. Por otra parte son de fácil entendimiento.

Entre las conclusiones esta que se debe proponer un programa de involucramiento cultural del pueblo Saraguro asentado en el barrio San Vicente de Caney. En el que se aborde a través de reportajes, entrevistas y noticias la cultura del pueblo Saraguro.

Llegar a firmar un convenio de cooperación entre Televisión Católica Los Encuentros y la Comunidad San Vicente para la producción de programas de televisión cultural. Este convenio es muy importante porque se involucra a los actores de forma directa, se abarata costos de producción y se cuenta con el potencial de la gente adulta del pueblo Saraguro que aún mantiene los rasgos de su cultura.

g. DISCUSIÓN.

Al inicio del presente trabajo se planteó algunos objetivos, con el transcurso de la investigación estamos en la capacidad de mencionar si se han cumplido o no nuestros objetivos.

OBJETIVOS.

GENERAL:

- Determinar como la producción televisiva incide en los pueblos y nacionalidades del cantón Yantzaza. Este objetivo es comprobado con las preguntas número uno, pregunta tres, cinco y pregunta seis de la encuesta realizada a los pobladores del barrio San Vicente de Caney. En todas estas preguntas nuestros encuestados nos dejan clara la una incidencia de la televisión, además el medio de comunicación, está incidiendo de forma negativa sobre todo en la cultura de su pueblo que de apoco se aleja a sus costumbres y tradiciones. Existe el peligro latente que si no se realiza programas de fortalecimiento cultural, las futuras generaciones abandonen definitivamente su cultura ancestral.

ESPECÍFICOS:

- Fundamentar teóricamente la falta de programas de televisión para los Pueblos Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza.

- Diagnosticar la falta de programas de televisión para los Pueblos Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza. Este objetivo se refleja en las preguntas número tres, número cuatro, número cinco, número seis, siete y ocho. Puesto que como nos respondieron en estas por una parte existe un desconocimiento de los programas culturales y hace falta una cultura a la hora de ver programación de calidad, puesto que lo que ahora están consumiendo es una programación nociva para sus vidas y para el desarrollo de sus culturas.
- Plantear una propuesta alternativa: Producción de un programa cultural, para los Pueblos Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza. Este objetivo se evidencia y se cumple con la realización de la planificación, y grabación de imágenes del pueblo San Vicente de Caney así como la producción de los reportajes que son parte del programa piloto.
- Aplicar la propuesta alternativa Producción de un programa cultural, para los Pueblos Indígenas Saraguro el cantón Yantzaza. Se socializó en territorio la producción de un programa, en el que intervinieron pobladores y también permitieron que se grabe eventos propios de su cultura. Además de la transmisión del programa en el canal Televisión Católica Los Encuentros.
- Evaluar el impacto que genere la producción de programas culturales en para los Pueblos Indígenas Saraguro el cantón Yantzaza. El programa implícito en la propuesta alternativa tiene una muy buena acogida en los

pobladores de San Vicente de Caney, reconocen que hace falta un mayor empoderamiento de su cultura y que se debería generar mayores posibilidades de inserción en los medios de comunicación. El programa pilotó puede ser replicado para otras etnias que habitan en la provincia de Zamora Chinchipe y sus pobladores pidieron que el canal local de Televisión Católica Los Encuentros, continúe produciendo este tipo de programas y que ellos están dispuestos a apoyar estas iniciativas. Los moradores de San Vicente de Caney, también solicitaron a la televisión local lo siguiente:

- Que se mejore su señal para que ésta pueda ser sintonizada de mejor forma.
- Dedicar mayores espacios de difusión cultural y que se les permita incursionar en programas que produzca la estación
- Que se brinde capacitación básica en manejo de equipos y contenidos de programas.
- Por su parte el director de televisión Católica Los Encuentros calificó de satisfactorios los resultados que por una parte le permiten al medio cumplir con lo establecido en la ley y además le da un plus especial de aportar al desarrollo de los pueblos indígena Saraguro de la provincia.

h. CONCLUSIONES.

La investigación realizada en San Vicente de Caney nos deja las siguientes conclusiones:

La comunidad San Vicente de Caney está compuesta en su mayoría por personas de la etnia Saraguro, existe un mayor número de personas de sexo femenino, lo que también nos indica que exista una tendencia a sintonizar telenovelas.

San Vicente de Caney tiene una población muy diversa, pese a que son hogares de escasos recursos, todos cuentan con un televisor en casa, lo que nos permite entender que están usando este artefacto para informarse y entretenerse, y que este medio puede ser una herramienta para potenciar la cultura de los pueblos.

Existe la predisposición de la comunidad San Vicente de Caney para involucrarse en producciones televisivas que el canal local Televisión Católica Los Encuentros genere.

Es imperativo la producción de programas que reflejen la realidad de sus culturas, puesto que existe una incidencia negativa de los programas que están sintonizando los pobladores de San Vicente de Caney.

Los programas culturales que se produzcan servirían como recurso para mantener y fortalecer a pueblos ancestrales. En la actualidad se están perdiendo hábitos de vida y cultura del pueblo Saraguro.

La televisión local quiere apoyar estas iniciativas, también para cumplir con las disposiciones de la ley de comunicación.

i. RECOMENDACIONES.

Se recomienda generar una diversificación de ideas en las escuelas de San Vicente de Caney y en todos los centros de educación intercultural bilingüe, para que los niños y jóvenes enseñen a sus familiares a ver programas constructivos.

Es necesario producir productos audiovisuales propios para los pueblos indígenas Saraguro. Si es posible firmar un convenio entre la comunidad San Vicente de Caney y Televisión Católica Los encuentros, recordemos que cada hogar de la comunidad cuenta con un televisor como parte de su entretenimiento.

Aprovechar la predisposición que tienen los moradores del sector San Vicente, para involucrarse en la producción de programas.

Usar a la televisión local como medio para facilitar la inclusión social de estos pueblos y para lograr un verdadero mantenimiento y fortalecimiento de la cultura de los pueblos.

Producir programas desde el contexto en que vive su gente. No generar otras expectativas culturales distintas a aquellas que tenemos en la provincia.

Los programas deben identificar la cultura de estos pueblos.

Si el grupo mayoritario de personas son mujeres y que les gusta ver televisión (telenovelas), en un futuro se podría pensar en una programa

dirigido a este grupo y buscar utilizar el género de telenovela para producir y presentar la cultura de los pueblos.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA ALTERNATIVA

TEMA:

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.

AUTOR:

NORMAN ISAÍAS TANDAZO CUENCA

LOJA – ECUADOR

2016

TEMA:

“PROPUESTA PARA LA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN PARA FACILITAR LA INCLUSIÓN SOCIAL Y FORTALECER LAS CULTURA DE LOS PUEBLOS Y NACIONALIDADES DEL CANTÓN YANTZAZA”

INTRODUCCIÓN.

Como una respuesta a la investigación científica realizada y la aplicación de los conocimientos adquiridos durante los 4 años de formación académica en la Universidad Nacional de Loja, es imperiosa la necesidad de generar una propuesta para producir un programa que permita identificar, valorar y mantener la cultura de nuestros pueblos, la Etnia Saraguro.

En la presente propuesta expondremos, las guías técnicas para la producción de programas culturales para los pueblos y nacionalidades, que podrán ser aplicadas a las distintas etnias presentes en nuestra provincia.

Según lo señala Joan Ferrés (1995) “La Televisión educa aunque no quiera. Es decir, educa incluso en aquellos casos en los que no lo pretende explícitamente. Para bien o para mal”. (p. 37)

Coincidimos con Ferrés, es necesario que se use a los medios de comunicación para educar a los televidentes, de manera particular y en el caso de la Comunidad San Vicente de Caney, a Televisión Católica por cuestiones de espacio, tiempo y recursos que son de mayor acceso.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La televisión.

Según el autor Valerio Fuenzalida “La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en nuestras sociedades, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianidad que nos rodea, expresada en la producción de diversas formas de producción de mensajes”. (<http://bit.ly/1R7zIY6>).

La televisión regionalizada puede y debe hacer una contribución cultural, conjuntamente con los procesos de descentralización, de manera que se involucren en las realizadas locales a través del debate de actores de estas comunidades. Esto además puede apoyar a la presentación de nuevas experiencias creativas que ofrezcan producciones de confianza para el público y que motive a las comunidades a un desarrollo integral como tal.

El reto de la televisión regional y local está entonces en asumir rasgos de familiaridad con su público, y que depende de ellas para poder subsistir y desarrollarse.

Las organizaciones sociales

Aunque en las organizaciones indígenas nacional y regionales se ha hablado de incursión en los medios de comunicación como una posibilidad de dar sostenibilidad a su cultura, en la práctica esto no se ha logrado. Lo

que si se ha hecho, es experimentar y aprovechar la riqueza cultural como fuente de explotación turística para promocionar un lugar, con espacios sobre cultura indígena en canales locales de corta duración, pese a que estos espacios tienen otra connotación.

Existe una importante acogida entre las comunidades locales a medios de tv locales; esto ha mostrado el potencial de incidencia que tiene este medio, y que debe ser conquistado por las organizaciones. De ahí la importancia de usar este recurso para facilitar, por una parte, la Inclusión Social de los Pueblos y Nacionalidades, y por otra, ser la herramienta para difundir y mantener tradiciones y culturas de este pueblo.

Cultura, identidad cultural y patrimonio son conceptos diferentes pero estrechamente relacionados entre sí, constituyendo lo que se pudiera llamar el sistema de la cultura. No es posible hablar del protagonismo de una de las partes si no se tiene en cuenta el todo porque entre ellas se produce un tipo especial de interacción dialéctica que sirve de base al desarrollo. (Cultura, identidad cultural, patrimonio y desarrollo comunitario rural: Latinoamérica siglo XXI) bit.ly/1TNWvum.

Una de las mayores preocupaciones visualizadas a lo largo de la historia, es el inculturamiento de los pueblos. La cultura se está manteniendo peligrosamente en las personas de edad y en muy pocos grupos selectos que ven a la cultura como fuente de desarrollo personal más no comunitario.

El desarrollo cultural propende al desarrollo comunitario. la cultura no es un eje más del desarrollo sino el eje de referencia que vertebra, da unidad y dinamismo al resto de los factores, lo que significa que no puede existir un desarrollo que satisfaga las necesidades cada vez más crecientes de la sociedad si no utiliza la cultura como base para la consolidación de los modos de vida. (Cultura, identidad cultural, patrimonio y desarrollo comunitario rural: Latinoamérica siglo XXI) bit.ly/1TNWvum.

JUSTIFICACIÓN.

Los medios de comunicación, han dejado de lado su compromiso social con las comunidades y han empezado a producir programas que se alejan de su misión de informar y educar, para convertirse en meros vendedores de servicios y explotadores de recursos tangibles culturales que tiene nuestro país.

La falta de producción de programas que involucren la realidad de sus pueblos y que propendan al desarrollo y que propongan agendas de rescate y sostenimiento cultural, sencillamente no están en la mente de los productores audiovisuales y de los medios de comunicación, llegando incluso a poner en peligro la cultura de los pueblos.

Es necesario que como medios de comunicación local, y sobre todo, donde existan asentadas varias etnias culturales, se asigne un mayor espacio a la producción de programas como una alternativa audiovisual. Actualmente, existen profesionales, instituciones y organizaciones que permiten la ejecución de este tipo de propuestas. Además, de las visitas realizadas a estos sectores, de los diálogos con su gente, nos damos cuenta que existe la predisposición para compartir sus modos de vida.

OBJETIVOS.

GENERAL:

- Generar una propuesta de programa de televisión que difunda cultura y tradiciones del pueblo Indígena Saraguro y que asegure su inclusión social y fortalecimiento de la cultura Indígena Saraguro u otra etnia.

ESPECÍFICOS:

- Ejecutar la preproducción, producción y postproducción de un programa como demostración para un programa de Tv, como un segmento de reportajes, de la propuesta de programa en Tv.
- Promover la cultura de los pueblos a través de la propuesta de programa cultural
- Difundir en Tv y promocionar el programa en la comunidad San Vicente de Caney.

DESARROLLO.

Ubicación.

Para la producción del presente programa, está previsto arrancar el piloto en la comunidad San Vicente de Caney, ubicada en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza, parroquia Chicaña. Existe el apoyo de las organizaciones sociales de base para trabajar con ellos. Sin embargo, para la continuidad del programa, en la provincia existen más asentamientos de culturas con las que se puede trabajar.

Factibilidad

La propuesta para la producción de un programa cultural en Zamora Chinchipe, es factible por que el proyecto se sustenta en recursos científicos, técnicos y humanos para su realización que existen en la zona. Además, se cuenta con el apoyo de TV católica Los Encuentros para el uso de equipos y para la difusión del programa. Por otra parte, en cuanto al talento de pantalla hemos realizado un castin con personas de la etnia Saraguro y serán ellos quienes participen en el programa, inicialmente como colaboradores, sin embargo, es importante considerar a futuro un recurso para apoyar al talento de pantalla y que la propuesta sea sostenible.

Descripción de la propuesta.

Se haría efectiva con la producción de un programa cultural de televisión, que sería difundido en el canal local de Zamora Chinchipe, TV Católica Los

Encuentros, pero que puede ser reproducido en cualquier medio de comunicación televisivo sea este nacional o internacional para promoción. Se plantea la difusión de la historia, tradición, cultura, y modos de vida. El programa **“Las Raíces de mi Gente”** tendrá una duración de 30 minutos incluidos espacios para auspiciantes. El programa será difundido el domingo a partir de las 20 horas.

En la actualidad estamos invadidos por programas introducidos desde otros países y no damos valor a lo nuestro, se promocionan telenovelas, realitys, programas de farándula que quitan relevancia a nuestra riqueza cultural.

Con este programa se propende también a generar interés en todos los telespectadores no únicamente en el pueblo indígena, para lograr una identificación propia.

Además, queremos que esta producción sea una de las primeras y mejores producciones audiovisuales desde la provincia de Zamora Chinchipe para el Ecuador y el mundo.

En cuanto a los segmentos, se realizaran 3 segmentos, con la presentación en cada uno de ellos de reportajes, actividades grabadas en vivo y entrevistas con actores culturales de dichas localidades.

La presentación del programa se la desarrollará en campo. Para lo cual contaremos un talento de la localidad previo casting y repaso del libreto.

CRONOGRAMA:

Nº n	FECHA ACTIVIDADES.	AÑO 2015- 2016															
		NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Preproducción. Recolección de información en San Vicente de Caney																
2	Elaboración de planes de rodaje																
3	Producción. Grabación en campo de los reportajes																
4	Postproducción, edición, emisión y socialización a los pobladores del barrio San Vicente de Caney.																

Producción de la propuesta de programa.

- **Género y contenido.-** Programa cultural, con contenido reportajes, entrevistas, perfiles, y la presencia de un presentador.
- **Talentos.-** A más del presentador se incluirá a los involucrados en reportajes, una persona para el perfil.
- **Estructura.-** Cada programa abordara una temática principal, en el cual se realizarán 3 reportajes, que no excederán los 4 minutos de duración, un espacio de entrevista de 5 minutos de duración, y un perfil de 3 minutos; el resto del tiempo será distribuido para el presentador, momentos de interacción y la publicidad que se pueda obtener.
- **Guía de tomas.-** Para los reportajes, se usara imágenes fijas, travelling, movimientos y la variedad de planos que existen.
- **Arte.-** En cuanto a la escenografía, todo el programa se lo realizara en campo, no tendremos un set para grabación, la entrevista y las presentaciones serán grabadas en exteriores, en el mismo lugar donde se realizaran los reportajes.
- **Vestuario.-** El presentador vestirá la indumentaria propia de su cultura, en cuanto a los reportajes y perfil, se procurará trabajar con personas que aun mantengan sus tradiciones y cultura.

- **Identidad Corporativa.**- la imagen del programa será las siglas acompañado de una imagen que representa a las culturas locales.
Logotipo.

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

Preproducción.

Previo a la grabación es necesario elaborar un presupuesto, hacer los contactos necesarios, buscar locaciones, plan de rodaje, en fin, hacer una planificación adecuada. El período de preproducción no puede llevar más allá de una semana.

A final de la organización de producción detallaremos un presupuesto estimado para la grabación del programa piloto, sin embargo, los costos pueden variar por algunos factores.

Producción.

En esta fase procedemos a la grabación de los reportajes, entrevistas, según la planificación, el rodaje no durará más allá de una semana.

Post-Producción.

Con el material previamente registrado realizamos una selección del material, hasta la edición de los reportajes, perfil, entrevista, presentación y edición del producto final.

ORGANIGRAMA.

En la propuesta de programa para economizar costos, algunas personas cumplen varias funciones, y es posible por cuanto el proceso se lo cumple en distintas etapas. Sin embargo, es importante contar necesariamente con: un productor y un director.

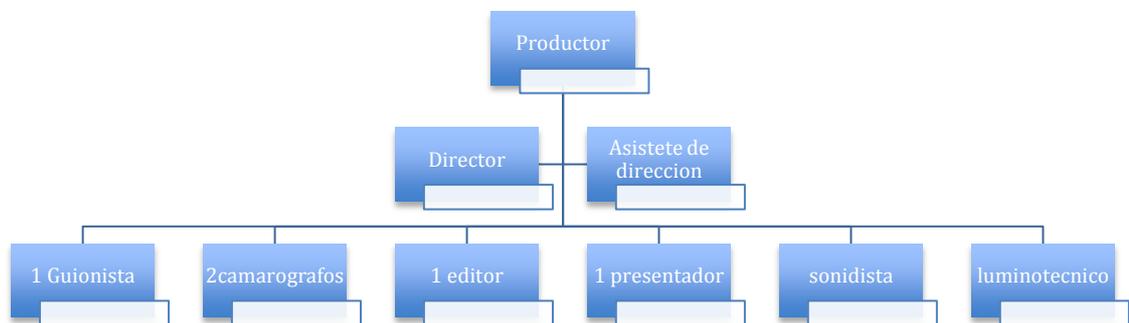


Ilustración 1. Organigrama

Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.

- 1 cámaras de video profesional.
- 1 kit de iluminación.
- 1 computador I Mac o pc para edición.
- un disco externo para almacenamiento.
- un monitor.
- Dvds record.

- UPS.
- Paquete de programas para edición (adobe y final cut pro).
- Consola de audio.
- 2 micrófonos corbateros.
- 1 micrófono de mano.

REQUERIMIENTO HUMANO TÉCNICO.

- 1 Guionista.
- 1 Camarógrafo.
- 1 Editor.
- 1 Luminotécnico.
- 1 Sonidista.
- 1 Presentador.
- 1 Utilero.

PRESUPUESTO CONSIDERADO PARA UN PROGRAMA.

PRESUPUESTO DE EQUIPOS	
Comprando: Una sola inversión por el tiempo que dure el proyecto.	Alquilando en el medio
Cámaras desde los 6000,00 usd.	Por programa 800,00 usd.
Kit de luces 1700,00 usd.	Por programa 80,00 usd.
Una máquina editora 3000,00 usd.	Por programa 800,00 usd.
2 micrófono inalámbricos 800,00	Por programa 400,00 usd.
Una mezcladora 300,00 usd.	Por programa 300,00 usd.
1 micrófono de mano 200,00 usd.	Por programa 50,00 usd.
Total: 12000,00 para todo el proyecto	Total 2430,00 por programa
PRESUPUESTO PARA PERSONAL E IMPREVISTOS	
Productor	Por programa 450,00 usd.
Director- guionista	Por programa 550,00 usd.
Camarógrafo – editor	Por programa 450,00 usd.
Luminotécnico – sonidista	Por programa 150,00 usd.
Presentador	Por programa 80,00 usd.
Asistente	Por programa 200,00 usd.
Movilización, alimentación y otros	Por programa 300,00 usd.
TOTAL	Por programa 2180,00 usd.

Escaleta del Programa No. 1

Descripción General:

Título: Las raíces de mi gente.

Género: Programa Cultural.

Duración: 30 minutos.

Cliente: TVC Los Encuentros.

Realizador: Norman Tandazo.

Productor: Norman Tandazo.

Idea.- Se trata de un programa en el que a través de reportajes se cuenta audiovisualmente cultura, creencias, tradiciones del pueblo Saraguro que habitan en el barrio San Vicente de Caney. El programa también tendrá un espacio de diálogo para profundizar el tema del programa.

Objetivo.- Tiene como objetivo concienciar a los pobladores de San Vicente de Caney sobre su cultura y que Televisión Católica cuente con un espacio de difusión cultural dentro de su parrilla de programación.

#	ACTOR	CONTENIDOS	TIPO	DURACIÓN
1		Boomper Entrada “Las Raíces de mi Gente”	Pregrabado	00:15
2	Contento	<p>Presentación.</p> <p>Son estos lugares, sus recursos naturales, su exuberante vegetación, la riqueza de sus campos y la convivencia en comunidad, que han permitido que, este pueblo milenario, luchador y emprendedor lleguen aquí para quedarse.</p> <p>Les saluda Alberto Contento y esto es “Las Raíces de mi Gente”</p>	Presentación pregrabada en campo.	00:20
3	Master	Boomper de enganche	Presentación	00:15
4	Alberto Contento	Para iniciar con nuestro primer programa queremos ofrecerles un reportaje con uno de los eventos que se resiste a salir de nuestra cultura. El PACHAMAMA RAYMI	Pregrabado	00:30
5	Master	Reportaje El Pachamama Raimy	Pregrabado	05:00
6	Alberto Contento	El Pachamama Raimy, en Zamora Chinchipe empieza a coger fuerza, turistas nacionales y extranjeros participan de esta fiesta considerada una de las más grandes en la sur del Ecuador.	Pregrabado en campo	05:00

		<p>Es así como pretendemos que empecemos a valorar nuestra cultura, fortalezcamos nuestras tradiciones y empecemos a construir una verdadera identidad y desarrollo.</p> <p>Amigas, amigos nos separamos de ustedes por unos minutos pero ya nos encontramos nuevamente, para seguirles ofreciendo más de nuestro programa.</p>		
7		Pausa		02:00
8	Alberto	Se dice que a San Vicente de Caney llegaron sus primeros pobladores en el año 1978, la mayoría de ellos provenientes de las provincias de Loja y El Oro, sin embargo como lo conoceremos en el siguiente reportaje, existen versiones que las primeras personas en llegar aquí, estuvieron presentes desde el año...	Entrevista	
9	Master	San Vicente un pueblo que se resiste.	Presentación	05:00
11	Alberto	<p>Les ha gustado el presente reportaje, no se olvide de dejarnos sus sugerencias en nuestro red social wwwtvclosencuentros@hotmail.com, o también nos puede llamar a los teléfonos de la estación. El 073034669 Paso para entrevista.</p> <p>Quizá nuestra cultura tiende a perder su identidad y se desvaloriza por los diversos factores sociales, sin embargo en pueblos como</p>	Entrevista	

		<p>los nuestros aun contamos con gente sabia, con gran experiencia y que lleva en su sangre nuestra cultura y tradición. Para continuar con nuestro programa quiero presentarle a don....</p> <p>Presentación del invitado. Preguntas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo llegaron los Saraguro a Zamora Chinchipe? 2. Cuéntenos un poco de nuestra cultura... 		
12	Alberto	<p>Despedida y avance del próximo programa en el que seguiremos contándoles la esencia de nuestra cultura, apoyando a su fortalecimiento y conociendo a nuestra gente.</p> <p>Soy Alberto Contento nuestro agradecimiento a quienes han hecho posible la realización de este programa y a ustedes amigas y amigos que nos acompañado durante estos minutos en las raíces de mi gente.</p>	Presentación	01:50
13		Boomper cierre		00:10

FINANCIAMIENTO:

Para la realización del presente producto el financiamiento corrió cuenta del autor, sin embargo para los próximos trabajos será necesario contar con el financiamiento tanto de la empresa pública como privada.

Las fuentes de financiamiento en la provincia son:

Prefectura, Municipios, Gobiernos Parroquiales, Organizaciones Indígenas, asociaciones Shuar, la empresa privada (empresas mineras), la Dirección Provincial del Ministerio de Cultura, la Casa de la Cultura de Zamora. Además, existe la predisposición por parte de la Tv Católica Los Encuentros para apoyar con el equipo técnico.

CONCLUSIONES:

La producción del programa cultural “Las raíces de mi gente” cumplió con las expectativas planteadas. Los pobladores del Barrio San Vicente de Caney apoyaron la grabación de los reportajes e intervinieron activamente.

Se fortaleció la cultura del pueblo Saraguro asentado en el barrio San Vicente de Caney. Los pobladores les gustaría realizar programas de este tipo y están dispuestos a ser parte activamente de los mismos.

Si bien es cierto, la propuesta de programa resulta un tanto costosa, también es importante destacar que existe la predisposición de un medio de comunicación para apoyar las iniciativas de producción.

Consideramos necesario, además, que se generen, lo antes posible, estas propuestas para apoyar a estos sectores e involucrarlos en nuestras sociedades, además, de fortalecer su identidad.

Existe una mayor predisposición de los pobladores para observar programas culturales que incidan positivamente en el desarrollo integral del barrio.

RECOMENDACIONES.

La producción del programa las raíces de mi gente, nos dejó claro el panorama en el sentido en que existe aún ese deseo e interés para que la cultura del pueblo Saraguro se mantenga. El equipo de producción contó con el apoyo total de la comunidad San Vicente de Caney, que permitió grabar algunas de las actividades propias de su pueblo.

Continuar produciendo programas culturales en la comunidad San Vicente de Caney y socializar la iniciativa en otras comunidades para que permitan realizar este tipo de trabajos audiovisuales.

Aprovechar la predisposición de apoyo del canal comunitario Televisión Católica Los Encuentros nos permite indicar que se contaría con el equipo técnico necesario para la realización de este tipo de programa

Potenciar el vínculo entre comunidades y Televisión Católica Los Encuentros llegando a firmar un convenio de cooperación.

Potenciar las capacidades locales que puedan realizar producción audiovisual para Televisión Católica Los Encuentros.

Buscar fuentes de financiamiento en ONG que apoyen a la cultura de los pueblo.

BIBLIOGRAFÍA.

Block digital de Vicente Gregori, (<http://bit.ly/1Th3RmM>)

Block digital de Cine, foro y Tv y en la sociedad. Revista Inter-forum
bit.ly/1R7e8jw

Bretón. Organizaciones Sociales (2003: pág. 219)

Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de Derechos
Humanos <http://www.un.org/es/index.html>

CONAIE plataforma digital (Confederación de Nacionalidades
Indígenas del Ecuador) <http://conaie.org/>

Constitución Política del Ecuador 2008

Crusafon Carmina. Revista Oficios Terrestres (2002, pág. 195)

Cueva Pablo. Los medios impresos (2014, pág. 206).

Cultura, identidad cultural, patrimonio y desarrollo comunitario rural:
Latinoamérica siglo XXI (bit.ly/1TNWvu)

Dominick. La dinámica de la Comunicación Masiva (2006, pág. 262)

Duque Lorena. El rol de los medios de comunicación masiva (2013,
pág. 10).

Ferres Joan 1995 Revista Comunicar. Artículo Televisión,
espectáculo y educación <http://www.revistacomunicar.com/>

Fuenzalida Valerio sitio web (<http://bit.ly/1R7zIY6>)

Fundación Kawsay Saraguro. Sitio web (<http://www.kawsay.org>)

Franco Ashley. Manual de Coproducción (2011, pág. 4)

bit.ly/1hs7gKh

Gómez Guillermo Orozco (2011 pág. 46)

Hornelas Carlos Manuel. Block Producción de televisión (2005)

Joseph R.

Nacionalidades y Pueblos Indígenas y Políticas en Ecuador Unicef
2004. (<http://uni.cf/1Xk1ftV>)

Mónica Chuji Gualinga, Block personal 2007. (<http://bit.ly/1Xk1k0K>)
(Editorial del Instituto Científico de Culturas Indígenas ICCI 1999)

Omar Rincón – Mauricio Estrella Televisión: Pantalla e identidad
(2001 pág. 48)

Paladines Vanesa (2009, pág. 94)

Philip Altmann, (2010 pág. 2) Estructura de las Organizaciones
Indígenas.

Rabiger (2001 pág. 441) Wilbur Schramm, Investigador
Norteamericano (1954)

Revista digital (Cultura, identidad cultural, patrimonio y desarrollo
comunitario rural: Latinoamérica siglo XXI) bit.ly/1TNWvum

Rulloni Mario. Producción de Televisión Cultural y Educativa
(<http://bit.ly/1QKi5xW>)

Salom Genaro D. la Incidencia de los medios de comunicación en la
política Sánchez Torres M. Producción de programas de Tv. (2012, pag.4)

Santos Felipe. Artículo, Géneros televisivos (<http://bit.ly/1LJJChL>)

Sen Amartya,(Organización de los estados Iberoamericanos) Sitio web (<http://bit.ly/1bzegFr>)

Sitio web CODENPE (<http://www.codenpe.gob.ec/>)

Sitio web Los pueblos Kichwa (<http://bit.ly/1Pe5R0i>)

Sitio Web. Naciones Unidas (<http://www.un.org/es/index.html>)

Sitio web pueblo Saraguro (<http://www.kawsay.org>)

Valle María Augusta. Producción de programas (2003, pág.144)

Zdzislaw Rakoczy (2015 Documento Rendición de cuentas de Tv Los Encuentros)

K. ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.

Proyecto de tesis previo a la obtención del grado de Licenciado en Comunicación social.

AUTOR:

NORMAN ISAÍAS TANDAZO CUENCA

2016

a. TEMA

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.

b. PROBLEMÁTICA.

La escasa presencia de los medios de Comunicación Social, y de forma particular televisivos, en especial en sectores distantes a las grandes ciudades del Ecuador es preocupante. En cantones como Yantzaza, en la provincia de Zamora Chinchipe, únicamente, dos cubren con su señal barrios y comunidades. Los medios nacionales no ofrecen productos audiovisuales que involucren la realidad de los pueblos en mención. La realización de programas propios para los pueblos indígenas no consta dentro de la grilla de programación de los medios con alcance nacional.

En el año 2002, Televisión Católica “Los Encuentros”, regentado por el Vicariato Apostólico de Zamora, comenzó a emitir su señal, con cobertura en los cantones El Pangui, Yantzaza, Centinela del Cóndor y Paquisha. Desafortunadamente, este medio de comunicación local, tampoco cuenta con programas que incluyan temas que involucre y de interés para los pueblos y nacionalidades de este sector de la patria.

En el año 2008, tras expedirse la vigente Constitución de la República que, entre otros aspectos, consagra el “reconocimiento de la diversidad de sus regiones, pueblos, etnias y culturas”, considera que es necesario incluir a sectores olvidados en el contexto de desarrollo y planes del buen vivir.

Más tarde, el 21 de junio de 2013, la Asamblea Nacional aprueba y expide la Ley de Comunicación, cuerpo legal que en su artículo 14 refiere el “Principio de interculturalidad y plurinacionalidad”. Determina, además, que “El Estado,

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

Con estos breves considerandos, es imperioso conocer cuál ha sido el aporte de los medios de comunicación para los pueblos y nacionalidades, si es que lo habido y, asimismo, conocer su cosmovisión y lo mucho que pueden aportar para la sociedad.

CONTEXTUALIZACIÓN

En el cantón Yantzaza están asentadas varias nacionalidades, entre ellas, de la cultura Saraguro, que son parte del presente trabajo. Estos asentamientos humanos, llegados a la provincia de Zamora Chinchipe a partir del año de 1980, cuando se iniciaban procesos de exploración y explotación minera y, tras la sequía que afectaba a la sierra ecuatoriana.

La presente investigación se centra en el cantón Yantzaza, parroquia Chicaña, barrio San Vicente de Caney, lugar donde habitan, alrededor de 140 familias, de la etnia Saraguro con un total de 640 personas entre hombres mujeres y niños. Aquí también existen asentamientos humanos de

colonos y Shuar; sin embargo, el 90 % de sus habitantes, pertenecen a la cultura Saraguro.

La inclusión social de la etnia Saraguro no es la adecuada, los espacios para el ejercicio de los derechos a la comunicación, siguen siendo aún incipientes. Actualmente, los lugares donde viven éstas personas, no cuentan, ni con los servicios básicos, peor aún, con medios de comunicación que proyecten su historia, tradiciones y necesidades.

En San Vicente de Caney, el involucramiento en políticas públicas es también escaso, por no decirlo, nulo; también se ve disminuida su participación en el acceso a tecnologías de la comunicación, pese a que tienen una riqueza histórica y cultural que debe ser mantenida y potenciada.

Por otra, en la provincia de Zamora Chinchipe existe un medio televisivo en señal abierta que cuenta con la autorización para emitir su señal a los sectores involucrados en el presente trabajo.

Este medio de comunicación tiene sus estudios centrales en la parroquia Los Encuentros del cantón Yantzaza. Su matriz opera desde el cerro Pachicutza, desde este lugar cubre con su señal los cantones de El Pangui, Yantzaza, Centinela del Cóndor, Paquisha y, la parte alta del cantón Nangarítza. Cuenta con la autorización de operación, aprobado por el entonces, Consejo Nacional de Radio y Televisión – CONARTEL, opera en la frecuencia canal 4, desde el año 22 de agosto de 2002...

SITUACIÓN ACTUAL.

Una observación empírica realizada en diversos sectores, permite que el trabajo de investigación se lo centre en el barrio San Vicente de Caney, cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, interesa conocer de qué manera ha influido la presencia de los medios de comunicación televisivos en este sector, conocer, cuál es la aceptación al medio de comunicación local y cuál ha sido su incidencia.

San Vicente de Caney no ha sido considerado en estudios como el planteado, o similares, además se trata de un grupo de personas importante para el cantón Yantzaza. San Vicente de Caney es una zona ganadera, ubicada a 21.5 km de Yantzaza, su gente conserva aún sus costumbres reflejadas en sus viviendas, creencias, tradiciones y cultura.

La promulgación de la Ley de Comunicación, poco o nada les ha significado a los pueblos y nacionalidades indígenas del sector. Los medios de comunicación no acogen hasta el momento, las disposiciones constitucionales y legales para generar acciones de inclusión. Los productos audiovisuales, en su mayoría, están destinados a un público hispano.

Según lo señala Doris Solís en su libro *Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación* (2014 pág. 37). *“La gran mayoría de los estereotipos presentados en los programas exhiben casi exclusivamente patrones de conducta hegemónicos ajenos a nuestras realidades, identidades y culturas”*. La realidad en el sector es la misma, los medios de

comunicación nacional presentes en la zona tienen sus matrices en las provincias de Pichincha y Guayas; realizan coberturas, principalmente en esas ciudades.

Los pueblos y comunidades indígenas que viven en nuestro cantón, enfrentan grandes retos para mantener su cultura y tradiciones, que llegan incluso a amenazar su existencia e integridad. Algunos han sido invisibilizados, otros, empiezan a perder su identidad, mientras que, otro grupo, muestra desinterés al tema. La inculturación de los pueblos, la pérdida de identidad, su cosmovisión, cultura, tradiciones se están dejando de lado.

PROBLEMA CENTRAL.

Es imperiosa la necesidad de generar espacios de difusión en los medios locales que promuevan una verdadera interculturalidad, por ello como investigador me hago la siguiente interrogante.

¿Cómo facilitar la inclusión social de los pueblos y nacionalidades del cantón Yantzaza, a través de un programa de televisión?

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

El trabajo de investigación se realizará en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza, Parroquia Chicaña comunidad San Vicente.

La duración de la investigación se la realizará desde marzo a diciembre del 2015. Se trabajara con 382 personas de la etnia Saraguro en la comunidad de San Vicente.

c. JUSTIFICACIÓN

La importancia del tema: La producción televisiva y su aporte para los pueblos y nacionalidades del cantón Yantzaza, en la provincia de Zamora Chinchipe, tiene mucha relevancia, considerando que en nuestro país y, particularmente, en la provincia de Zamora Chinchipe, convergen varias culturas, como los, pueblos Saraguro, Shuar, Afro descendientes e hispanos están poco se va perdiendo su identidad cultural.

Una formación académica de 4 años en distintas áreas de la comunicación permite poner en práctica los conocimientos y a la vez generar información útil para un grupo de la sociedad.

Además, el medio de comunicación local, Televisión Católica Los Encuentros se han convertido en el instrumento más próximo para generar propuestas y cubrir expectativas, tanto desde el ámbito político, empresarial, social y personal. Existe la predisposición de los directivos y propietarios de Televisión Católica “Los Encuentros” para apoyar la propuesta. El canal se ha comprometido a asignar recursos técnicos y humanos en el presente proyecto.

Las agrupaciones sociales de base de las comunidades San Vicente de Caney de la parroquia Chicaña, en el cantón Yantzaza, quieren ser

consideradas en propuestas de comunicación para ser difundidas en medios de comunicación televisivos.

Las propuestas que surjan a raíz de la investigación pueden servir como matriz para otras provincias del país, y otros países de la región, con los cuales compartimos estas realidades. Con ello también, se cumplirá con la agenda nacional para la igualdad de nacionalidades y pueblos, que está vigente desde el año 2013. Este trabajo investigativo será un importante aporte para que la sociedad reflexione la importancia de la identidad cultural.

d. OBJETIVOS

GENERAL:

- Determinar como la producción televisiva incide en los Pueblos y Nacionalidades Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza.

ESPECÍFICOS:

- Fundamentar teóricamente la falta de programas de televisión para los Pueblos Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza.
- Diagnosticar la falta de programas de televisión para los Pueblos Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza.
- Plantear una propuesta alternativa: Producción de un programa cultural, para los Pueblos Indígenas Saraguro del cantón Yantzaza.
- Aplicar la propuesta alternativa Producción de un programa cultural, para los Pueblos Indígenas Saraguro el cantón Yantzaza.
- Evaluar el impacto que genere la producción de programas culturales en para los Pueblos Indígenas Saraguro el cantón Yantzaza.

ESQUEMA DEL MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

- La televisión.
- La televisión como medio de comunicación.
- La producción audiovisual.
 - Preproducción.
 - Producción.
 - Postproducción.
- Géneros televisivos.
- Programas culturales.
- Los medios de comunicación en Zamora Chinchipe.

CAPITULO II

- Pueblos y Nacionalidades.
- Historia de la llegada de los Saraguro a Zamora Chinchipe.
- Estructuración de las Organizaciones Indígenas.
- Identidad cultural.
- Pueblos y nacionalidades en medios de comunicación.
- Dimensión cultural del desarrollo.

CAPITULO III

- Propuesta Alternativa..
- Tema.
- Introducción.

- Fundamentación teórica.
- Justificación. (2 actores)
- Objetivos.
- Desarrollo.
- Cronograma. (rodaje)
- Presupuesto.
- Conclusiones y recomendaciones.
- Bibliografía.
- Anexos.

f. MARCO TEÓRICO.

CAPÍTULO I

LA TELEVISIÓN.

Como lo menciona en su libro *siéntate a ver televisión*, Johana Lordury Miranda (2011 pág.13) Nos encontramos viviendo en la época de lo visual, la televisión es un medio que pertenece a este orden, como Cohen-Sèat y Fougeyrollas (1980) lo exponen, presentando este universo como un conjunto de nuevas modalidades de información. Nos enfrentamos a una cultura diferente, una cultura influenciada por lo verbal, oral u escrito, el verbo ha constituido, el pensamiento humano. La televisión como el cine rompen esta tendencia, el orden de lo verbal, para incluir en el mundo, el orden de lo visual, vale aclarar que lo verbal aún es un modo de expresión, pues el verbo es irremplazable.

Lo visual juega un papel trascendental, si bien lo visual fílmico va acompañado de elementos verbales hablados con elementos sonoros. La preocupación es que muchos de los contenidos expuestos a los niños televidentes es para generar ingresos en una compañía, para vender una marca o un estilo, para promocionar productos y no pensando en el aprendizaje o el impacto que la TV y su poder tiene en ellos. La TV como medio de comunicación con poder genera necesidades, es un instrumento y herramienta para el marketing de bienes, servicios y productos, manejan los

monopolios comerciales, no solo para satisfacer las demandas de los consumidores, si no para crear en ellos necesidades

La televisión está considerada como uno de los medios de mayor importancia, su poder, están grandes que puede llegar a persuadir e incluso cambiar las costumbres de la sociedad. En la actualidad nos permite vivir acontecimientos importantes que se presentan en el mundo.

Si partimos desde el hecho que el hombre por naturaleza siempre ha buscado comunicarse, los medios de comunicación se han convertido en la herramienta necesaria para hacerlo. La televisión le ofrece una posibilidad ampliada porque utiliza todos los sentidos del mismo para cumplir este fin.

El éxito que tengamos como comunicadores para hacer que el mensaje sea recibido y aceptado por nuestra audiencia dependerá en gran medida de la habilidad para realizar y producir un programa. Un aspecto importante a tener en cuenta y que quizá los medios de comunicación no le han prestado interés es lo que realmente quiere nuestra audiencia.

La realidad social, el entorno en que vivimos, nuestra cultura, costumbres, tradiciones, son lo realmente importante. Muchas veces los medios de comunicación se crean la idea equivocada que la audiencia lo único que quiere ver son los prototipos de personas; autoridades, personajes importantes, modelos, estrellas de fútbol, etc. Las experiencias señalan que cualquier medio de comunicación sea este de carácter nacional, internacional o aquel que produzca contenidos especializados no puede

competir con medios locales o regionales que cubran y transmitan actividades desde sus propias comunidades.

La televisión como medio de comunicación.

Según Juan Tomás Frutos (2003 Pág. 3), escribe que "No olvidemos que para que exista comunicación tiene que haber diversos elementos y circunstancias, como es: la reciprocidad entre emisor y receptor"

Como señaló una vez Habermas: "El mundo de la vida es el lugar trascendental donde se encuentra el hablante y el oyente, donde de modo recíproco reclaman que sus posiciones encajan en el mundo... y donde pueden criticar o confirmar la validez de las pretensiones, poner en orden sus discrepancias y llegar a acuerdos".

Muchos estudiosos critican el echo, que los medios de comunicación hoy en día únicamente son medios a través de los cuales se difunde un mensaje, este mensaje implica un contenido direccionado desde quien lo realiza. Además un objetivo que más informar o generar interrelación pretende direccionar al televidente en el mismo pensamiento que el creador del mensaje emitió.

Según el mismo Tomas, "**En la televisión se observa la realidad del mundo, tal y como es, que llega hasta nuestros hogares**". No hay nada más que contemplar las programaciones diarias para entender que no es así.

Cada producto audiovisual que se transmite en la televisión tiene una intención, la intención de cambiar el modo de pensar o influir en la toma de una decisión. Los medios de comunicación, sean estos radio o tv entre sus objetivos principales esta informar, educar y entretener, lamentablemente no siempre se cumple con estos principios. Durante décadas la televisión ha empezada a ganar terreno frente a otros medios de información, siendo así el compañero fiel en cada uno de los hogares.

Como señala Joseph R. Dominick en su libro Dinámica de la comunicación masiva octava edición, define a la televisión como un medio de comunicación universal. Puesto que cerca del 99 por ciento de los hogares tienen por lo menos un televisor; de hecho, en la mayoría de ellos hay más de uno. (pág. 263)

La televisión se ha convertido en el medio de comunicación dominante, sobre todo en el ámbito de la información y el entretenimiento. Los resultados de encuestas indican que la gente prefiere la televisión a la hora de conocer las noticias. La industria de la televisión nacional se ha visto afectada por la creación de las grandes cadenas de cable y el auge del internet.

Por ello, se considera que el medio de comunicación debe tener presente, el propósito de creación. En muchas ocasiones se deja de lado misión y visión del medio, conociendo que éste, fue creado con el fin de informar y permitir una libertad de información a través de la expresión de la voz

ciudadana. Nos centramos a mostrar una realidad personalizada y no permitimos el acceso de actores sociales, no reflejamos la realidad.

Sin embargo el medio de comunicación en la actualidad disfraza la realidad de acuerdo a las conveniencias de sus socios, Es inimaginable pensar que un echo pase sin la venia del propietario del medio, que dicho sea de paso no siempre es un comunicador.

La producción audiovisual.

La planificación en producción televisiva

Para Jorge Martin Guzmán (2013 pág. 89) “La pre producción es la etapa del proceso que permite la organización de los diferentes elementos que componen la producción, abarca desde la concepción de la idea del programa hasta los últimos ajustes previos a la grabación”

Muchos autores coinciden que la fase más importante en una producción es la preproducción. Una buena producción refleja el trabajo previo del equipo, el éxito o fracaso son el resultado de sendas reuniones de planificación. Una preproducción bien trabajada asegura un trabajo, maximiza recursos, optimiza tiempo y dinero.

En la preproducción audiovisual, los principales factores a considerar son: idea, objetivo y público del programa; diseño del presupuesto; creación del plan de producción; personal o equipo humano; equipo técnico; scouting o búsqueda de locaciones; equipo para la postproducción; guión; vestuario y

ambientación; otras necesidades e imprevistos.

El personal o equipo humano que trabaje en el proyecto hace la diferencia. En ésta producción no existirán cargos como un director de cámaras o un utilero, etc. Ya que no serán necesarios, además, al ser este un programa de producción simple, busca que los integrantes del equipo humano sean pocos y puedan desempeñar varias funciones.

Lo que se pretende con el personal es que todos sus integrantes trabajen de una manera lineal, es decir, que cada uno de ellos, mediante sus capacidades y virtudes desempeñen varios o cualquier tipo de función, o a su vez, que se puedan desenvolver en conjunto.

En provincias pequeñas y de forma particular en medios “pequeños”, se cuenta con pocos recursos económicos para contratar personal especializado, es importante que cada integrante del equipo pueda asumir más de una responsabilidad. Si bien es cierto que esta propuesta no es la ideal sin embargo es aplicable a medios de comunicación con bajos presupuestos.

Guillermo Sierra en su documento producción audiovisual competencias en TIC, menciona que “La preproducción es la etapa más trascendental en el proceso de producción audiovisual”. En este momento del proceso se fijan los elementos estructurales del trabajo de filmación y se define el equipo técnico y artístico que será parte del proyecto. Es cuando más minuciosamente se deben preparar todos los elementos que conformarán

una película, dado que, mientras mejor previstos estén, menores serán los riesgos que se corran, tanto artísticos como económicos.

El guión.

Una producción audiovisual nace a partir de una simple idea, de una obra literaria o un acontecimiento real. Lo que llamaremos en general guión deberá pasar por diferentes procesos de escritura para obtener una obra concisa y particular que será la **guía de todo el proceso de producción audiovisual**.

Idea: es el punto de arranque de una historia. Se escribe en un par de líneas y refleja lo que quiere decir el autor.

Tratamiento: abarca entre 35 y 50 carillas. Describe a todos los personajes, narra las situaciones y las acciones, la relación que existe entre ellos, la atmósfera y los escenarios donde transcurre la historia, así como los tiempos y los puntos de transición. Define la estructura narrativa marcando un género y un estilo propio.

Guión literario: es la fase final del guión. Debe crear situaciones y contener la descripción de diferentes factores, como el espacio y el tiempo en que suceden las acciones, el carácter de los personajes, la atmósfera, los lugares en donde transcurrirá y todos los detalles que componen la historia. Debe dar una idea concreta de los sucesos y en orden cronológico, y su lectura generar interés, para lo que es preciso ser concreto, explícito, descriptivo y ameno.

El guión literario se divide en secuencias y en escenas numeradas: se especifica si la acción se desarrollará en exteriores o interiores, durante el día o en la noche, y se añade el escenario (locación), sin incluir las especificaciones técnicas de rodaje. Incluye los diálogos de los personajes así como las narraciones en off.

Casting.- La etapa del casting corresponde a la búsqueda de actores; comienza en el momento de realizar la convocatoria y termina cuando ya se los ha elegido. Una vez concluida la selección, se distribuyen entre los actores copias del guión de la película. A su vez, el equipo de vestuaristas toma sus medidas para comenzar a confeccionar el vestuario. También se establecen fechas para los ensayos con el director.

Storyboard.- La primera fase para poder visualizar el proyecto es idear un storyboard o guión gráfico. Este consiste en una representación gráfica, sea dibujo o fotografía, de cada escena de la película. El objetivo es poder pronosticar, dentro del espacio de cada escena, algunos problemas técnicos que puedan aparecer durante el rodaje, y conocer los límites y particularidades de cada espacio en el que se llevará a cabo la filmación.

El guión técnico.- es la parte técnica de cada toma; se conforma a partir de: Secuencia, toma, tipo, descripción y audio del plano.

El plan de rodaje- tiene como objetivo organizar la grabación, de modo de hacerla lo más fluida posible, logrando un buen aprovechamiento de los tiempos.

Presupuesto.- El costo real total del proyecto queda plasmado en la elaboración de un presupuesto que incluya todos y cada uno de los gastos que se prevé hacer. Dicho presupuesto se completa durante el transcurso de la producción. Se recomienda dejar un margen de error, es decir, una caja chica para los imprevistos que puedan surgir.

Recursos técnicos.- Los recursos técnicos dependen de los dispositivos tecnológicos a utilizar. Por ejemplo, si se trata de una producción digital, los requerimientos estarán definidos por el tipo de cámara, las luces, la escenografía, etc., que se necesiten para lograr la mejor calidad posible. Si comparamos una producción digital con una en celuloide, veremos que la primera necesita menos recursos técnicos, ya que la tecnología digital facilita el proceso de producción.

Recursos humanos.- Los recursos humanos de una producción audiovisual se fijan a partir de un listado de todas las personas que van a participar en ella. En función de esa lista, se divide al personal por rubros, cada uno de los cuales deberá tener un jefe que se responsabilice de todo lo relacionado con su área. En la producción audiovisual se distinguen los siguientes rubros:

- Producción
- Dirección
- Fotografía

- Iluminación
- Dirección de arte, maquillaje y vestuario
- Audio
- Postproducción

Producción y rodaje

Según lo señala Jorge Martín Guzmán en su Tesis Producción de un Programa, (2013, pág.101). La producción es la etapa donde ya se pone todo en escena, es decir, es donde ya intervienen las cámaras y los micrófonos, es la parte en que se graba lo que se quiere mostrar y que posteriormente pasará por un proceso de montaje y finalmente la edición.

Precisamente, el equipo de producción es el primero en llegar a la locación. Es el responsable de que todo esté preparado antes de que comiencen a arribar los demás integrantes del proyecto. Lo más conveniente es montar una pequeña oficina de producción, pero, si no es posible, se puede utilizar un coche. Es importante llevar la documentación que se empleará en el transcurso de todos los días de rodaje. Los elementos a tener en cuenta por la producción durante la jornada de filmación son:

- El plan de rodaje;
- La planilla de orden del día;
- El informe de producción;

- La lista de teléfonos del equipo;
- Las copias del guión;
- Las copias del storyboard;
- Los planos de las locaciones;
- La caja chica;
- El botiquín de emergencias;
- El informe meteorológico;
- Las copias de los contratos y habilitaciones para filmar.
- Al comenzar el día, el equipo deberá controlar:
- El estacionamiento para los vehículos de la producción;
- Los lugares designados para cada rubro;
- La seguridad;
- La preparación del catering;
- El horario de llegada de todo el personal.
- Al finalizar el día, la gente de producción se ocupará de:
- Repartir el plan de rodaje del día siguiente;

- Recibir informes de sonido, de cámara, del asistente de dirección;
- Controlar el material que se usó y el que se utilizará el día siguiente;
- Recargar baterías de todos los equipos;
- Pedir el catering del día siguiente;
- Resguardar el equipamiento utilizado y a utilizar;
- Revisar y limpiar el set (lugar en el que se realiza el rodaje).

Se recomienda realizar como mínimo tres tomas de cada plano para poder elegir la mejor en la edición. Al pasar a la siguiente toma, es necesario efectuar algunos controles, tales como el movimiento de la iluminación o modificaciones de lente. El asistente de dirección hace un estudio minucioso de los posibles cambios que pudiera notar un espectador –esta tarea también la suele realizar un operador llamado continuista– y por último, para comenzar a grabar, se vuelven a repetir los controles ya especificados.

Durante el rodaje, se harán anotaciones que servirán para repetir los planos, diferenciarlos unos de otros, conocer cuánto celuloide se ha gastado, saber cuál es la toma buena, etcétera. Cada departamento técnico anotará en su propio reporte los datos más importantes de cada toma para elevarlo finalmente al productor, quien discutirá junto al director la manera en que seguirá el rodaje al día siguiente.

Postproducción

La post producción según lo señala Vanessa Paladines (2009, pág.101) consta fundamentalmente de una actividad de prensa, envío de gacetillas, promocionales de los contenidos y la edición previamente seleccionada.

La post producción empieza cuando se completa la grabación y continúa hasta que el programa esté listo para que la cadena lo emita.

En fase de postproducción se trabajará tanto en la edición o montaje, como en los efectos de sonido. El productor, el director y el editor van a ser las personas que estén trabajando en esta última etapa de producción. El editor selecciona, corta y empalma las tomas marcadas como buenas por el asistente de dirección y, teniendo en cuenta las indicaciones del director, se ajustan los cortes de los planos para lograr el producto final. En lo que respecta al sonido, el encargado se ocupará de trabajar con varias bandas o pistas de audio, para después hacer la mezcla final.

Edición digital.- En la edición digital se pueden agregar o quitar objetos de una escena. Por ejemplo, se pueden “ocultar” los cables de la cámara, así como también es posible hacer animaciones sobre el original. Este tipo de efectos son muy costosos para una edición de laboratorio.

Se recomienda que el director esté descansado a la hora de trabajar en la edición. Es necesario que se tome unos días para alejarse del estrés que provoca el rodaje. Al ser la persona que más tiempo viene dedicándole al proyecto, es conveniente que comience a trabajar en la isla de edición con la mente renovada.

Géneros televisivos.

Según lo señala Juan Tomás Frutos (2004 pág. 6): Podemos afirmar que todos los géneros se engloban en una de estas dos categorías: *ficción* y *realidad*. De entre los géneros que componen la parrilla de cualquier cadena de televisión, sin duda alguna la ficción, en todas sus modalidades, es la que más horas de programación abarca. Aunque de presencia variable según la franja horaria o el día de la semana, lo cierto es que en el cómputo semanal de cualquier temporada podemos estimar que existe entre un 30% y un 35% de dicho género en la oferta televisiva.

Otros autores consideran que el principal papel de la televisión es informar, formar y entretener, actualmente en la televisión Ecuatoriana se tiende a ser productos híbridos en los que por lo general se los considera magazines. En tipo de programas se usan entrevistas, tertulias, reportajes, humor, etc.

Los géneros televisivos son los mismos que los géneros periodísticos en general, si bien se destacan los telediarios como género informativo por excelencia en la televisión, y es el formato que menos ha cambiado en 50 años de vida. El boletín informativo es una noticia rápida que suele informar de "qué" y "dónde", dejando los interrogantes restantes para la hora de emisión. Todo ello en lo concerniente a los informativos diarios. Respecto a los informativos no diarios, destacan:

- Programas de información general, que suelen ser reportajes.
- Programas culturales, crónicas, entrevistas.

- Programas de entrevistas.

- Programas de debate.

Con estas consideraciones, en el presente trabajo centraremos nuestra atención en los que son los programas culturales, puesto que el objetivo mismo del proyecto apunta a la difusión de programas para sectores específicos, (pueblos y nacionalidades).

Programas Culturales, crónicas entrevistas

Para Valerio Fuenzalida (2010 pág. 12). La televisión ha pasado a ocupar un lugar privilegiado en la sociedad, dinamizando o alterando procesos económicos, irrumpiendo en los espacios políticos, efectuando lecturas diferentes de la cotidianidad que nos rodea, expresada en la producción de diversas formas de producción de mensajes, pero también en la instalación de un modo de vinculación con sus públicos, que no se ha llegado a interpretar en toda su significación. De allí la abundancia de estudios que han intentado "medir" el impacto cultural de la televisión como medio.

Si bien es cierto se habla de entregar un mayor aporte, son pocos los canales que se autodefinen en estos términos. Para que un medio de comunicación genere una interrelación debe entender al término cultura como la suma total de las actividades humanas, ciencia, creencias, moral, leyes, costumbre y hábitos adquiridos por el hombre en una sociedad.

Estos trabajos han mostrado en muchos casos limitaciones de enfoque que han impedido una comprensión cabal de los niveles y planos que son preciso contemplar cuando se pretende entender la influencia cultural de la televisión.

La televisión, como medio de comunicación, ha sido causa de constantes críticas, tanto negativas como positivas, desde el momento de su aparición. En cuanto a las críticas negativas, las más reiteradas están referidas a su programación, la que es calificada, por algunos críticos, como mediocre. Este aspecto podría considerarse como una influencia.

La cultura y su expresión diversa tiene una dimensión como proceso evolutivo y otra como resultado, es decir como fuente de expresión, creación e innovación. Son muy pocos los esfuerzos que realizan los canales de televisión del País en materia de programación cultural. En televisión crisis y creatividad son sinónimos, por una parte en cuanto a la creatividad existe poca renovación.

Los medios de comunicación televisivos en la Zamora Chinchipe

Según señala, un documento histórico de TV Católica Los Encuentros editado en el año 2005. Es el primer canal televisivo de origen zamorano chinchipense y pertenece a la familia de los canales de televisión ecuatoriana. Cuenta con la autorización de operación, aprobado por el entonces, Consejo Nacional de Radio y Televisión –Conartel (ARCOTEL). Opera en la frecuencia canal 4, desde el año 22 de agosto de 2002. Con esa

frecuencia cubre los cantones de El Pangui, Yantzaza, Centinela del Cóndor, Paquisha y, la parte alta del cantón Nangarítza.

Cuenta con la renovación de frecuencia obtenida el 9 de noviembre del 2012, puede operar hasta el año 2022. Asimismo, cuenta con una repetidora para laborar, provisionalmente, en el cantón Zamora. La frecuencia asignada para este cantón, es canal 5 VHF.

El objetivo principal de este medio de comunicación social, es difundir el mensaje cristiano y humano, a través de programas locales que abordan temas desde el contexto en que vive su audiencia. De esta manera, ofrecemos nuestro aporte al desarrollo, promoción humana y formación de buenos ciudadanos. Luchar por mantener la autonomía de nuestra imagen frente a las actividades partidistas o clasistas, es la política de nuestro accionar.

Los medios locales, a diferencia de los de alcance nacional, es que se convierten en instrumentos de participación con los ciudadanos en temas que atañan a la comunidad; este aspecto le ha proporcionado una personalidad diferenciada y, por ende, una teleaudiencia fiel.

Priorizar la difusión de programas que contengan utilidad práctica, requiere de una gran inversión y, justamente, esa es nuestra aspiración como medio local. Estamos convencidos que de esta manera el telespectador podrá conocer más sobre su realidad circundante y, por tanto, le permitirá estar apto y preparado para responder con mayor eficacia a su entorno.

Implementar nuevos programas en nuestro canal requiere, sin lugar a duda, la intervención de organismos e instituciones interesados en fomentar la educación a través de medios audiovisuales, establecer convenios interinstitucionales de cooperación mutua es nuestro interés.

Televisión Católica “Los Encuentros” tiene una **visión mediadora, independiente y plural**; pues, constituye un elemento de participación ciudadana. Estos valores aseguran el ejercicio de un periodismo progresista y, por lo tanto, nos permite continuar luchando para mantenernos en uno de los lugares preferenciales del televidente zamorano chinchipense.

CAPÍTULO II

LOS PUEBLOS Y NACIONALIDADES.

Según lo señala la Red de Comunicadores Interculturales Bilingües del Ecuador, REDCI en el artículo publicado el 27-05-2013. En el Ecuador coexisten 14 nacionalidades indígenas quienes hablan sus lenguas ancestrales, que luego de una permanente lucha lograron que en la Constitución Política del Estado aprobado en 2008, sea declarado Estado Plurinacional e Intercultural. El estado Ecuatoriano, continúa renuente a permitir que los pueblos originarios ejerzan en la práctica sus derechos como lo ampara la misma constitución política vigente, así como las normas internacionales como el Convenio 169 de la OIT. Se ha implementado espacios aún incipientes como educación intercultural bilingüe donde no hay participación de sus actores, áreas como el de salud intercultural que aún

queda en tan sola la intención por no contar con apoyo requerido y el CODENPE (Consejo de Desarrollo de Pueblos del Ecuador), que es reducido a un organismo de cuarto orden dentro de la estructura del Estado.

Tres son las principales organizaciones que se han destacado a nivel nacional. La FEINE, de tendencia religiosa evangélica que conciben a sus bases como microempresas, con su brazo político Amawta Yuyay; la FENOCIN, vinculada al partido socialista y desde su origen no se ha desligado del carácter "campesino" de sus bases. Finalmente está la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, CONAIE, que aglutina a las nacionalidades ubicadas en las tres regiones del país: región litoral o costa (Epera, Chachi, Tsachila y los quichua del litoral que producto de la constante migración están radicados en dichos espacios); región interandina o sierra (con su pueblos Pastos, Natabuela, Karanki, Otavalo, Kayampi, Kitu, Panzaleo, Chibuleo, Tomabela, Kisapincha, Salasaca, Waranka, Nación Puruhá, Cañari, Saraguro); y, Región amazónica o Amazonía (Wao, Sapara, Siona, Secoya, Cofán, Shuar, Shiwiar, Achuar, Andoa y Quichua Amazónico).

Los espacios para el ejercicio de los derechos a la comunicación para los pueblos indígenas, siguen siendo aún incipientes. Hay un noticiero de televisión en quechua o quichua, cuyos contenidos responden a la política del canal y no de las nacionalidades; el Canal de Televisión Estatal y la Radio Pública del Ecuador no refleja la existencia de la diversidad cultural. Si bien a nivel político y organizativo el movimiento indígena incluso ha logrado

deponer gobiernos en tres ocasiones, sin embargo en el ámbito de la comunicación no registra iniciativa alguna sino propuestas individuales o retos que tiene su origen en organizaciones aún locales.

Este es el contexto en que la Red de Comunicadores Interculturales Bilingües del Ecuador, REDCI, incursiona con su aporte basado en el uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, TICs, que figura entre sus políticas institucionales el apoyar el proyecto político de las nacionalidades y pueblos indígenas del Ecuador, que permita su fortalecimiento y participación de en el Estado Plurinacional; generar procesos de información y comunicación para que las nacionalidades y pueblos ejerzan como derecho humano, a partir de su identidad cultural; posibilitar iniciativas locales, regionales, nacionales e internacionales de integración y resistencia de los pueblos indígenas para no ser relegados por prácticas de globalización y neoliberalismo.

Estructuración de las Organizaciones Indígenas

María Eliza Tamariz (2010 Pág. 26), señala que a partir de esta etapa empiezan a surgir las organizaciones indígenas, como es el caso de la Federación Ecuatoriana de Indios (FEI), que surgió en 1926, auspiciado por el Partido Socialista, con el objeto de reivindicar el “derecho a la tierra para quien trabaja”. La actual FENOCIN nace como una organización campesina clasista, con el nombre de Federación Nacional de Organizaciones Campesinas (FENOC), sin embargo desde que se dieron otros procesos en

el contexto de la identidad, los mismos se van desarrollando en la palabra campesinas por “campesino-indígena”, formando las sigla FENOC-I, y posteriormente cuando la CONAIE plantea su tesis de la Plurinacionalidad, sustentado en la tesis del Estado pluriculturalidad de indígenas, blanco mestizos y negros se modifica las siglas de FENOC-I a FENOC-IN, incluyendo también a la población negra, enfatizando su composición intercultural.

Menciona Pablo Ortiz en su estudio Espacio, Territorio e Interculturalidad (2012, pág.259); Se reconocen numerosos tipos de organización, empezando desde la influencia familiar, por el número de familiares y también aquellas que tienen sus mismas costumbre y tradiciones.

Y han sido cientos de luchas en la calle que han permitido que su voz sea escuchada, sin embargo también han sido producto de burla de líderes sindicales que a so pena de reivindicaciones lograron escalar posiciones económicas y de poder frente al gobierno. Luis Macas dirigente indígena en uno de sus artículos publicados en el portal web del Instituto Científico de Culturas indígenas año 2002 señalaba que. “Uno de los valores profundos que los pueblos indígenas ostenta hasta el día de hoy, sin duda alguna, es su capacidad de resistencia frente a las adversidades de la colonia europea: ante la explotación económica, la opresión política, el estado de exclusión y discriminación social. Perviven valores, conocimientos, sabidurías, pero sobre todo, aún están vigentes instituciones culturales, económicas y políticas propias, a pesar de todas las adversidades”.

Las organizaciones sociales de base sin embargo es lo que ha permitido mantener en las comunidades indígenas, unidad, fuerza, la misma espiritualidad indígena, su cosmovisión.

En cuanto al movimiento indígena la misma autora señala que en el Ecuador logra su máxima expresión ese mismo año con el Consejo de Coordinación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador CONACNIE, la misma que en 1986 se convierte en la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador CONAIE; quien consigue entre sus logros fundamentales, la creación de la Dirección de Educación Intercultural Bilingüe (1988), la creación del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), avanzar con la reforma constitucional del estado y del convenio 169 de la OIT con el fin de ir concretando algunos derechos en varios campos en el contexto del Estado Plurinacional y de la afirmación y fortalecimiento de las Nacionalidades y Pueblos con su propia autonomía y autodeterminación, consiguiendo el desarrollo y aplicación de los derechos colectivos de los pueblos y nacionalidades impartidos en la Constitución (1998), como el respeto a los convenios internacionales, como el 169 de la OIT, la recuperación y control de los territorios y de sus recursos naturales, el fortalecimiento de la identidad cultural de los pueblos, logrando el reconocimiento al Ecuador como un Estado Pluricultural, con sus propias formas de organizarse, costumbres, culturas y lenguas.

Antecedentes de los derechos colectivos

Según lo señala, La Constitución Política del Ecuador en la Sección primera; De los pueblos indígenas y negros o afroecuatorianos Art. 84. reconoce la diversidad de las nacionalidades y pueblos, los idiomas ancestrales como de uso oficial y cotidiano; la práctica de medicina ancestral y alternativa; el ejercicio de la administración de justicia al interior de nuestras comunidades y centros; a tener nuestro sistema de educación intercultural bilingüe; la conservación de la propiedad de nuestras tierras comunitarias; la participación en el uso y administración de los recursos naturales como el agua, bosques, etc., que se encuentren en nuestro territorio; a que nos consulten para la explotación de los recursos naturales como minas, petróleo, etc.; la indemnización a nuestras comunidades por daños ocasionados a la naturaleza por la explotación de los recursos; la conservación y generación de nuestras formas de organización social; el fortalecimiento de nuestros gobiernos locales y comunitarios; la propiedad intelectual colectiva de nuestros conocimientos y saberes; la conservación de nuestros lugares sagrados y rituales; la participación de nuestros representantes y compañeros en los organismos del Estado; el uso de nuestra propia vestimenta y símbolos de identidad; el reconocimiento de nuestra territorialidad.

En nuestro País, los derechos colectivos llamados también Derechos de tercera generación, aparecieron en la segunda mitad del siglo XX, con el objeto de proteger el bienestar de las comunidades, estos derechos pueden ser para toda la comunidad de un país o para un conjunto de pueblos, como

por ejemplo, en nuestra legislación se garantiza a todos los Ecuatorianos el derecho a un medio ambiente sano y en caso de los pueblos indígenas reclaman derechos específicos que les sirven a ellos.

La Constitución Ecuatoriana reconoce a los pueblos indígenas los derechos colectivos a desarrollar y fortalecer libremente su identidad cultural, propiedad, participación, educación bilingüe, el derecho a mantener, a no ser objeto de discrimen; conservar la imprescriptible propiedad de sus tierras; mantener la posesión ancestral de tierras y territorios; participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales que se hallen en sus tierras. Estos derechos se extienden, en lo aplicable, a los pueblos negros o afro ecuatorianos, para quienes su historia al igual que la de los pueblos indígenas.

Identidad cultural

Según lo menciona, Glenda Guale en su tesis sobre (2012, pág. 40). Cada cultura representa un conjunto de valores únicos e irremplazables, ya que las tradiciones y formas de expresión de cada pueblo constituyen su manera más lograda de estar presente en el mundo.

No obstante existe preocupación por la diversidad cultural, ahora el mantener la diversidad cultural es un verdadero reto. La globalización empieza a desintegrar comunas y asentamientos pequeños puesto que se encuentran indefensos ante las intromisiones culturales de los colonos. Además de dejar de lado su sistema de educación tradicional que se lo

hacia de padres a hijos.

La afirmación de la identidad cultural contribuye a la liberación de los pueblos. Cualquier forma de dominio menoscaba o termina dicha identidad. La identidad cultural es una riqueza que dinamiza las posibilidades de la realización plena de la especie humana, su historia, su pasado fortalece el desarrollo, además de ser parte del patrimonio común de la humanidad.

La posición de los indígenas frente a la autodeterminación es la última. Siempre han defendido, con mayor o menor énfasis, su derecho a tener formas propias de organización, su propio sistema de educación, al uso de la lengua materna para funcionales oficiales y familiares similares al español; el derecho a preservar su cultura y su identidad y a participar en el gobierno y en los cargos públicos, como todos los otros ciudadanos, en igualdad de condiciones; a mantener su derecho consuetudinario.

No es ni ha sido, por tanto, su aspiración la creación de varios estados dentro de otro estado, sino que defienden la plurinacionalidad dentro de la unidad, por lo que no es sinónimo de separatismo o aislamiento de un pueblo o nacionalidad dentro del Estado; al contrario, supone el establecimiento de condiciones que le permitan a un pueblo o nacionalidad poder llevar su vida con libertad y poder decidir sobre su futuro en igualdad de condiciones que todos los demás habitantes del país.

Pueblos y nacionalidades en medios de comunicación

Según manifiesta Doris Solís (2014, Pág. 34) Los estudios que analizan la

representación mediática o la percepción pública de los pueblos y nacionalidades son escasos en nuestro País. Existen documentos de otros países en los que en el análisis de contenido de los programas de televisión, se evidencia discriminación respecto a los indígenas, en cuanto uso peyorativo de su imagen motivada por su pertenencia a grupos particulares, reconocida como reprobable pero no existe una sensibilidad para objetar o censurar dicha forma de discriminación. Los medios de comunicación difunden una imagen ridiculizada con la cual los indígenas son representados. Su habla y vestuario consolidan los estereotipos sobre estos grupos, tratados de modo burlón y despectivo.

Evidentemente el tratamiento de estos temas en los medios de comunicación siempre han sido vistos desde el ámbito comercial, no obstante, es el estado el llamado hacer respetar los derechos de los pueblos y nacionalidades y grupos minoritarios. No están cierto que la imagen de los Indígenas no ha estado presentes en estudios y más aún en medios de comunicación, desde años grandes grupos de poder han estado organizando, incitando y llevando a sendas manifestaciones que incluso han llegado a desestabilizaciones de gobierno.

El hecho no pasa por que no hayan sido considerados por estudios o más aun por medios de comunicación, el hecho es que han sido utilizados como escudo de lucha frente a poderes sean estos de estado o económicos. Lo que se busca es que sean reconocidos plenamente pero por lo que son su cultura, tradición, y riqueza histórica.

Según lo señala Solís. El tratamiento del indígena puede ser englobado como estereotipado y discriminatorio. También se apela a la superficialidad que aplanan cualquier peculiaridad o especificidad de estos grupos. La supremacía del blanco sobre el indígena queda sugerida y también la supeditación de su cultura al modelo occidental de desarrollo capitalista y sus símbolos.

En Ecuador, al igual que en otros países, se han plasmado avances en la promoción para la erradicación de la discriminación racial y exclusión étnica; avances que abarcan el tratamiento de estas temáticas en los medios de comunicación. Así, en el año 2009, se difundió el Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural, en el cual se incluye un diagnóstico del tratamiento comunicacional de la imagen de los pueblos afroecuatorianos señalando que «constantemente en algunos programas de televisión el fenotipo y las manifestaciones afrodescendientes son ridiculizados, estereotipado.

No está por demás decir que El Plan Plurinacional incluye en su plan estratégico, lo relacionado a la educación, comunicación e información, apuntando a la responsabilidad que tienen los medios de comunicación en la reproducción de prácticas racistas, por lo cual es prioritario un giro en líneas editoriales que promuevan una cultura fundada en el respeto a las diferencias y a la interculturalidad.

Dimensión cultural del desarrollo.

Consta en el Plan Nacional de Cultura del Ecuador: Un camino hacia la revolución ciudadana desde la cultura que (2007, pág. 11); Más allá de los números, lo relevante para el país es que la población ecuatoriana tiene una característica central: su gran etno-diversidad, y que la relevancia de la población indígena, afroecuatoriana y blanco-mestiza está en la trascendencia histórica que tiene su presencia, su organización y sus aportes para la construcción de una identidad nacional en la diversidad.

Por otro lado, en términos etéreos el Ecuador es un país habitado fundamentalmente por niños y jóvenes (6 de cada 10 ecuatorianos es menor de 30 años). Un porcentaje importante de nuestra población, el 10 % comprende al grupo denominado de la tercera edad (mayores de 60 años).

Otros aspecto de singular importancia es el enfoque de género, así como la presencia de otros sectores y grupos humanos en los procesos de consolidación identificaría y del desarrollo sociocultural del país.

En términos generales podemos decir que los derechos culturales son aquellos que garantizan el desarrollo libre, igualitario y solidario de los seres humanos y de los pueblos para simbolizar y crear sentidos de vida que les permite comunicarse e interactuar con otros individuos y grupos sociales.

El verdadero desarrollo no es aquel que se consigue mejorando la economía, el verdadero desarrollo es aquel en el que se involucra al hombre en el centro de este proceso. El desarrollo debe propender siempre con una adaptación de características particulares de cada uno de los

pueblos y no insertar otras ajenas a sus orígenes.

Un pueblo sin raíces, es un pueblo sin destino. El crecimiento de un pueblo se mide desde distintas aristas, en términos cualitativos no cuantitativos, es decir, la satisfacción de las aspiraciones espirituales y culturales que tiene el hombre.

El desarrollo verdadero persigue bienestar la satisfacción constante de toda una sociedad. El fin es un desarrollo pleno de la persona como tal en su dignidad individual en su responsabilidad social. Proporcionar a todos los hombres la oportunidad de realizar un mejor destino supone ajustar permanentemente el ritmo del desarrollo.

METODOLOGÍA.

El presente trabajo de investigación. **LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y SU APOORTE PARA LOS PUEBLOS INDÍGENAS SARAGURO DEL CANTÓN YANTZAZA, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE-** la realizaré considerando a los siguientes actores sociales; a la comunidad de Saraguro residentes en San Vicente de caney, y a los directivos de TV Católica Los Encuentros.

MÉTODOS:

Para la realización del presente trabajo utilizaremos los siguientes métodos.

CIENTÍFICO.- Nos guiará durante todo nuestro trabajo, iniciando por el planteamiento del problema, permitiéndonos explicar la realidad y contrastar

con los comportamientos que se presentan en las comunidades. Así como en el medio de comunicación. Usando la teoría en la práctica.

INDUCTIVO.- Es necesario porque nos permite analizar el problema desde un contexto general para llegar a conclusiones particulares. Es uno de los e instrumentos científicos de mayor uso, partiendo de la observación y exploración.- Constatando la realidad de los pueblos, realizando monitoreo a los medios de comunicación, revisando y analizando los alcances de la constitución Ecuatoriana, la Ley de Comunicación y la bibliografía necesaria para proponer alternativas de programas. Búsqueda de información in situ.- dialogando con sus pobladores, con directivos del medio.

ANALÍTICO SINTÉTICO.-. No hay síntesis sin análisis sentencia Engels, ya que el análisis proporciona la materia prima para realizar la síntesis” Nos permitirá, a través del razonamiento reconstruir el problema y distinguir los elementos causales. Nos permitirá, Llegar a *comprender* la *esencia* del mismo, *conocer* sus aspectos y relaciones básicas en una perspectiva de *totalidad*. Tratando el problema desde distintos enfoques, desmenuzar el problema para comprenderlo.

ESTADÍSTICO. Nos permitirá analizar los datos recogidos en las encuestas, luego en la interpretación de datos y la presentación de resultados. Es importante cuantificar para su mejor comprensión.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

LA OBSERVACIÓN.- De cara a una planificación y definición del problema de investigación. Para lo cual realicé una visita a los sectores El Padmi, Gran Colombia, y San Vicente de caney, en este último existe gran presencia de la cultura Saraguro y por otra parte es el sector donde llega con mayor fuerza la señal de televisión Católica Los Encuentros.

LA ENCUESTA.- mediante el cual se podrá recaudar datos sobre el tema. Consiste en un cuestionario prediseñado para la investigación, para conocer detalles sobre la población. Considerando que la población tiene alrededor de 600 personas trabajaremos con una muestra, la misma que será determinada mediante la aplicación de la fórmula.

LA ENTREVISTA.- Se usará para personajes específicos. A través de la entrevista conoceremos que actividades inherentes al tema realiza Tv Católica Los Encuentros y autoridades de la localidad San Vicente de Caney.

POBLACIÓN

La conforman 640 personas, entre niños, jóvenes y adultos; todos pobladores de la comunidad de San Vicente, siendo una comunidad un tanto extensa para realizar la investigación, calcularemos una muestra para trabajar.

MUESTRA:

Se aplicará la fórmula para poblaciones finitas es decir menos de 100.000 habitantes.

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

En donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e: Error bajo un determinado nivel de confianza.

P: Probabilidad de ocurrencia del evento*

Q: Probabilidad de NO ocurrencia del evento *

*Si no se dispone del dato de p y q se aplica generalmente 50% para cada uno de estos, considerando que su sumatoria debe ser 100%)

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 600}{0,05^2(600 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{576.24}{1.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{576.24}{1.507104}$$

$$n = 382.35$$

$$n = 382//$$

G. CRONOGRAMA.-

Nº	ACTIVIDADES.	FECHA	PERIODO 2015																													
			Marzo			Abril			Mayo			Junio			Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre		
			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
1	Selección del tema.																															
2	Elaboración del proyecto.																															
3	Incorporación de observaciones.																															
4	Presentación y aprobación del proyecto.																															
5	Investigación de campo.																															
6	Elaboración del informe de tesis.																															
7	Presentación del borrador de tesis.																															
8	Revisión y corrección privada de tesis.																															
9	Incorporación de observaciones.																															
10	Sustentación pública y graduación.																															

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RECURSOS

INSTITUCIONALES

- Universidad Nacional de Loja.
- GAD Chicaña.
- GAD Yantzaza.
- Asociaciones de base.

HUMANOS

- Presidentes de la Comunidad y Funcionarios de TV Católica Los Encuentros.
- Director de Tesis.
- Investigador.
- Comunidad de San Vicente de Caney.

MATERIALES

- Libros, revistas, tesis referentes al tema.
- Internet
- Insumos Técnicos (Observación, encuestas, entrevistas, utilización de equipos para pre producción, producción y postproducción).

RECURSOS MATERIALES	VALORES
Libros	200.00
Infocus	800,00
Laptop	1.100.00
Copiadora	100.00
Impresora	150.00
Papel boom	30.00
Tinta	50.00
Cds	10,00
Flash memory	18,00
Internet	30,00
Copias	50,00
Transporte	300,00
Imprevistos	200,00
Producción de un programa de tv	2.000,00
Equipo de producción	1.500,00
TOTAL	4738,00

FINANCIAMIENTO:

Todos los gastos que demande la realización del presente proyecto, corre cuenta del investigador.

I. BIBLIOGRAFÍA

DORIS SOLÍS 2014 Igualdad, diversidad y discriminación en los medios de comunicación

(JOHANA LORDURY MIRANDA 2011, Tesis Universidad Sergio Arboleda Colombia, SIENTATE A VER TV

JUAN TOMÁS FRUTOS (2004): "Diseño y Producción de Programas en Televisión" y "Géneros Informativos Audiovisuales", Facultad de Ciencias de la Comunicación y Documentación de Murcia.

JORGE MARTIN GUZMÁN 2003. Tesis de grado para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador facultad de comunicación, Lingüística y Literatura

VALERIO FUENZALIDA (2010 PÁG. 12). La influencia Cultural de la Televisión.

MÓNICA CHUJI 2006 Los medios de comunicación indígenas al servicio del DD.HH. y colectivos

Red de Comunicadores Interculturales Bilingües del Ecuador, REDCI en el artículo publicado el 27-05-2013

MARÍA ELIZA TAMARIZ 2010 Tesis Diplomado Universidad de Cuenca Logros de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas en el ámbito de la interculturalidad en el ecuador

GLENDA GUALE 2012 Identidad Cultural

PABLO ORTIZ Espacio Territorio e Interculturalidad 2012

VANNESA PALADINES FLORES Análisis de producción de un noticiero de televisión 2009

Bibliografía Internet

<http://www.desarrollosocial.mx/index2.html>

http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/campo_j.pdf

<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/530/1/25955.pdf>

<http://polis.revues.org/246>

<http://mishellcabezas.blogspot.co>

manual de producción de televisión Herbert Zettl Decima edición.



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

**ENCUESTA DIRIGIDA A POBLADORES DEL BARRIO “SAN VICENTE
DE CANEY”**

FECHA:

SEXO:

EDAD:

PREGUNTAS:

1. ¿Tiene usted un televisor en su casa?

SI () NO ()

2. ¿Qué canal de televisión usted sintoniza con mayor frecuencia?

Canal internacional.....

Canal nacional.....

Canal local.....

3. ¿Qué programa usted ve con mayor frecuencia?

.....

4. ¿Se siente identificado con algún programa?

SI () NO ()

5. ¿Cree usted que la televisión aporta sustancialmente a su cultura?

SI () NO ()

6. ¿Piensa Usted que los programas de televisión influyen de forma?
- Positiva ()
 - Negativa ()
7. ¿Cree Usted que sería importante producir un programa que involucre a su cultura?
- SI () NO ()
8. ¿Estaría Usted de acuerdo con participar en un programa sobre su cultura?
- SI () NO ()
9. ¿Qué temas le gustaría que se consideren en un programa sobre su cultura?
- Tradiciones ()
 - Cultura ()
 - Otros ()
10. ¿Qué tipo de programa sobre su cultura le gustaría a usted ver?
- Informativo ()
- Educativo ()
- Revista ()
- Reportajes ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



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

**ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTOR GENERAL DE TELEVISIÓN
CATÓLICA LOS ENCUENTROS**

Nombre y Apellido.....

Cargo:

Fecha.....

PREGUNTAS:

1. ¿Cuéntenos cómo se crea Televisión Católica Los Encuentros?
.....
.....
2. ¿Cuál es el objetivo que persigue Televisión Católica Los Encuentros?
.....
.....
3. ¿Cuántas personas laboran en su medio de comunicación y que actividades son las que realizan?
.....
.....
4. ¿Existen personas de la etnia Saraguro laborando en su medio de comunicación?
.....
.....

5. ¿Dentro de su planificación existe espacios para la producción de programas destinados a los pueblos y nacionalidades?

.....
.....

6. ¿Dentro de su grilla de programación existen espacios asignados a los pueblos y nacionalidades?

.....
.....

7. ¿Cuáles son las principales limitaciones que tiene el medio de comunicación?

.....
.....

8. ¿Le gustaría implementar un programa cultural dirigido al pueblo Saraguro que habita en el cantón Yantzaza?

.....
.....



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

FICHA DE OBSERVACIÓN

DATOS GENERALES

LUGAR:

.....

FECHA:

.....

DISTANCIA DE LA VÍA PRINCIPAL:

.....

TIEMPO DE OBSERVACIÓN

.....

No. OBSERVACIÓN

.....

N°	CUÁNTAS PERSONAS HABITAN EN EL HOGAR	SERVICIOS BÁSICOS QUE TIENEN	QUIEREN APOYAR LA INVESTIGACIÓN	OBSERVACIONES
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

FOTOGRAFÍAS

ACTIVIDADES DE VISITA AL BARRIO SAN VICENTE DE CANEY



Vista panorámica de la entrada al barrio San Vicente de Caney
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca



Dialogando con pobladores del barrio San Vicente de Caney.
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca



Dialogando con pobladores del barrio San Vicente de Caney.
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca.



Dialogando con pobladores del barrio San Vicente de Caney.
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

ACTIVIDADES DE GRABACIÓN DE REPORTAJES EN LA COMUNIDAD SAN VICENTE



Foto 1. Ceremonia previa al PACHAMAMA RAYMI
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca.



Foto 2. Ceremonial previo al PACHAMAMA RAYMI
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca.



Foto 3. Ritual al pie de la Cascada San Vicente – Chicaña
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca



Realizando grabación en campo con pobladores del barrio San Vicente de Caney.
Autor: Norman Isaias Tandazo Cuenca



Coordinando actividades de grabación con el presentador del programa “Huellas de mi gente”
Foto: Norman Isaias Tandazo Cuenca.



Coordinando actividades de grabación con el presentador del programa
Foto: Norman Isaias Tandazo Cuenca.

Documento de operación de servicios otorgado a nombre Vicariato Apostólico de Zamora por el CONATEL

 Secretaría Nacional
de Telecomunicaciones

Oficio Nro. SENATEL-ASNT-2015-0024-OF

Quito, 10 de febrero de 2015

Asunto: SOLICITA AUTORIZACION DE PERMISO TEMPORAL HASTA OBTENER EL PERMISO DEFINITIVO "TELEVISION CATOLICA LOS ENCUENTROS"

Doctor
Zdzislaw Rakoczy
Director
TELEVISION CATOLICA LOS ENCUENTROS
En su Despacho

De mi consideración.

En atención al oficio s/n de 04 de febrero de 2015, ingresado en la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones con trámite número SENATEL-2015-001453, mediante el cual solicitó: *"...autorice un nuevo permiso temporal hasta que obtengamos el permiso definitivo para este cantón..."*.

Al respecto debo indicar:

El Consejo Nacional de Telecomunicaciones, mediante Resolución No. RTV-903-11-CONATEL-2012 de 15 de mayo de 2012, resolvió autorizar a favor del VICARIATO APOSTÓLICO DE ZAMORA, la instalación y operación temporal del canal 5 VHF para operar una repetidora de la estación de televisión abierta de Servicio Público denominada "TV CATOLICA LOS ENCUENTROS", (canal 4 VHF), matriz de la ciudad de Los Encuentros, para servir a la ciudad de Zamora y la respectiva frecuencia auxiliar; misma que fue renovada con Resolución No. RTV-199-08-CONATEL-2014 de 28 de marzo de 2014; por lo que la respectiva autorización temporal estuvo vigente hasta el 15 de mayo del 2014.

El 14 de noviembre de 2013 se publicó en Registro Oficial No. 123, el *"REGLAMENTO PARA LA ADJUDICACIÓN DE TÍTULOS HABILITANTES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PÚBLICOS, PRIVADOS, COMUNITARIOS Y SISTEMAS DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN"*; documento en el cual se establecen los requisitos y procedimientos para la autorización de canales de televisión con carácter temporal.

En este sentido y con el objeto de viabilizar su intención de obtener un canal de televisión para que opere de manera temporal, se detallan a continuación los requisitos y el procedimiento al que deberá someterse para obtener la respectiva autorización, de conformidad con lo establecido en el Reglamento mencionado en el párrafo precedente:

Av. Diego de Almagro N31-95 y Alpañana, Edif. Senado, Telf: 2947800 Fax: 2901010
Call Center 1-800SENATEL, Casilla 17-07-0777, www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec Quito-Ecuador

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	vii
a. Título.....	1
b. Resumen.....	2
Abstract.....	3
c. Introducción.....	4
d. Revisión de literatura.....	6
e. Materiales y métodos.....	31
f. Resultados.....	35
g. Discusión.....	60
h. Conclusiones.....	63
i. Recomendaciones.....	65
Propuesta alternativa.....	67
j. Bibliografía.....	90
k. Anexos.....	93
Índice.....	154