

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**TEMA:
SERIE RADIOFÓNICA DRAMATIZADA, SOBRE LAS LEYENDAS DEL
BARRIO LA LOMA GRANDE EN LA CIUDAD DE QUITO.**

**AUTORES:
JAIME LEONARDO BECERRA LASCANO
GERMAN EDUARDO CALAHORRANO HIDALGO**

**TUTOR:
PABLO TERÁN PUENTE**

Quito, junio del 2019

Cesión de derechos de autor

Nosotros Jaime Leonardo Becerra Lascano y Germán Eduardo Calahorrano Hidalgo, con documento de identificación N° 1718349838 y 1717545832, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del trabajo de titulación intitulado: Serie radiofónica dramatizada, sobre las leyendas del barrio La Loma Grande en la ciudad de Quito, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciados en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Jaime Leonardo Becerra Lascano
CI: 1718349838
Quito, junio 2019



Nombre: Germán Eduardo Calahorrano Hidalgo
CI: 1717545832
Quito, junio 2019

Declaratoria de coautoría del docente tutor

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación, Serie radiofónica dramatizada, sobre las leyendas del barrio La Loma Grande en la ciudad de Quito, realizado por Jaime Leonardo Becerra Lascano y Germán Eduardo Calahorrano Hidalgo, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, junio 2019



Pablo Terán Puente

CI: 1706858451

DEDICATORIA

A nuestros padres Luis Jaime Becerra Prado, Nancy Verónica Lascano Morales y José Germán Calahorrano Saavedra, Celia Magdalena Hidalgo Demera, quienes fueron nuestros guías, apoyo y sustento para poder concluir con la etapa universitaria.

AGRADECIMIENTO

A nuestro tutor Pablo Terán, quien fue la persona que nos brindó toda su experiencia, y siempre con su buena voluntad supo guiar nuestro trabajo.

A nuestros amigos del Colectivo Mi Loma Grande que nos ayudaron para poder sacar este producto adelante y por colaborarnos siempre sin ningún impedimento.

Resumen.

El producto radiofónico es una herramienta muy útil en la creación y recreación de imaginarios, sobre todo hace que las personas imaginen lo que escuchan y construyan a su manera los hechos. El principal objetivo de este trabajo es realizar un seriado radiofónico dramatizado, sobre leyendas del barrio La Loma Grande, en la ciudad de Quito. El desinterés que tienen las personas por aprender, y el desconocimiento de las leyendas en niños, niñas, jóvenes incluso personas que viven algún tiempo en el barrio, es el principal motivo para realizar este seriado radiofónico que será dramatizado por los moradores del barrio, que le darán un matiz más genuino. Al mismo tiempo que los vecinos y vecinas del barrio al sentirse identificados recobrarán esa memoria histórica, y se motivarán con este legado cultural que son las leyendas del barrio.

El producto final será un CD en el que se desarrollarán 7 leyendas dramatizadas; contiene el seriado radiofónico dramatizado que permite que las personas conecten mucho más con las leyendas. Al ser un producto auditivo, tiene un mayor rango de accesibilidad, y al ser dramatizadas las leyendas, se las puede contar de una manera diferente para que las personas creen imágenes mentales que los conecte con todo el barrio y renueven la identidad cultural que se ha ido perdiendo con el pasar de los años. Gracias al trabajo de actuación de los personajes y el uso apropiado de efectos de sonido se dará vida a las leyendas y se deleitará a las personas que lo escuchen.

Palabras Clave: Leyendas, La Loma Grande, Producto Radiofónico Dramatizado, Memoria Histórica.

Abstract.

Radio is a very adept at igniting people's imagination. It allows people to digest and visualize what they hear. It gives people the freedom to reach their own personal conclusions. The objective of this assignment is to perform a dramatized radio series on legends from the neighborhood of La Loma Grande, in the city of Quito. There is a lack of interest and knowledge from children and young adults; even amongst residents of the neighborhood. This is the main reason for providing this dramatized radio series. The point of view will be that of the people from La Loma Grande. The idea is that they will provide a more genuine perspective. It will also assist neighborhood residents in rediscovering their own history. This series will be mutually beneficial to listeners and participants. Residents of La Loma Grande will feel empowered and represented by learning of these legends and their cultural legacy.

The final product will be a CD that informs listeners of seven legends of the neighborhood. The series will allow people to connect with these legends more than ever before. Since it is an auditory product, it has a greater range of accessibility. The legends will be presented from unique perspectives by many different people. This will allow others to create their own nuanced opinions, which will foster a deeper connection with the neighborhood. It will also help reinvigorate cultural identity and historical memory that has been deteriorating over the years. As a result of the splendid portrayal of these characters, in conjunction with the timely use of sound effects, the legends will be brought to life. The people who consume this radiophonic product will be delighted.

Keywords: Legends, The Loma Grande, Dramatized Radiophonic Product, Historical Memory.

Índice.

Introducción.	1
Planteamiento del problema.	2
Justificación.....	3
Objetivos.	5
Objetivo general.	5
Objetivos específicos.	5
Aproximación Teórica.	6
Desarrollo.....	8
Metodología.	11
Resultados.	13
Conclusiones.	16
Referencias Bibliográficas	17
Bibliografía Consultada	18
Anexos.	20

Lista de Anexos.

Anexo A.....	20
Anexo B.....	22
Anexo C.....	24
Anexo D.....	25
Anexo E.....	26
Anexo F.....	27

Introducción.

La Loma Grande es un barrio del Centro Histórico de la ciudad de Quito, se encuentra entre las calles Maldonado al occidente, Morales o Ronda al sur; Avenida Pichincha al oriente; Y calle Sucre al norte. Ha pasado por varios cambios en su nombre, al inicio era conocido como la Loma de Santo Domingo, luego que se construyera el arco de Santo Domingo se la conocería como la Loma chica.

Conforme iba creciendo la ciudad de Quito la Loma Chica se iría extendiendo hacia el oriente y la formación de la Loma Grande iba tomando forma y reconocimiento. Sus lugares turísticos y culturales como la mama cuchara, el convento de Santo Domingo, el colegio Fernández Madrid, entre otros. Es el encanto de personas de Ecuador y del extranjero que visitan La Loma Grande.

Ahora el propósito de este producto comunicativo, es que los quiteños y sobre todo los lomeños, se enteren de sus tradiciones orales que son muy ricas culturalmente. Que al oír las leyendas se interesen más y renueven esa identidad cultural que se ha ido perdiendo con el pasar de los años y los avances tecnológicos. El objetivo principal es provocar que se mantengan las leyendas, transmitiendo a las nuevas generaciones, a través de un CD de audio en que sea más fácil su difusión en el barrio. Por tal razón se propone una serie radiofónica dramatizada, sobre las leyendas del barrio La Loma Grande, en la ciudad de Quito.

Planteamiento del problema.

Durante los últimos años, todo el mundo ha ido experimentando cambios tecnológicos, en este caso particular, en La Loma Grande, se han ido perdiendo de a poco las tradiciones orales que forman parte de la identidad del barrio; esto ha ocasionado que ese cúmulo cultural se pierda, y que niños, niñas, jóvenes e incluso personas adultas desconozcan las leyendas del barrio; todo esto causado por los cambios en los medios comunicacionales y los diferentes recursos tecnológicos que hoy en día no ayudan a precautelar todo este legado cultural.

Las diversas prácticas modernas, se ven reflejadas en los medios de comunicación y sobre todo con el internet, creando contenido que no genera ningún tipo de conocimiento y es mal utilizado, es por eso que las personas adoptan costumbres y tradiciones de culturas ajenas, desconociendo todo lo que pasa dentro del lugar en el que viven. Perdiendo la identidad construida con el pasar de los años e invisibilizando su propio legado cultural, en este caso particular las leyendas del barrio.

Los recursos auditivos son herramientas que tienen un mayor alcance dentro de una sociedad, la mayor parte de la población siempre está en contacto con algún reproductor de audio, en el que sea más fácil acoger la información mientras se realiza otras actividades. A lo largo de La Loma Grande hay muchos lugares en los que se puede reproducir el producto radiofónico retomando un poco de la historia sobre las leyendas del barrio y desarrollando el imaginario de los habitantes del mismo.

Justificación.

Esta investigación es fundamental, porque a partir de la comunicación y la memoria histórica permite tener un acercamiento a lo que es la interacción social con los habitantes de La Loma Grande, y que construyen una serie de acciones en las que se van formando las leyendas, que a diferencia de los cuentos y los mitos, la leyenda tiene elementos ficticios que permite crear imaginarios y conectar con los lugares del barrio para después ser transmitidos de generación en generación con ciertas variaciones cada vez que son relatadas.

Estas tradiciones contadas de manera verbal, son heredadas por las personas mayores, quienes mantenían esa esencia de contar las historias de manera única y las han transmitido a familiares, amigos y personas que visitaban los lugares tradicionales de La Loma Grande.

Con el pasar del tiempo la mayoría de tradiciones, mitos y leyendas, se han ido perdiendo en todos los lugares céntricos de Quito. Estos elementos llenos de componentes ficticios, frecuentemente asombrosos que se transmiten de generación a generación y están ligados a la cultura popular, y se los cuenta de forma oral, bien sea en medios como la radio o entre los vecinos que desempeñan sus actividades cotidianas y conversan en las calles, en negocios, escuelas, entre otros.

La sociedad actual cada día se está apegando más hacia la modernización, los avances tecnológicos no ayudan a que se mantengan vivas las tradiciones orales, que en la antigüedad eran parte de esa costumbre sana de relatar los hechos desconocidos que se transformaban en leyendas. La tecnología, al no ser bien utilizada y más con la producción

audiovisual de contenidos modernos que opacan a los medios orales, hace que se pierda de a poco la identidad, ocasionando una sociedad influenciada por culturas modernas.

En la actualidad hace falta retomar todas estas tradiciones orales, pues son tesoros escondidos que hay que visibilizarlos. El diseño de un producto radiofónico sería ideal para que esté al alcance de la mayoría de moradores del barrio la Loma Grande.

Por estas razones es importante realizar una producción radiofónica dramatizada, que sirva como elemento vinculante, y permita construir imaginarios alrededor de las leyendas, que no se consigue con los productos audiovisuales y tomando en cuenta la participación de las personas del Colectivo Mi Loma Grande, generar un plus en el que los moradores del barrio se identifiquen con las voces, presten más atención y difundan el contenido de las leyendas.

Porque incluso personas que viven mucho tiempo en el sector desconocen a los personajes y las leyendas, ya sea por falta de interés o porque recién comenzaron a vivir en el barrio, es por eso que se requiere retomar todo este conjunto de saberes y visibilizarlos hacia todo este conglomerado de personas.

El radiodrama es un género radial que llega al oyente por medio de actuaciones, o interpretaciones del locutor. Kapún (1978) afirmó: “aunque lo conozcamos a través de expresiones bastardeadas, el radio drama no es un género espurio, sino un noble medio de expresión” (p. 49). Eso quiere decir que tiene un mayor alcance dentro de una sociedad, la mayor parte de la población siempre está en contacto con algún reproductor de audio, en el que sea más fácil acoger la información mientras se realiza otras actividades.

A lo largo de La Loma Grande hay muchos lugares en los que se puede reproducir el producto radiofónico retomando un poco de la historia sobre las leyendas del barrio y desarrollando el imaginario de los habitantes del mismo.

De esta manera se quiere llegar a distinguir el barrio La Loma Grande, de tal manera que al recordar sus personajes y leyendas, la gente reanude la costumbre de contarles a sus hijos y nietos estas tradiciones orales. Y que no sean cambiadas por contenido moderno, o a su vez que se combine la tecnología con lo tradicional para lograr una evolución y que vayan de la mano sin dejar de lado a ninguna de las partes.

Objetivos.

Objetivo general.

Realizar una serie radiofónica dramatizada, sobre leyendas del barrio La Loma Grande, en la ciudad de Quito.

Objetivos específicos.

- Compilar la información de las leyendas y personajes, para realizar la producción del producto radiofónico.
- Realizar libretos radiofónicos, para que los personajes lo aprendan.
- Producir un programa radiofónico dramatizado, sobre leyendas del barrio La Loma Grande, en la ciudad de Quito.

Aproximación Teórica.

Para realizar la Serie radiofónica dramatizada, sobre las leyendas del barrio La Loma Grande, en la ciudad de Quito. Se trabajara con la teoría funcionalista, cuyo inicio es una proposición conceptual de la comunicación, que iniciaría con Harold Lasswell con su esquema de preguntas.

Que nos ayudará con la aproximación teórica dentro del barrio, en el que posteriormente se podrá difundir, llegando a las personas de una manera masiva.

Hernández Díaz (2007) afirmó: “los medios masivos, bajo este modelo, presupones respuestas y reacciones en las audiencias a través de programas elaborados para entender, informar, educar y vender” (p. 26).

Lasswell, quien era un influyente sociólogo estadounidense propuso estudiar a la comunicación exponiendo varias funciones como son: la control del entorno, en la que se recopila y distribuye la información del entorno, para luego hacer circular las noticias. La siguiente función que nos muestra Lasswell en el funcionalismo es la similitud de las distintas partes de la sociedad en su repuesta al entorno, que esto es la interpretación de la información sobre aquel entorno. Por ultimo Lasswell habla sobre la transmisión del legado social de una generación a otra, que son las actividades que se hace después de interpretar la información, para que la sociedad se entere de toda la información recopilada y la vaya transmitiendo a sus familiares, amigos, de esta manera el mensaje se expanda.

El modelo comunicativo a utilizar en el seriado radiofonico dramatizado sera: La aguja Hipodérmica el cual busca un estimulo para que se de una respuesta. En el modelo de

Lasswell, hay componentes clásicos del proceso comunicativo los cuales influyeron en la comunicación social. Freidenberg (2004) sugirió:

Que cualquier mensaje adecuadamente presentado por los medios puede tener un efecto de persuasión instantáneo y masivo en receptores sumamente vulnerables a la influencia; y que la comunicación de masas produce efectos directos sobre las actitudes y sobre el comportamiento (p. 5).

Con esto se pretende llegar a instaurar un mensaje muy claro que es el de reproducir el mensaje en el barrio para que se vayan generando conductas dentro de los vecinos del barrio La Loma Grande y empezar a generar receptores para poder transmitir el mensaje de una manera masiva.

Desarrollo.

Marco Teórico Referencial.

Para un entendimiento de la problemática planteada con respecto a la serie radiofónica dramatizada, sobre las leyendas del barrio La Loma Grande, en la ciudad de Quito. Será necesario partir de una aproximación de la comunicación. Cabrera (2015) mencionó:

Los procesos de comunicación en nuestro medio o dicho de otra forma en nuestra gente se afectan por distintos factores, uno de estos motivos radica en el rompimiento del proceso comunicacional, para entender de mejor forma el proceso de la comunicación se analizará primero sus componentes (p.19).

De igual manera la investigación está vinculada con la interculturalidad. Rizo afirmó que: “En cualquier caso, la clave de la comunicación intercultural es la interacción con lo diferente, con todo aquello que objetiva o, sobre todo, subjetivamente, se percibe como distinto, sea cual sea el motivo de distinción” (Rizo, 2013, p. 27).

En los barrios las interrelaciones sociales son cosa de todos los días, aquí se producen una serie de hechos y acontecimientos. Van Dijk (2000) afirmó: “se producen los usuarios del lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en la interacción social, típicamente en la conversación y en otras formas de diálogo” (p. 21).

Dentro de la construcción de significados y significantes en el barrio se producen mitos, cuentos fantásticos y leyendas, si comprendemos que la leyenda es una narración corta. Valdivieso (2011) afirmó:

Las leyendas son de valor, porque forman parte de la cultura de una población, pero también porque en su contenido está plasmada la cosmovisión, la historia, las creencias, la moral, los conocimientos geográficos, el tipo de política o de economía de una época y un lugar en particular (p.8).

Todos estos elementos que se producen en el barrio La Loma Grande. Al respecto Rossi (2010) describió:

Para la morfología social, el barrio es una unidad morfológica y estructural; está caracterizado por cierto paisaje urbano, cierto contenido social y una función propia; de donde un cambio de cada uno de estos elementos es suficiente para fijar el límite del barrio (Citado en Londoño, 2001, p.3).

Como intentar difundir toda esta riqueza cultural de las leyendas es a través de la producción radiofónica. Orden (2010) afirmó:

De esta forma, la producción radiofónica hace referencia al conjunto de actividades del proceso productivo destinadas a la concepción, el diseño y la realización de un producto radiofónico que, como segunda condición, reclama un conocimiento teórico y un desarrollo de habilidades en las técnicas de creación radiofónica (p. 10).

Las personas realizarán una narración dramatizada. Ricoeur (1995) comentó: “El tiempo se hace tiempo humano en la medida en que se articula en un modo narrativo, y la narración alcanza su plena significación cuando se convierte en una condición de la existencia temporal” (p.113).

Mientras que Nuñez y Navarro expresaron: “la dramatización se presenta como un instrumento a desarrollar con el fin de rentabilizar sus capacidades respecto a una mejor

formación de las personas, tanto en la perspectiva individual como social” (Nuñez y Navarro, 2007, p.3).

Dentro del formato de una radionovela seriada. Orozco dijo: “La actuación remarcada de los personajes junto a un mayor protagonismo de la palabra hablada, no de los gestos o de lo visual, ha permitido calificar a muchas telenovelas, sobre todo de las primeras décadas, como radionovelas escuchadas en pantalla” (Orozco Gómez, 2006, p. 21).

Esto permitirá que el producto comunicativo, por medio de las leyendas dramatizadas, interaccione con los valores perdidos de las personas, y de este modo retomar vínculos y relaciones entre las mismas.

Metodología.

Esta investigación es de tipo cualitativa porque a decir de Barrantes Echeverría “principalmente construye e interpreta un objeto de estudio a partir de varias realidades que se encuentran en un mismo grupo o cultura dependiendo de un contexto” (Echeverría, 1999, p. 65).

La investigación tiene un enfoque cualitativo, que permitirá estudiar la realidad en un contexto natural y descifrar los fenómenos místicos que conllevan las leyendas de acuerdo a las personas que viven el barrio La Loma Grande. Esta investigación se escribe en la línea de Comunicación e interculturalidad, establecida por la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana. Según García afirmó: “En cualquier caso, la clave de la comunicación intercultural es la interacción con lo diferente, con todo aquello que objetiva o, sobre todo, subjetivamente, se percibe como distinto, sea cual sea el motivo de distinción” (García, 2013, p.2).

Para el levantamiento de información que mejorara la descripción del problema se aplicara la entrevista. Díaz, Torruco, Martínez y Varela mencionaron: “La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (Díaz Bravo , Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2013, p. 2).

El número de entrevistas a realizar es un aproximado de siete personas. Se realizará al dirigente principal del Colectivo Mi Loma Grande Marco Rubio, a la persona que organiza los recorridos de las leyendas en el barrio Diana Lora y a los personajes que van a

dramatizar las leyendas del barrio, que son: Esperanza Cañar, Geraldine Benítez, Sonia Logroño, Daniel Arboleda, para que nos relaten su experiencia.

El instrumento que se utilizara es un cuestionario de tres preguntas, dos preguntas que se refieren a las características principales de los personajes y la leyenda y una tercera pregunta que hace referencia a cómo reacciona la gente al escuchar las leyendas.

La serie radiofónica dramatizada, sobre las leyendas del barrio la loma grande, en la ciudad de Quito tendrá una prolongación de siete capítulos con un aproximado de cinco minutos cada uno, generando una producción radial de aproximadamente treinta y cinco minutos.

Este producto radiofónico está conformado por una misma introducción y cierre con música nacional ecuatoriana y con la narración de dos personajes principales en los siete programas realizados, con sus respectivos dramatizados de acuerdo a las diferentes leyendas.

Las técnicas e instrumentos mencionados anteriormente, se verán reflejados en el apartado de anexos, que permitirán registrar de manera técnica y metodológica la investigación.

Resultados.

Los resultados del producto comunicativo según la línea de Comunicación e interculturalidad, establecida por la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, se basa en la realización de un seriado radiofónico dramatizado, en el que los propios vecinos del barrio, pertenecientes al Colectivo Mi Loma Grande, siendo este un grupo que intenta que el barrio La Loma Grande, no sea olvidado por sus habitantes, y mantenerlo vivo por medio de sus actividades como la exposición de sus lugares tradicionales a través de recorridos. Estos miembros del colectivo personificaron las leyendas de La Loma Grande, para que al escuchar voces conocidas se familiaricen y se vayan apropiando nuevamente de estas tradiciones orales.

La fase de pre-producción y respondiendo al objetivo planteado en esta investigación, amerito un acercamiento con el colectivo Mi Loma Grande, para realizar un recorrido por el barrio, en estos recorridos que se realizó, se pudo observar que la gente se preocupa por su vecindario, pero faltan fuentes reproducción de contenidos orales, y poder de esta manera empoderarse completamente de todo lo que pase en La Loma Grande.

En esta misma fase se puso en práctica una serie de entrevistas, las mismas que reflejan, por medio de los saberes de varios miembros del colectivo, que La Loma Grande es un barrio lleno de cultura y misterios, que permiten tener otra óptica de lo que era antes y como la conocemos ahora.

Las entrevistas de preguntas abiertas se convierten en un tipo de conversación amena con las personas, se logra recopilar la información que en una entrevista normal no se lograría, con las personas que realizamos las grabaciones fue un aprendizaje de parte y parte, ellos nos contaban los hechos tal como eran, y nosotros les enseñamos como grabar,

como expresarse al leer los libretos para que surja un producto uniforme, acogedor y que sobre todo cuente con las especificaciones que nos brindaron las personas entrevistadas.

Los protagonistas que colaboraron con la grabación del seriado radiofónico, serán los vecinos del barrio. Se nota que tienen un cariño muy especial por su sector, ya que se adentran mucho en el personaje y a pesar de las pocas referencias que tienen de ellos, le dan su toque distintivo para que cautive mucho más a la audiencia en los recorridos que realizan en el barrio.

Al ser una investigación de tipo cualitativa, nos permitió observar parte de los recorridos que ellos tienen sobre las leyendas de La Loma Grande, en el cual el colectivo se organiza y con los vecinos buscan dar realce al barrio, implementando varias actividades todos los meses. El observar los recorridos de las leyendas y participar de ellas nos permitió interpretar el objeto de estudio y encontrar las diferentes maneras de actuar de las personas del mismo barrio al no sumarse a las actividades y el desinterés que tienen por participar y colaborar. Es por esto que el producto radiofónico, sirvió como una alternativa para erradicar de a poco con esta falta de interés por parte de los lomeños.

En la fase de producción y con la información obtenida resulto muy fácil empatar los discursos, para posteriormente poder realizar los libretos y comenzar con las grabaciones de las leyendas. Una vez hechos los libretos y para poder empezar hablamos con los miembros del colectivo Mi Loma Grande, para distribuir los personajes que interpretarían, ya que al realizar los recorridos exponiendo las leyendas, los miembros tienen mayor conocimiento para la ejecución de los personajes. Las leyendas fueron las siguientes: en la leyenda de “La Villa Encantada” , participaron Sonia Logroño y Daniel Arboleda, en las siguientes leyendas como “El Santo que da Marido”, “El Arco de la Virgen del

Rosario”, “El señor de los Milagros” participaron las señoras Esperanza Cañar, Geraldine Benítez, son personas que tienen toda la voluntad de participar por el barrio y todo lo que esto conlleve, tienen muchas ganas de hacer visible al barrio y que tenga más acogida por parte del pueblo quiteño, quieren que La Loma Grande permanezca como un barrio vivo retomando toda la memoria cultural, artística y colectiva que tienen las personas del barrio. Ellos pertenecen al colectivo Mi La Loma Grande, quien es liderado por Marco Rubio, este colectivo que es un conjunto de vecinos, conocidos y amigos, que buscan la integración del barrio en su totalidad. Se hizo la recuperación por medio de autogestión dos lugares que estaban en mal estado como la villa que está en las calles Magdalena Dávalos y Antonio rivera, y adquirieron un local en el que funcionara un cafetería recolectando los sabores tradicionales de La Loma Grande que queda en las calles Francia y Zaldumbide, en donde funcionara una radio con el pasar del tiempo y que es lo que busca el colectivo. En donde asimismo se reproducirá el producto radiofónico, que por ahora se reproduce con parlantes desde el CD.

El producto radiofónico es reproducido en la Villa recuperada, en este espacio los vecinos lo escuchan los sábados cuando el colectivo realiza varias actividades en la villa como vender productos sembrados en una pequeña huerta que tiene la villa, también hornean pizza y lasaña que esto sirve como sustento para varias actividades que ellos realizan.

Este proyecto no solamente se reproduce en esta villa, también se lo reproduce en el negocio del Colectivo Mi Loma Grande, en este espacio al ser una cafetería, recupera varias tradiciones gastronómicas de los lomeños. En este espacio la gente escucha las leyendas, mientras pasa un momento ameno en compañía de su familia o amigos.

Conclusiones.

-La Serie radiofónica dramatizada, sobre las leyendas del barrio La Loma Grande, en la ciudad de Quito, aporta mucho dentro de las actividades que tiene el Colectivo Mi Loma Grande con el que trabajamos, ya que al ser un producto sonoro es más posible su difusión dentro del barrio.

-También se logró, que el producto al ser una dramatización, las personas que nos ayudaron que viven en La Loma Grande, agranden su amor por el barrio, y generarnos esa motivación y ese compromiso que hacía falta dentro del barrio.

- De esta manera haciendo uso de la comunicación, permitió que los habitantes del barrio se den cuenta que La Loma Grande, sigue siendo un barrio vivo lleno de tradiciones mitos y leyendas. Y que pueden seguir comunicando estas herencias orales hacia las diferentes generaciones.

- Su difusión no fue sencilla, ya que el barrio todavía no cuenta con equipos apropiados para su oportuna transmisión, pero se logró adaptar en los lugares recuperados por el colectivo Mi Loma Grande, llegando de esta manera a muchas personas dentro del barrio.

- Finalmente los moradores del barrio, se están identificando con la cultura de La Loma Grande, con sus leyendas y tradiciones, de esta manera las próximas generaciones no perderán el legado cultural que dejen sus antepasados.

Referencias Bibliográficas

- Laswell, H. (1948). *The Communication of Idea*. New York: Harper.
- Cabrera, T. (2015). *Hablando de Comunicación*. Quito: TM.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.
- Echeverría, B. (1999). *Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Freidenberg, F. (2004). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: ¿TAMBIÉN SON ACTORES?* . Selected Works.
- Hernández Díaz, G. (2007). *Temas de Formación Sociopolítica*. Caracas: Impresos Miniprés.
- Kapún, M. (1978). *Producción de programas de radio*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Londoño, D. (2001). EL BARRIO....¿ una dimensión incomprendida. *Revista académica e institucional de la UCPR*, 61-70.
- Núñez, L., & Navarro, M. D. R. (2007). Dramatización y educación: aspectos teóricos. *Teoría de la educación*, 19(14), 225-252.
- Orozco Gómez, G. (2006). *La telenovela en México:¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?*. *Comunicación y sociedad*, (6), 11-35.
- Orden Calle, R. P. (2010). *Plan de negocios de una empresa productora de programas para radio* (Bachelor's thesis).
- Puetate, S. (2014). *DISEÑO DE UN TEXTO DIDÁCTICO ILUSTRADO SOBRE MITOS Y LEYENDAS TRADICIONALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PARA ESTUDIANTES DE NIVEL ESCOLAR*. Quito: Universidad Israel.
- Ricoeur, P. (1995). *Tiempo y narración: configuración del tiempo en el relato histórico* (Vol. 1). Siglo xxi.

García, M. R. (2013). Comunicación e interculturalidad. Reflexiones en torno a una relación indisoluble. *Global media journal México*, 10(19).

Valdivieso, E. V. (2011). La leyenda: un recurso para el estudio y la enseñanza de la Geografía. *Investigación Universitaria Multidisciplinaria: revista de investigación de la universidad Simón Bolívar*, (10), 1.

Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.

Bibliografía Consultada

Laswell, H. (1948). *The Communication of Idea*. New York: Harper.

Cabrera, T. (2015). *Hablando de Comunicación*. Quito: TM.

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.

Echeverría, B. (1999). *Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Freidenberg, F. (2004). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: ¿TAMBIÉN SON ACTORES?* . Selected Works.

Hernández Díaz, G. (2007). *Temas de Formación Sociopolítica*. Caracas: Impresos Miniprés.

Kapún, M. (1978). *Producción de programas de radio*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Londoño, D. (2001). EL BARRIO....¿ una dimensión incomprensible. *Revista académica e institucional de la UCPR*, 61-70.

Núñez, L., & Navarro, M. D. R. (2007). Dramatización y educación: aspectos teóricos. *Teoría de la educación*, 19(14), 225-252.

Orozco Gómez, G. (2006). *La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?*. *Comunicación y sociedad*, (6), 11-35.

Orden Calle, R. P. (2010). *Plan de negocios de una empresa productora de programas para radio* (Bachelor's thesis).

Puetate, S. (2014). *DISEÑO DE UN TEXTO DIDÁCTICO ILUSTRADO SOBRE MITOS Y LEYENDAS TRADICIONALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PARA ESTUDIANTES DE NIVEL ESCOLAR*. Quito: Universidad Isrrael.

Ricoeur, P. (1995). *Tiempo y narración: configuración del tiempo en el relato histórico* (Vol. 1). Siglo xxi.

García, M. R. (2013). Comunicación e interculturalidad. Reflexiones en torno a una relación indisoluble. *Global media journal México*, 10(19).

Valdivieso, E. V. (2011). La leyenda: un recurso para el estudio y la enseñanza de la Geografía. *Investigación Universitaria Multidisciplinaria: revista de investigación de la universidad Simón Bolívar*, (10), 1.

Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.

Anexos.

Anexo A. Entrevista a Marco Rubio líder del Colectivo Mi Loma Grande.

¿Cómo se formó el colectivo Mi Loma Grande?

Se forma hace unos 7 años, el colectivo va adoptando ciertas características al inicio era netamente artístico cultural del barrio, los vecinos del barrio eran poetas, escultores o alguna cosa. Entonces se van integrando cosas, de ahí vamos a lo comunitario y ahí ya nos vamos enrolando con instituciones educativas, con otros colectivos y los demás personajes que nos van colaborando y van en la misma línea que nosotros.

¿Qué actividades se realizan en el Colectivo para visibilizar el barrio La Loma Grande?

Primero es una fase de investigación en algunos aspectos, lo más fuerte ha sido el recobrar la memoria, lo que es arquitectura, por ahí un poco de imagen, entonces la intención es tener estos productos académicos y transfórmalos a que sean productos más digeribles por la comunidad y que se le entienda de mejor forma

¿Cuáles son los planes a futuro del Colectivo?

Los planes a futuro, bueno que se visibilice más al barrio, continuar con esta visión comunitaria, realizar más actividades del colectivo. Hace como unos dos años nos convertimos también inclusivos, queremos que sea un colectivo ya no solo en el de La Loma Grande sino en el de la ciudad y que sigan ese ejemplo si es que así se desea.

¿Qué piensa que se lograra con la difusión de las leyendas en el barrio La Loma Grande?

Que el vecino tenga conciencia de lo que tiene en el barrio porque muchas veces no nos damos cuenta de donde vivimos o que tenemos, entonces al conocer las leyendas, la memoria del sector, y que la Loma Grande deje de ser solo su barrio donde él vive sino su casa, el momento que la calle deja de ser calle y se convierte en la sala de la casa, no se ensucia la sala de la casa, y la sala de la casa sigue segura eso es lo que buscamos.

Anexo B. Entrevista a Diana Lora encarda de hacer los recorridos.

¿Cómo se organiza el barrio La Loma Grande para poder realizar los recorridos de las leyendas?

Hay ciertas alianzas que se han formado en el tiempo ya llevamos dos años de recorrido y no es tan fácil las alianzas, eso quiere decir que empezamos con las alianzas a fines a nosotros, digamos que nos siguen en el colectivo, que no son miembros del colectivo en sí, pero que apoyan al colectivo en ciertas actividades. Como logramos realizar estas alianzas es de a poco. Todos no son parte de un recorrido por ejemplo, pero cuando se les incluye ellos actúan como “vecinos”, entonces se ve un recorrido vivencial sin guion y poco a poco la gente se comienza a involucrar porque tanto comenzamos con los vecinos de las instituciones como los bomberos porque se les toma en cuenta como vecinos y no como institución, obviamente con ellos es otro trámite porque son una institución y toca pedir permiso. Cuando viene un recorrido y necesitamos ir a visitar el cuartel de bomberos, se hace toda la logística previa de pedir autorización al teniente, subteniente al que esté a cargo para que el grupo ingrese sean niños, jóvenes o adultos. Igual con Casa Cuna y con el Centro Cultural y con las escuelas porque también trabajamos con niños y siempre con ellos se manejan con permisos previos.

¿Cada cuánto se realizan los recorridos en el barrio?

Manejamos un recorrido cada fin de mes ese recorrido es el último sábado depende si no es feriando pero manejamos en el año unos 10 al año, todos totalmente diferente ninguno se repite son distintas rutas y distintos temas. Entonces si manejamos niños y manejamos jóvenes no van a ser la misma ruta y cuando requiera la gente una reserva

previa de grupos cortos de 6 personas que es el mínimo hacemos un recorrido más privado y personalizado y todo depende del tiempo están entre 1:30 y 2:40 de recorrido. Como el lomeño expés que dura 40 minutos pero eso es bajo reserva.

¿Qué pretenden al realizar estos recorridos de las leyendas?

Primero es apoderarnos del espacio, de que nosotros estemos unos dos minutos en una esquina “conflictiva” por así decirlo, para que esa presencia de seguridad al vecino, y también mostrar La Loma, no solo la tradición si no mostrar la unión de los vecinos y la recuperación de la memoria oral, porque ya mucha gente se ha ido del barrio pero sus anécdotas y vivencias las ponemos en escena en el momento de los recorridos. Por eso no queremos que se pierda en el tiempo para las generaciones que viene.

¿Cuánta gente aproximadamente acude a formar parte de los recorridos?

Tenemos un máximo de unas sesenta personas en los recorridos más grandes que son los de verano, obviamente por el clima viene más gente y por vacaciones y tenemos en promedio entre quince a veinte personas por recorrido. También considerando que los grupos de los colegios y las escuelas son de treinta alumnos, entonces si es un numero medio considerable entonces lo maneja dos o tres personas del colectivo, a veces una sola pero siempre con la ayuda de la misma comunidad.

Anexo C. Entrevista a Sonia Logroño que interpreta a “La Condesa” en la leyenda La Villa Encantada.

¿Cuéntenos por favor cuales son las características principales de este personaje?

Para comenzar la condesa era una mujer adinerada, con una manera de vestir muy extravagante, y con un poder de convencimiento muy grande que hacía que los hombres caigan rendidamente con ella.

¿Qué es lo principal de esta leyenda?

Lo principal es que como ella iba a fiestas grandes donde en donde había muchas personas, ella escogía una víctima pero no le obligaba a nada, la condesa con ese poder de persuasión que tenía los llevaba a su casa en ningún momento los obligaba. Y cuando ellos ya despertaban de ese embrujo y querían salir ya era muy tarde porque ella no los dejaba salir los tenía de sirvientes y si se querían escapar, se dice que los desaparecía no se sabe la forma en la que lo hacía pero nunca más se sabía de ellos.

Anexo D. Entrevista a Daniel Arboleda que interpreta a “Antonio Fraga” en la leyenda La Virgen del Tomate.

¿Cuéntenos por favor cuales son las características principales de este personaje?

Las características de Antonio Fraga, es un muchacho de unos 18 años, pícaro, bandido, coqueto, siempre enamorado le gustan las colegias de 14 o 15 años entonces es lanzado con esas chiquillas, su manera de vestir es muy formal utiliza sombrero, camisa, corbatín de color rojo, chaleco, pantalón negro de tela y zapatos de cuero color negro.

¿Qué es lo principal de esta leyenda?

Lo principal de esta leyenda es la manera como Brígida una chiquilla enamorada, desapareció, y no se sabe qué mismo paso porque ella tenía la costumbre de subirse al árbol de tomate a leer libros o conversar con los vecinos, o con algo más porque escuchaban los vecinos que Brígida salía a sentarse en el árbol a las tres de la mañana, pero desapareció después que Antonio Fraga ganara el concurso con su poema. Y al último se encontraron con la sorpresa de que hallaron sus piernas que estaban en la quebrada con sus medias rosadas que la caracterizaban.

Anexo E. Entrevista a Geraldine Benítez que interpreta a “Margarita” en la leyenda Arco de la Virgen del Rosario.

¿Cuéntenos por favor cuales son las características principales de este personaje?

Las características de este personaje es que es una señorita que vive de la fortuna de su familia, que le gustaba salir y disfrutar la vida. Pero ya cuando estaba muy enferma reflexiono por todo lo que hizo y quiso emendar su vida como su última voluntad.

¿Qué es lo principal de esta leyenda?

La importancia de este personaje que es por ese personaje se dice que construyeron la capilla que hay sobre el arco de la calle Rocafuerte. Ya que Margarita por vivir una vida desenfrenada en la Juventud, enfermo muy rápido y ella quiso enmendar los errores que cometió en su corta vida, y decidió donar toda su fortuna para la capilla.

Anexo F. Entrevista a Esperanza Cañar que interpreta a “Esperanza” en la leyenda Santo que da Marido

¿Cuéntenos por favor cuales son las características principales de este personaje?

Son señoras adultas que no encontraban a nadie para poder compartir su vida porque eran muy, conservadoras, devotas, mojigatas y chismosas. Y eso hacía que no generaran atracción por ningún hombre que las conocía. Pero a pesar de estas debilidades que tenían Esperanza era muy persistente y a pesar de que al último perdió la fe, se dio cuenta que hizo mal por desconfiar del consejo y del santo que le recomendó su amiga.

¿Qué es lo principal de esta leyenda?

Lo principal de esta leyenda es que nunca hay que perder la fe porque ya al último cuando estaba decepcionada de todo, logro conseguir su deseo, no de la forma que ella se lo esperaba, porque lanzo el santo por la ventana pero si ella no hubiera hecho eso, su oportunidad de encontrar pareja, se hubiera esfumado.