

Universidad Politécnica Salesiana

Sede Quito

Carrera: Comunicación Social

Tesis previa a la obtención del título de licenciada en
Comunicación Social

Tema: *“Propuesta educomunicacional orientada al fortalecimiento de los procesos culturales a partir de leyendas populares del sector de Pomasqui”*

Autora: Andrea Viviana Pérez Fierro

Directora: Msc. Cristina Naranjo

Quito-Diciembre de 2010

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Andrea Viviana Pérez Fierro declaro que la presente tesis contiene datos que son de mi autoría, resultado de la investigación bibliográfica y cualitativa realizada a lo largo del desarrollo de este trabajo. Los conceptos, análisis y conclusiones que se presentan a continuación son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, 13 de Diciembre de 2010

(f) _____

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

La presente tesis está dedicada a mi madre y a mi padre pues sin su apoyo moral y económico no me hubiera sido posible alcanzar este punto en mis estudios profesionales. A mi abuela materna, a quien admiraré por siempre, por haber sido un gran ejemplo para mí. Mi inspiración y mi fortaleza. Por todo su amor y comprensión a lo largo de toda mi vida académica les agradezco infinitamente.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO I | 6 |
| COMUNICACIÓN VINCULADA A LA EDUCACIÓN | 6 |
| 1.1. INTRODUCCIÓN..... | 7 |
| 1.2. LA COMUNICACIÓN COMO DISCIPLINA..... | 7 |
| 1.3. HABERMAS Y LA ACCIÓN COMUNICATIVA..... | 10 |
| 1.3.1. LA ACCIÓN ORIENTADA AL ENTENDIMIENTO..... | 12 |
| 1.3.2. MUNDO DE LA VIDA..... | 13 |
| 1.4. PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN..... | 16 |
| 1.4.1. FUNCIONALISMO..... | 18 |
| 1.4.2. ESTRUCTURALISMO..... | 21 |
| 1.4.3. TEORÍA CRÍTICA..... | 24 |
| 1.5. ESCUELA LATINOAMERICANA DE COMUNICACIÓN..... | 29 |
| 1.6. EDUCOMUNICACIÓN..... | 33 |
| 1.6.1. EDUCOMUNICACIÓN Y ESCUELA..... | 38 |
| 1.7. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO..... | 41 |
| CAPÍTULO II | 43 |
| CULTURA, IDENTIDAD Y DESARROLLO | 43 |
| 2.1. INTRODUCCIÓN..... | 44 |
| 2.2. COMUNICACIÓN Y CULTURA EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO..... | 45 |
| 2.3. RIQUEZA CULTURAL DE POMASQUI..... | 50 |
| 2.4. IDENTIDAD..... | 57 |
| 2.5. CIUDADANÍA Y SER CIUDADANO..... | 63 |
| 2.5.1. CIUDAD..... | 67 |
| 2.6. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO..... | 72 |
| 2.7. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO..... | 77 |
| CAPÍTULO III | 80 |
| PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCOMUNICATIVA: ADAPTACIÓN DE LEYENDAS DE POMASQUI | 80 |
| 3.1. INTRODUCCIÓN..... | 81 |
| 3.2. EL PRODUCTO EDUCOMUNICATIVO..... | 82 |
| 3.3. UN MEDIO QUE ACERCA: LA RADIO..... | 85 |

| | |
|---|-----|
| 3.3.1. TRABAJANDO DESDE LA RADIO: ESPECIFICIDADES | 88 |
| 3.4. PRE-PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA..... | 93 |
| 3.4.1. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA | 94 |
| 3.4.2. LEYENDAS DE POMASQUI: HILO CONDUCTOR | 98 |
| 3.4.3. EL LENGUAJE DE LA RADIO..... | 101 |
| 3.4.4. FORMATO Y GÉNERO RADIOFÓNICO | 104 |
| 3.4.5. EL GUIÓN PARA RADIO | 108 |
| 3.4.5.1. GUIÓN RADIOFÓNICO PARA LA ADAPTACIÓN DE LEYENDAS DE POMASQUI..... | 110 |
| 3.5. PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA | 114 |
| 3.6. POSPRODUCCIÓN RADIOFÓNICA | 115 |
| 3.7. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO..... | 118 |
| CAPÍTULO IV | 120 |
| VALIDACIÓN DEL PRODUCTO RADIOFÓNICO EDUCOMUNICATIVO | 120 |
| 4.1. INTRODUCCIÓN..... | 121 |
| 4.2. CONTEXTO DE LA VALIDACIÓN..... | 121 |
| 4.3. PROCESO DE VALIDACIÓN..... | 123 |
| 4.4. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO..... | 128 |
| 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 129 |
| 5.1. CONCLUSIONES..... | 130 |
| 5.2. RECOMENDACIONES | 132 |
| 6. BIBLIOGRAFÍA | 135 |
| 6.1. LIBROS | 136 |
| 6.2. REVISTAS | 138 |
| 6.3. DOCUMENTOS INSTITUCIONALES | 139 |
| 6.4. SIMPOSIOS, SEMINARIOS Y CONGRESOS | 139 |
| ANEXOS I | 140 |
| ANEXOS II | 159 |
| ANEXOS III | 174 |

CAPÍTULO I

Comunicación Vinculada a la Educación

1.1. INTRODUCCIÓN

El capítulo primero presenta las bases teóricas de la comunicación como disciplina social para lo cual se tomaron en cuenta varias perspectivas expuestas por Habermas desde la teoría de la acción comunicativa, los conceptos aportados por este pensador introducen la necesidad de ubicar la presente investigación bajo una línea comunicativa apropiada por lo que se exponen también los paradigmas de la comunicación, este análisis sitúa al presente estudio dentro de los lineamientos teórico-prácticos propuestos desde la teoría crítica y su sucesora en la región, la escuela latinoamericana de comunicación.

Este es el marco requerido para encontrar el vínculo que une a la educación con la comunicación en función de servir al desarrollo de los seres humanos, todo el potencial de esta unión está direccionado a promover la participación activa de los sujetos de la educación. En la llamada era de la información, en la que los medios masivos han cambiado la percepción de la comunicación a un proceso acelerado, virtual y sumamente visual, la educomunicación propone utilizar estos canales tecnológicos, muchas veces satanizados por algunos pensadores por la despersonalización que representan, en función de obtener una participación más activa entre los actores del proceso educativo.

1.2. LA COMUNICACIÓN COMO DISCIPLINA

Siendo éste el sustento teórico para la realización de un producto comunicativo es imperativo que su punto de partida sea la comunicación entendida no como una ciencia ya que para ello debería poseer “*un objeto, método y teoría propios*”¹, sino más bien como un campo disciplinario “*un universo de relaciones específicas desarrolladas entre*

¹ TORRICO VILLANUEVA, Erick. “*La Tesis en comunicación*”. Artes graficas Latina. La Paz-Bolivia, 1997. pp. 19.

ciertos fenómenos y elementos que delimitan un espacio de conocimiento y acción reconocible"².

La comunicación entonces supone un entramado de relaciones sociales que implican un proceso de interacción mediante el cual se genera un intercambio de representaciones signílicas y simbólicas entre los actores de la sociedad, su estudio se inscribe por ende en el *ámbito de las ciencias sociales, es decir, en aquellas ciencias que buscan conocer, explicar y aún predecir los hechos de una realidad humana, tanto individual como colectiva*"³ de esta manera es el ser humano en conjunto con los fenómenos sociales a los que se ve avocado, el foco principal dentro del análisis comunicativo.

La comunicación mantiene una estrecha relación con ciencias como la sociología, psicología, antropología entre otras, por compartir el mismo objeto de estudio, el ser humano y sus distintas relaciones, se le adjudica el carácter multidisciplinario e inclusive se la considera transdisciplinaria por atravesar diferentes saberes y conocimientos, tomar parte de ciertos contenidos de estas ciencias e integrarlos entre sí.

Desde el principio de los tiempos la necesidad de la comunicación, no únicamente como un instrumento de entendimiento y expresión sino también de preservación se fue volviendo cada vez más evidente, los gestos, sonidos, palabras, el habla oral y luego escrita, fueron y siguen siendo instrumentos efectivos no solo para el entendimiento sino también para la conservación de rasgos y costumbres propios de cada cultura, que amenazados por la fugacidad de la memoria humana encontraron en las distintas formas del lenguaje herramientas útiles para combatir este inconveniente.

² *Ibíd.* pp. 19.

³ *Ibíd.* pp.20.

En la constitución de los distintos lenguajes que conforman la gran variedad de lenguas, se puede apreciar la naturaleza social que ha caracterizado históricamente a la comunicación, el mismo acto de la creación de las palabras es una demostración de la contundencia de los acuerdos sociales pues la mayoría de palabras nacieron a partir del pacto mutuo de entendimiento convenido entre los miembros de la sociedad, de ahí el hecho de que las palabras sean arbitrarias.

Con el uso continuo de las palabras algunas modifican sus sentidos e inclusive adquieren nuevas significaciones, por ello se considera dinámico al lenguaje e imprescindible dentro de los procesos de socialización mediante los cuales los miembros de una comunidad se apropian de la realidad que los rodea, evidenciando el rol protagónico de la subjetividad de los interlocutores en el proceso comunicativo, siendo así que el mismo mensaje puede ser percibido de forma diferente por más de una persona dependiendo de las atribuciones que se les den a los signos y señales que integren el mensaje, en palabras de Baylon y Mignot, *“la comunicación es lograda en la medida en que la misma equivalencia es establecida por los comunicantes entre señales percibidas y significaciones atribuidas”*⁴

Para que exista este proceso de comprensión mediante el cual se genera el acto comunicativo es necesario un continuo intercambio de percepciones, entablar una relación de reciprocidad informativa entre los participantes, no se puede hacer comunicación sin tomar en cuenta al otro, tal como lo enfatizan Medina y Rodríguez:

La comunicación no se realiza sin que mi propia subjetividad la comunique a otra subjetividad, pues sólo el otro en cuanto a persona puede corresponder y permitir que exista algo en común, algo en lo cual ambos participemos; que ambas intersubjetividades sean diferentes, estén a diferente nivel es lo que permite hablar de comunicación.⁵

⁴ BAYLON, Cristián; MIGNOT, Xavier. *“La comunicación”*. Ediciones Cátedra. Madrid-España, 1996. pp. 23.

⁵ MEDINA RUBIO, Rogelio; RODRÍGUEZ NEIRA, Teófilo. *“Comunicación y educación”*. Ediciones CEAC. Barcelona-España, 1988. pp. 28.

A partir de esta perspectiva se introduce la teoría de la acción comunicativa propuesta por Habermas a este trabajo, pues su base yace en la acción social a la que este pensador se refiere como el proceso cooperativo de al menos dos actores en busca de la ejecución de un plan común, por ende este será el siguiente punto a tratar.

1.3. HABERMAS Y LA ACCIÓN COMUNICATIVA

Habermas presenta la teoría de la acción comunicativa enfocándose en primera instancia en las interacciones entre los sujetos, entendidas como mecanismos de coordinación en las que los individuos adoptan un comportamiento estratégico o cooperativo a partir de los cuales generan bien sea una acción estratégica o comunicativa.

Todo sujeto presenta pretensiones de validez de acuerdo a las interpretaciones que genera desde un determinado entorno y es a partir de estas pretensiones que se funda el acuerdo o también llamado saber común, que según Habermas es: *“acuerdo significa que los participantes acepten como válido, es decir, intersubjetivamente vinculante. Sólo merced a ello puede un saber común, en la medida en que contiene componentes o implicaciones relevantes para la secuencia de interacción, cumplir funciones de coordinación de la acción”*⁶ De aquí la importancia de los acuerdos dentro de la interacción intersubjetiva, la reciprocidad que vincula a los participantes parte de una base que puede ser aceptada o influida, de cualquier forma el acuerdo y la influencia son mecanismos de coordinación de la acción a pesar de ser contradictorios y excluyentes.

⁶ HABERMAS, Jürgen. *“Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos”*. Ediciones Cátedra. Madrid-España, 2001. pp. 481.

Los actores poseen planes de acción dentro del proceso comunicativo y su actitud frente a éste puede estar orientada al éxito de su acción o al entendimiento. En el primer caso el individuo adopta una actitud objetivante en pro de las consecuencias que puede obtener de su accionar, los demás elementos dentro del proceso comunicativo son meros obstáculos que impiden al emisor llegar a realizar su plan de acción. Por otro lado, la actitud orientada al entendimiento se basa en la coordinación de común acuerdo de los planes de acción que tienen los distintos participantes que solo serán ejecutados bajo las condiciones acordadas, por ello Habermas determina que la actitud orientada al entendimiento es realizativa pues los integrantes se entienden unos a otros y conocen la situación que se les presenta y la forma de manejarla, es decir, los participantes dependen del consenso al que puedan llegar sobre las pretensiones de validez que se presentan entre sí, por ello el lenguaje dentro de esquema ocupa un sitio fundamental.⁷

El producto radiofónico que se producirá será elaborado de forma tal que genere una actitud de orientación al entendimiento, mediante el cual se presentará una pretensión de validez a partir de la cual los sujetos del aprendizaje puedan ejecutar sus propios planes de acción a través de la interacción, no es posible optar por una actitud orientada al propio éxito debido a que ésta se encuentra enmarcada en las relaciones de mercado y dominación, de intercambio y poder para las cuales la sociedad no es más que un orden instrumental, concebido previamente que convierte a los integrantes del proceso en un instrumento más, exclusivamente necesario para la consecución de sus fines, por ello se tratará en detalle los modelos de la acción no estratégica a continuación.

⁷ HABERMAS, Jürgen. “*Teoría de la acción comunicativa*”. Ediciones Taurus. Madrid-España, 1987. Tomo I, pp. 121-123.

1.3.1. LA ACCIÓN ORIENTADA AL ENTENDIMIENTO

Habermas explica que existen ciertos modelos de acción no estratégica que a través de la coordinación de la acción y el uso del lenguaje pueden llegar al entendimiento, desde los conceptos sociológicos de la acción en relación con el mundo objetivo se entabla por una parte la acción teleológica mediante la cual se presenta a un individuo capaz de forjar una opinión propia y examinarla para encaminarla a la ejecución de su intencionalidad, demostrando así su pertenencia a la acción estratégica, como la acción regulada por normas por otro lado desde el mundo social en el que el sujeto puede interactuar con los demás participantes en un proceso legítimamente regulado para todos los integrantes de este mundo, la acción dramática por su parte está ligada al mundo subjetivo por tratarse de la manera en que los individuos se presentan a sí mismos frente a los demás, para que estas relaciones entre los actores y los mundos se puedan introducir en la acción orientada al entendimiento es necesario que se conviertan en procesos reflexivos.⁸

Por ello este pensador acota que la acción regulada por normas y la dramática demuestran debilidades, pues, o bien se limitan a reproducir las mismas estructuras institucionalizadas en el orden social, o las identidades que se exhiben son concebidas de forma externa a la sociedad. Existen otros métodos que desde mecanismos lingüísticos buscan explicar la acción orientada al entendimiento, la etnometodología y el interaccionismo simbólico, según Habermas, “*presentan a la acción comunicativa como un medio a través del cual discurren los procesos de socialización o se fingen órdenes normativos*”⁹ por lo que no los considera válidos de igual modo.

La acción comunicativa entonces se inserta en los mundos objetivo, subjetivo y social a través de las pretensiones de validez que los integrantes del proceso comunicativo ponen

⁸ HABERMAS, Jürgen. Op. Cit. pp. 490-493.

⁹ *Ibíd.* pp. 489.

en discusión, por ello estas pretensiones deben ser presentadas con carácter veraz, verdadero y recto en sus enunciados, acciones y manifestaciones, ya que este es el punto de partida para llegar a la validez del habla, es así que Habermas expresa, *"que el entendimiento funcione como mecanismo coordinador de la acción sólo puede significar que los participantes en la interacción se ponen de acuerdo acerca de la validez que pretenden para sus emisiones o manifestaciones, es decir, que reconocen intersubjetivamente las "pretensiones de validez" con que se presentan unos frente a otros"*.¹⁰ En definitiva, el entendimiento busca un acuerdo que conlleve a la comprensión, confianza y concordancia mutua del saber compartido.

Es desde este contexto que este pensador introduce una diferenciación elemental dentro de la teoría de la acción comunicativa, la del mundo, entendido como el sitio en el que los participantes llegan al entendimiento mediante la interacción, y el mundo de vida, donde se generan sus procesos interpretativos, que será tratado a continuación con mayor detenimiento por ser el trasfondo de la acción comunicativa.

1.3.2. MUNDO DE LA VIDA

El mundo de la vida es el ámbito general, básico y superior que abarca los mundos social, objetivo y subjetivo, representa el conjunto de situaciones de la realidad de cada individuo, la perspectiva interna a partir de la cual actúan en la sociedad, el mundo de vida es el complemento de la acción comunicativa por ser el trasfondo contextualizador de los procesos de entendimiento.¹¹

¹⁰ HABERMAS, Jürgen. *"Teoría de la acción comunicativa"*. Ediciones Taurus. Madrid-España, 1987. Tomo I, pp. 143.

¹¹ HABERMAS, Jürgen. *"Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos"*. Ediciones Cátedra. Madrid-España, 2001. pp. 493-497.

Los actores entablan una relación con el mundo a partir de la acción orientada al entendimiento procurando realizar los planes de acción que poseen de forma conveniente para las partes que integran el proceso, de manera que se pueda evitar el riesgo de fracaso del entendimiento e inclusive de que no se cumplan los planes de acción, en este proceso el lenguaje juega un papel fundamental al asumir las funciones de entendimiento, coordinación y socialización necesarias para la reproducción cultural, integración social y la socialización del conocimiento, aspectos alrededor de los cuales gira la presente investigación y posterior producción radiofónica.

La importancia de que los sujetos comprendan sus mundos de la vida, radica en el hecho de que solo entendiéndolos lo suficiente podrán actuar sobre ellos, de ahí que Habermas deje en claro que el mundo de la vida no es exclusivamente un formador de contextos, sino que también ofrece una provisión de convicciones mediante las cuales los individuos realizan interpretaciones que serán puestas a consenso en función de llegar al entendimiento, estas convicciones provienen del *“transfondo que constituye el mundo de la vida que consta de habilidades individuales, del saber intuitivo acerca de cómo arreglárselas en una situación, y de prácticas socialmente sabidas y ejercitadas”*¹², es decir, el mundo de la vida se convierte en un soporte donde apoyarse frente a cualquier inconveniente.

En base al mundo de la vida se forma un elemento fundamental que parte de la interacción en la práctica comunicativa cotidiana, la tradición cultural, ésta se genera cuando los sujetos coordinan sus acciones reconociendo críticamente las pretensiones de validez intersubjetivas de manera que se pueden apoyar y reforzar su pertenencia a un determinado grupo social, en otras palabras, la tradición cultural que comparte una misma comunidad está formada por los distintos mundos de vida de acuerdo a las interpretaciones que les dan sus integrantes, para los integrantes del proceso de aprendizaje a los cuales está enfocado el producto radiofónico a producirse este punto es

¹² *Ibíd.* pp. 496-497.

fundamental para lograr la socialización cultural, fin mismo del producto comunicativo, que busca generar un proceso de interacción entre los sujetos utilizando los medios masivos de comunicación, en este caso la radio, de manera que al compartir sus distintas percepciones puedan apropiarse de las tradiciones culturales del sector.

A partir de este punto teórico se despliega un tema de gran interés para esta investigación en el desarrollo de la producción radiofónica educomunicativa, la identidad, Habermas expresa esta cuestión de la siguiente manera: *“la acción comunicativa sirve al desarrollo de identidades personales. Las estructuras simbólicas del mundo de la vida se reproducen por vía de la prosecución de saber válido, de la estabilización de solidaridades grupales y de la formación de actores capaces de responder a sus actos.”*¹³ Es decir, dentro del desarrollo de la identidad se reproduce la tradición cultural, se integran socialmente los sujetos y se socializan percepciones que se generan a partir de nuevas situaciones frente a las que se encuentra un individuo que para poder interpretarlas necesita conectarse con sus estados existentes en el mundo de la vida.

De estos aspectos se desprenden a su vez los componentes estructurales del mundo de la vida, la cultura entendida como la provisión de saber que poseen los participantes en proceso comunicativo que deviene de sus interpretaciones, la sociedad que regula la pertenencia de los individuos a un grupo social a través de órdenes legítimos, y la personalidad a la que Habermas se refiere como la competencia que permite a una persona participar en procesos de entendimiento afirmando en éstos su identidad, *“el campo semántico de los contenidos simbólicos, el espacio social y el tiempo histórico constituyen las dimensiones en que se extienden las acciones comunicativas (...) estos procesos de reproducción se refieren a las estructuras simbólicas del mundo de la vida”*¹⁴

¹³ *Ibíd.* pp. 498.

¹⁴ *Ibíd.* pp. 498.

En definitiva, para que la reproducción simbólica del mundo de la vida se pueda dar, este proceso debe estar enmarcado en la acción orientada al entendimiento, al sujeto entendido como un participante del proceso y no como una herramienta del mismo, como proveedor de aportes que puedan colaborar en la formación de identidades, la reproducción cultural, su sociabilización e inclusive la integración social y no como un ente en el que se pueda influir para obtener resultados individuales direccionados al éxito de quien los emite, estos lineamientos de gran utilidad por demás dentro del proceso comunicativo lo son también dentro del proceso de enseñanza, una enseñanza enfocada en la formación de individuos críticos, que aportan al proceso de aprendizaje y no son concebidos como recipientes a ser llenados de conocimientos, cambiando el direccionamiento de la educación de forma vertical a una forma horizontal mucho más enriquecedora.

Estos lineamientos teóricos presentados por Habermas se enmarcan dentro del paradigma comunicacional que cruza toda la teoría a partir de la cual se sustenta la presente investigación, la teoría crítica, para cuya explicación se hace necesaria la introducción de los demás paradigmas de la comunicación.

1.4. PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN

Un paradigma es un gran patrón teórico que articula métodos que son compartidos por una comunidad sea ésta social o científica, los paradigmas influyen en la percepción que poseen los individuos de la realidad. Thomas Kuhn define a los paradigmas como: *“conjunto de suposiciones interrelacionadas respecto al mundo social que proporciona un marco filosófico para el estudio organizado de este mundo”*¹⁵, los paradigmas pueden ser considerados además como guías para los estudiosos de una disciplina pues exponen la problemática a la que se debe orientar el análisis, es decir, desde la visión

¹⁵KUHN, Thomas en COOK, Thomas. *“Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa”*. Ediciones Morata. Madrid-España, 2005. pp. 60.

científica un paradigma es un modelo de solución a ciertas problemáticas científicas concretas utilizado en la práctica por una comunidad científica, generando tradiciones investigativas que devienen del éxito obtenido en experiencias previas en un periodo de tiempo determinado.¹⁶

Una característica fundamental de los paradigmas es su naturaleza cambiante, un paradigma nunca se extingue, ni se acaba, se transforma, ningún éxito previo que pueda adjudicarse a un paradigma garantiza que éste dure eternamente, los paradigmas cambian en función del momento histórico, la forma de vida y de pensar de las personas, en este proceso los miembros de la comunidad generan una masa crítica que se inclina a creer en un nuevo paradigma, este cambio de creencias es paulatino y la transición del uno al otro se toma su tiempo, obviamente habrán quienes rechacen este cambio y se mantengan aferrados al antiguo paradigma.

Este cambio de perspectiva puede llegar a ser tan fuerte que puede causar que los miembros de una comunidad observen objetos familiares con una luz diferente, desde este enfoque Kuhn acota que:

La transición de un paradigma en crisis a otro nuevo del que pueda surgir una nueva tradición de ciencia normal, está lejos de ser un proceso de acumulación, al que se llegue por medio de una articulación o una ampliación del antiguo paradigma. Es más bien una reconstrucción del campo, a partir de nuevos fundamentos, reconstrucción que cambia algunas de las generalizaciones teóricas más elementales del campo, así como también muchos de los métodos y aplicaciones del paradigma.¹⁷

Los paradigmas de la comunicación, entre otro aspectos, tratan de demostrar científicamente el papel de los medios en la sociedad desde distintos métodos pero en particular a través del método hipotético deductivo por creerlo el más apropiado para

¹⁶KUHN, Thomas. “*La estructura de las revoluciones científicas*”. Editorial Fondo de Cultura Económica. México D-F.-México, 1971. pp. 32-38.

¹⁷ *Ibíd.* pp.139.

explicar sucesos, sin embargo con el pasar de los años estos paradigmas han llegado a entrar en crisis por concebir a la comunicación desde una visión instrumentalista y reduccionista, los cambios ocurridos en las últimas décadas en la comunicación especialmente en su relación con la información y los medios masivos, hicieron aún más evidente el hecho de que los conceptos, nociones y modelos presentados por los paradigmas clásicos no han logrado adaptarse a estos cambios, aun así para poder comprender el desarrollo que ha tenido el estudio de la comunicación es necesario poner en consideración las propuestas que se presentaron a partir de cada paradigma.

1.4.1. FUNCIONALISMO

A partir de esta corriente los investigadores buscaban demostrar la función de los medios en la sociedad y las reacciones que podían causar en las personas por considerarlos potencialmente persuasivos en la creación y emisión de sus mensajes.

Esta corriente se formó en base a la teoría de la información o matemática para la cual toda transmisión de información es igual a comunicación, la información entonces es vital por ser la encargada de disminuir incertidumbres transformando al individuo y a la sociedad, entendida esta última desde la sociología como un organismo vivo cuyos elementos institucionalizados cumplen una función determinada destinada a garantizar su equilibrio y supervivencia, es así que las funciones que cumplen cada elemento responden a las necesidades de la estructura, los medios en este contexto tienen la función de mantener el orden social.

Uno de los pensadores más reconocido es Harold Lasswell, psicólogo experto en ciencias políticas que empezó su estudio en 1929, instauró el modelo clásico de comunicación sustentado en los elementos: emisor, mensaje, canal, receptor y efecto, para este pensador *“una manera conveniente de describir el acto de comunicación es la*

*que surge de la contestación a las siguientes preguntas: ¿Quién dice qué, en qué canal, a quién, y con qué efectos?*¹⁸, este modelo descrito por Lasswell se convirtió en la forma de entender a la comunicación por un largo periodo de tiempo, fue tal su impacto que inclusive en la actualidad gran parte de los medios masivos aún lo utilizan para elaborar sus mensajes, en especial en América del Norte.

Por otro lado Lasswell también enfoca su estudio a las funciones latentes de la comunicación de masas, la transmisión cultural mediante los diversos canales, el entretenimiento e inclusive la educación de la sociedad, adicionalmente la comunicación para este pensador cumple tres funciones en la sociedad: *a) la vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen; b) la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; c) la transmisión de la herencia social.*¹⁹, estas funciones se ven avocadas en definitiva a la información, proporcionarla, comprenderla y difundirla.

Un ejemplo claro de este modelo se puede evidenciar en los noticieros emitidos por la mayor parte de los medios masivos de comunicación, las noticias que presentan sucesos violentos, crímenes, y demás transgresiones contra el orden social no necesariamente emiten una opinión que exprese el rechazo de los medios hacia estos hechos, sin embargo el énfasis que se les proporciona a estos sucesos en especial en el caso de los medios visuales genera en la sociedad una resignificación magnificada acerca de estos eventos desde su entorno lo que no solo los consolida como contrarios al sistema establecido, sino que también son internalizados por los miembros de la sociedad como actos cotidianos bastante recurrentes cuando en verdad puede que no sean tan repetitivos como los medios los presentan pero por el tiempo que se les dedica dentro del noticiero

¹⁸ LASSWELL, Harold en DE MORAGAS, Miguel. “*Sociología de la comunicación de masas*”. Editorial Gustavo Gili. Barcelona-España, 1985. pp. 193.

¹⁹ LASSWELL, Harold en MATTELART, Armand y Michèle. “*Historia de las teorías de la comunicación*”. Editorial Paidós. Barcelona-España, 1997. pp. 31.

generan esta impresión, el hecho de que los medios tomen solamente una parte de la realidad y la expongan a la sociedad de la manera en que mejor les parezca genera en los sujetos la impresión de que únicamente la realidad presentada por éstos es la existente de manera que los individuos reproducen lo que perciben a través de los medios a los demás miembros de la sociedad.

Así mismo los sociólogos Paul Lazarfeld y Robert Merton son dos representantes reconocidos por sus aportes a esta línea teórica, además de las funciones que propone Lasswell estos pensadores presentan la función de los medios dirigida al entretenimiento e integran el concepto de las disfunciones. Merton introduce por su parte las funciones latentes provenientes de consecuencias imprevistas, las funciones manifiestas derivadas de consecuencias previstas y las disfunciones entendidas como consecuencias indeseables. Lazarfeld en esta misma línea presenta como funciones de los medios, el conferir status por tener la capacidad de dar prestigio y realzar la autoridad de un individuo convirtiéndolo en líder de opinión, e imponer y reafirmar normas sociales, mientras que a la disfunción la llama narcotizante pues considera que los medios provocan en los individuos una confusión entre el saber acerca de un asunto y el hacer algo al respecto, es decir, cuanto más activo es el mensaje que recibe un sujeto, éste se vuelve más pasivo.²⁰

De acuerdo a las características que le dan forma a este enfoque queda claro el motivo por el que no es la corriente más apropiada para enmarcar este estudio, su análisis es especialmente cuantitativo y empírico, dejando de lado casi por completo tanto al contexto socio-cultural como a la subjetividad de los participantes en la comunicación, la sociedad comprendida más como un ente que como un lugar de encuentros e interrelaciones hace que los pensadores de esta línea teórica determinen como

²⁰ MATTELART, Armand y Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona-España, 1997. pp. 31-38.

disfuncional cualquier alteración del orden pre-establecido sobrevalorando el poder de persuasión de los medios y su impacto en la sociedad.

1.4.2. ESTRUCTURALISMO

Este paradigma explica la comunicación desde el sentido y significación de los hechos socio-culturales a partir de la relación entre las partes que constituyen esta dinámica y su contexto, por ello esta teoría sobrepasa el nivel mediático al que se enfoca el funcionalismo, para invocar que todo acontecimiento social es de hecho también un acto comunicativo por este motivo existe una importante incidencia de varias disciplinas en su constitución como: la antropología, semiótica, semiología y la lingüística principalmente.

En palabras de Erick Torrico *“la preocupación central de los estructuralistas es la significación, sus niveles, modos y estructuras. En consecuencia, su objeto de estudio será el mensaje”*²¹, pero este mensaje entendido desde una perspectiva lingüística, por este motivo se considera a Ferdinand de Saussure el principal fundador de los métodos de esta teoría al afirmar que *“la lengua es una institución social, mientras que la palabra es un acto individual. En cuanto institución social, la lengua es un sistema organizado de signos que expresan ideas: representa el aspecto codificado del lenguaje”*²², y es mediante la lingüística que se conocen los parámetros de este sistema organizado mediante el cual se produce sentido.

La semiología base fundamental en la concepción de esta corriente teórica es, como lo explica Saussure, la ciencia que estudia los signos en la vida social, y es en función a esta línea teórica que se integra dentro de este paradigma otro vértice importante, la

²¹ TORRICO VILLANUEVA, Erick. *La Tesis en comunicación*. Artes graficas Latina. La Paz-Bolivia, 1997. pp. 36.

²² MATTELART, Armand y Michèle. Op. Cit. pp. 59-60.

semiótica, que se funda a partir de la práctica cotidiana de la comunicación desde la cual es posible reflexionar sobre los sentidos y estructuras.

Roland Barthes introduce los términos complementarios: lengua-palabra, sistema-sintagma, significante-significado, y denotación-connotación, siendo los dos últimos binomios los más importantes en el estudio del discurso emitido por los medios de comunicación, es a partir de ellos que se genera el proceso de significación tomando en cuenta el contenido manifiesto de los mensajes, fue Algirdas-Julien Greimas, otro pensador reconocido del estructuralismo quien realizó un estudio acerca de este último aspecto además de presentar el modelo actancial mediante el cual introdujo la idea de que todas las personas y objetos cumplen un rol determinado cuya asignación no es casual, sino que responde a la estructura, para ambos representantes de este paradigma sus aportes buscaban fundar la base de la semiología dentro del estructuralismo.²³

Por su parte el pensador con mayor inclinación hacia la semiótica para exponer el estudio de la comunicación a partir del modelo estructuralista, es Pierce que advierte que *“todo está integrado en el campo de las relaciones comunicativas, donde la realidad se articula como un sistema total de semiosis, amplio e ilimitado, previo a cualquier descripción posterior”*²⁴ por ello define a la semiótica como la teoría de los signos enfocada en el estudio de sus conceptos básicos y generales, verificando su estructura y validez dentro de las percepciones culturales, en otras palabras, se la concibe como una mirada de la realidad desde el proceso comunicativo mediante el cual se convierte en signos a las cosas que se perciben y que conllevan en sí mismas un significado.

²³ Ibíd. pp. 60-61.

²⁴ PIERCE, Charles en ZECCHETTO, Victorino. *“La danza de los signos”*. Ediciones Abya-Yala. Quito-Ecuador, 2002. pp. 09.

Por otro lado los modelos estructuralistas buscan describir los parámetros bajo los cuales se rigen de manera inconsciente las normas sociales, dentro de este sistema los sentidos juegan un papel fundamental por ser los encargados de marcar el camino en el proceso de significación de los acontecimientos, los medios de comunicación entonces no son exclusivamente canales de transmisión a través de los cuales se emiten mensajes elaborados premeditadamente, sino más bien instrumentos que codifican o refuerzan aquello que en la sociedad ya posee sentido, debido a que desde esta visión la sociedad es una realidad eminentemente cultural.

Hablar de comunicación e información desde la visión estructuralista no implica ni lo mismo, ni lo contrario, más bien son concebidos como elementos distintos establecidos a partir de las regulaciones mediante las que se estructuran los datos, como los sentidos pueden ser engañosos se generan por un lado estructuras lógicas que facilitan el descubrimiento de las relaciones sociales a partir de las cuales fueron concebidos , y por otro se conocen los parámetros bajo los que se establecen las normas sociales.

Una vez expuestas las principales características que determinan a este paradigma es claro que al igual que el funcionalismo no puede ser el punto de partida de esta investigación pues su propuesta se estanca en un mero formalismo lingüístico. Habiendo presentado las características, modelos y teorías que dan forma a dos de los paradigmas con mayor representatividad en la comunicación, pero que dentro de la presente investigación no tienen influencia, se introduce ahora el tercer paradigma a partir del cual nace la base teórica que fundamenta la realización del producto radiofónico, la teoría crítica.

1.4.3. TEORÍA CRÍTICA

Desde este paradigma se buscó enfrentar los planteamientos teóricos presentados desde el funcionalismo en especial acerca de los medios y las sociedades de masas, se basa en el psicoanálisis, el marxismo y la sociología crítica, es así que afirma que los signos y símbolos resultan de las actividades sociales de los integrantes de una comunidad, la diferencia con el estructuralismo radica en que mediante estas actividades los individuos transforman la realidad, transformación que a través de los medios de comunicación se ve transgredida por ser éstos los que presentan su idea de realidad, una realidad impuesta, ajena y excluyente que no permite a los sujetos actuar sobre ella sino simplemente apreciarla desde afuera.

La teoría crítica plantea la necesidad de comprender la ciencia, la comunicación y la cultura desde una visión multidisciplinaria pues afirma que la realidad no se puede comprender en base a un conocimiento segmentado y mucho menos poco crítico, por ello hace énfasis en la importancia de la crítica como ejercicio de la propia razón frente al mundo para cambiarlo. La crítica entonces está dirigida a poner en evidencia los límites construidos por los órdenes históricos en contraste con las probabilidades de que tales esquemas respondan de forma cada vez más plena a las necesidades individuales y colectivas de una sociedad.

Esta línea teórica también conocida como marxismo, para entender a la comunicación parte del materialismo histórico dialectico desde el cual la comunicación es un hecho social que surge con el ser humano y cuyos cambios se producen por las necesidades concretas que se generan con el desarrollo, en este proceso busca desentrañar las relaciones que se dan en la superestructura entre el capital y el trabajo, considerando a los medios masivos de comunicación como empresas y a la información como mercancía a través de la cual obtienen ganancias, mientras a su vez son también instrumentos de control ideológico y político. En palabras de Erick Torrico:

La preocupación marxista se dirige a la comprensión de las determinaciones macrosociales de los fenómenos. Esto, en el estudio de la comunicación se expresa en la interpretación de los contextos históricos (económicos, políticos y sociales) y de los procesos ideológicos que reproducen la confrontación clasista en los distintos espacios de la vida social.²⁵

La cultura es una de las aristas fundamentales dentro de esta teoría, es entendida como una producción material y simbólica de una comunidad por lo tanto no puede ser la creación de emisores institucionalizados privilegiados en desmedro de la creación popular, a partir de esta percepción Adorno y Horkheimer, dos de los pensadores más destacados de este paradigma, introducen el término de industria cultural mediante el cual expresan como los medios masivos de comunicación convierten en mercancía los bienes simbólicos de la sociedad.

La industria cultural, dicen estos autores, es el instrumento de dominación ideológica utilizado por los medios masivos de comunicación a través de la cual degradan a la cultura estereotipando la realidad, toda expresión surgida desde las periferias es banalizada en función de obtener una idea uniforme de la realidad, y así mediante la tecnología que poseen los medios a su alcance se reproduzca el sistema de dominación, la industria cultural no es democrática pues disfraza con traje de libre elección lo que presenta a los sujetos, cuando en realidad la opción de decidir no existe pues aquello que tienen en frente es una limitada colección escogida previamente por quienes manejan los medios en función de sus intereses y no de las necesidades de los individuos.²⁶

Desde la postura de Mattelart *“la industria cultural fija de manera ejemplar la quiebra de la cultura, su caída en la mercancía. La transformación del acto cultural en un valor*

²⁵ TORRICO VILLANUEVA, Erick. *La Tesis en comunicación*. Artes graficas Latina. La Paz-Bolivia, 1997. pp. 38.

²⁶ ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *“Dialéctica del iluminismo”*. Ediciones Sur. Buenos Aires-Argentina, 1971.

destruye su capacidad crítica y disuelve en él las huellas de una experiencia auténtica”²⁷ al convertirse la cultura en simple mercancía pierde su valor crítico y se aleja de las experiencias de los individuos de manera que se vuelve útil como instrumento de control social y más aún como medio económico.

La industria cultural genera una cultura de masas en la que la ideología es utilizada, como dirían Horkheimer y Adorno como el principal instrumento de dominación de conciencias, desde esta instancia se cosifica al mundo, los individuos ya no son los actores de la historia sino más bien los espectadores que se convierten en un público homogéneo al cual se le presentan mensajes basados en conocimientos fragmentados, inacabados y uniformes que sin embargo están cubiertos por una refinada apariencia neutral, es así que presentando una industria cultural uniforme que se repite a sí misma favoreciendo a la fetichización de la mercancía todo proceso comunicacional se remite al mismo centro.

Otro pensador reconocido dentro de este paradigma es Herbert Marcuse quien, a través de su obra el “hombre unidireccional”, presenta su percepción de los individuos como seres aislados, introducidos en el engranaje de la productividad y dominados por la racionalidad técnica que anula en el pensamiento crítico, *“para Marcuse, como para Adorno y Horkheimer, todo el potencial emancipador de la ciencia y la técnica se dedica a beneficiar la reproducción del sistema de dominación y de sometimiento”*²⁸.

Marcuse hace una crítica acerca de la sociedad tecnológica industrializada y totalitaria que ha homogenizado e impuesto necesidades ficticias que encadenan a los individuos a una sociedad unidimensional para la cual los seres humanos son simples instrumentos de productividad, esta instrumentalización impone la integración de los individuos a este

²⁷ MATTELART, Armand y Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Editorial Paidós. Barcelona-España, 1997. pp.54.

²⁸ MATTELART, Armand y Michèle. Op. Cit. pp. 58.

nuevo mundo tecnológico desarraigándolos violentamente de sus tradiciones mientras los conforma haciéndoles creer que se encuentran en un estado de bienestar que satisface sus necesidades. En lo que al lenguaje se refiere este pensador indica que en este tipo de sociedades utilizan un lenguaje estereotipado que trunca el proceso de apreciación y problematización de la realidad de manera que no tienen conciencia de su alienación y por ello no pueden oponer resistencia más por el contrario se integran plenamente a un sistema justificado por una aparente racionalidad que más bien cae en la inconsciencia y anula la crítica.²⁹

Conforme el estudio de la comunicación se desenvolvía bajo los lineamientos teóricos característicos de este paradigma hubieron varios pensadores que desarrollaron nuevas ideas acerca del papel de los medios masivos en relación con la cultura, es en este contexto que Umberto Eco introduce los términos apocalípticos e integrados para describir las posturas de ciertos pensadores representantes de la teoría crítica frente a la industria cultural, Eco indica en primera instancia que ambas perspectivas son erróneas, por un lado los apocalípticos perciben a la cultura desde una visión clasista concibiéndola como un privilegio reservado a la élite de manera que se evite la masificación que es la muestra más clara, según ellos, de la crisis de la cultura. Por otro lado los integrados realzan las bondades de la nueva industria cultural acotando que los medios democratizan la cultura pues las grandes manifestaciones artísticas se difunden a través de éstos lo que hace que un mayor número de personas puedan acceder a la cultura fundando así un horizonte más justo en la sociedad. Eco afirma que calificar a los medios de forma positiva o negativa es lo mismo que escoger entre ser apocalíptico o integrado y ese no es el propósito de su estudio sino más bien aceptar la existencia activa de los medios masivos de comunicación en la sociedad de manera que se los pueda enfocar hacia la cultura.³⁰

²⁹ MARCUSE, Herbert. *“El hombre unidimensional”*. Gráfica Panamericana. México D.F.- México. 1969. pp. 23-27, 70-76.

³⁰ ECO, Umberto. *“Apocalípticos e Integrados”*. Editorial Lumen. Barcelona-España. 1968. pp. 11-26.

En definitiva, a pesar de que gran parte de los pensadores de esta corriente satanizaron a los medios por considerarlos autoritarios e individualistas, fue por esa visión desconfiada del aparente propósito inocente de los medios que se puso en evidencia su verdadero poder de influencia sobre la sociedad. El punto central de este estudio se basa en el fortalecimiento cultural siendo así que los aportes brindados desde esta corriente en lo referente a la cultura son de suma importancia pues la influencia de los medios se ha visto reflejada en la aceptación de lo extranjero mientras se va generando una brecha cada vez mayor con lo propio llegando al punto de generar una crisis identitaria por la cual los sujetos se ven más propensos a aceptar la cultura consumista que promueven los medios, aun cuando la situación expuesta podría ser encasillada como una percepción apocalíptica es simplemente una manera de presentar un escenario frente al cual se encuentran muchas sociedades, tal es el caso de Pomasqui como lo demostró el diagnóstico situacional presentado en el plan de producto.

Frente a esta problemática y en base a la teoría crítica se desprende la línea comunicacional en la que se enmarca tanto la investigación como la presente producción educomunicacional, la escuela latinoamericana de comunicación cuya propuesta se funda en la idea de combatir a los medios desde los medios, ese ideal es el que persigue el producto radiofónico a realizarse, en base a la utilización de los medios combatir a la cultura de masas para poder fortalecer la cultura popular que los medios han desacreditado para obtener una sociedad homogénea fácil de manejar, lejos de lo que pensadores como Adorno acotaron en relación de la imposibilidad de los medios para generar procesos de interacción, este estudio se propone en demostrar lo que durante los últimos quince años ha sido evidente, los medios de comunicación mediante las nuevas tecnologías de la información han abierto puertas para el acercamiento de los sujetos, para compartir sus percepciones y propuestas, es por ello que se busca demostrar que los medios de comunicación pueden ser de gran utilidad en procesos de fortalecimiento de identidad y cultura, siempre y cuando se los utilice pensando en las necesidades de las comunidades.

1.5. ESCUELA LATINOAMERICANA DE COMUNICACIÓN

Se puede afirmar que esta línea teórica se empezó a desarrollar al mismo tiempo que lo hacía el periodismo en América Latina, a diferencia de América del Norte y Europa lugares en donde el estudio de la comunicación se basó en distintas disciplinas, en Latinoamérica fue influenciado por la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt.

A comienzos del siglo XX, Argentina y Brasil fueron los primeros países de la región que fundaron escuelas de periodismo, pero no fue sino hasta los años sesenta que la escuela latinoamericana empieza a consolidarse alejándose de las teorías estadounidenses por considerarlas concebidas en beneficio de los grupos de poder mediante las cuales lograron establecer un nuevo orden mundial manejado desde los Estados Unidos.

Los pensadores de la escuela latinoamericana enfocaron su estudio en el papel de los medios en la región pues afirmaban que éstos debían estar direccionados al desarrollo social, la democracia, la educación y la cultura, este último aspecto fue de gran interés para los estudiosos de esta rama pues evidenciaron el importante rol que jugaban los medios en la transmisión de una cultura extranjera, es a partir de este momento que desde esta línea teórica se acuña el concepto de imperialismo cultural que expresa como las naciones poderosas a través de los medios imponen su cultura.

El imperialismo cultural genera estereotipos y necesidades consumistas ideadas por las culturas dominantes para reemplazar el consumo simbólico y material de lo local de manera que la cultura propia se ve afectada y se va debilitando de a poco, otro problema que ya se avizoró desde la escuela de Frankfurt subyace dentro de esta situación y es el hecho de que los sujetos no se dan cuenta que otra cultura está desplazando a la suya, es

decir pierden su capacidad crítica e inclusive aceptan con agrado aquello que se les impone.

Parte del proceso formador de la escuela latinoamericana de comunicación se da en el año de 1959 en la ciudad de Quito se crea la CIESPAL, el centro internacional de estudios superiores para la comunicación en América Latina como iniciativa de la UNESCO, desde el cual se genera un significativo estímulo a la investigación de la comunicación en la región, a partir de este hecho en distintos países latinoamericanos se empiezan a fundar otras instituciones como la asociación latinoamericana de investigadores de la comunicación (ALAIIC), la federación latinoamericana de facultades de comunicación social (FELAFACS), entre otras destinadas al mismo propósito, los aportes provenientes de los pensadores adscritos a estas instituciones fortalecieron la estructura teórica de la escuela latinoamericana.

A raíz de los estudios provenientes de estas entidades se constituyó un movimiento fundamental en la formación de la escuela latinoamericana, el de formación del nuevo orden informativo internacional, “(...) *(propuesto en los años ochenta en los organismos internacionales por los países del tercer mundo), el cual planteó la necesidad de una ruptura con el modelo económico y con el modelo informativo y comunicacional, impuesto por los países desarrollados, por considerarlos injustos y desiguales*”³¹. A pesar del reconocimiento que llegó a tener este movimiento en la región a finales de los años ochenta perdió fuerza por motivos económicos y políticos, aun así en la década de los noventa se presentó un informe insistiendo en que el problema inicial del manejo de la información se mantenía e incluso debido a la globalización y las nuevas tecnologías de la información tenía mayor contundencia, “*la falta de pluralidad informativa de los medios globalizados, la no democracia de la comunicaciones internacionales y los*

³¹ PINEDA DE ALCAZÁR, Migdalia. “*Las teorías clásicas de la comunicación: balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI*”. Revista Opción, N° 36. Maracaibo-Venezuela, 2001. pp. 22.

desequilibrios informativos y comunicacionales entre países ricos y pobres”³², eran todavía problemas que se debía enfrentar.

Así mismo en la década de los ochenta patrocinado por la UNESCO, se presentó el informe MacBride o también conocido como “Muchas voces, un solo mundo”, *donde participaron expertos de la región, encabezados por Sean MacBride, para proponer la necesidad de utilizar los medios y las comunicaciones para el desarrollo social, económico y cultural de los pueblos (...) en definitiva la democratización de las comunicaciones*”³³

De la mano con estos eventos fueron emergiendo varios pensadores que le dieron forma a la línea teórica que caracteriza a esta escuela, Jesús Martín Barbero es uno de los estudiosos más representativos por sus aportes como lo es la teoría de las mediaciones culturales mediante la cual afirma que todo aquello que reciben los sujetos de los medios no lo hacen de forma pasiva sino que lo reconocen, lo significan y por las mediaciones se apropian de la información ya reflexionada e interpretada. Martín Barbero entiende por mediaciones al lugar donde se conforman los sentidos que dan los individuos a sus prácticas sociales, este proceso implica parcialidad más no neutralidad pues altera la realidad, esto porque el proceso comunicativo no se da en un vacío social por el contrario se desarrolla en un entramado de relaciones culturales a partir de las cuales las personas resemantizan los mensajes que les son transmitidos.³⁴

Por otro también se destaca García Canclini quien se enfoca en el concepto de consumo entendido como una práctica sociocultural donde se generan significados y sentidos, este autor dirige su estudio al consumo de los medios y los productos culturales que éstos

³² *Ibíd.* pp. 22-23.

³³ *Ibíd.* pp. 22.

³⁴ MARTÍN BARBERO, Jesús. “*De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*”. Editorial Gustavo Gili. Barcelona-España, 1987. pp. 203-205, 224-228.

presentan, los mensajes, pero no como simples transmisores de información neutral sino como estructuras ideológicas que determinan los comportamientos sociales. Este pensador introduce el término hibridación cultural para denominar el proceso frente al cual se ve sometida la cultura debido a su manipulación por lo medios masivos, es así que se genera un encuentro entre la cultura popular y la cultura masiva en el cual se puede evidenciar tanto reacciones de resistencia frente a aquello que se desea imponer, como de aceptación dando como resultado la combinación de lo propio con lo extranjero.³⁵

Uno de los más importantes aportes para la escuela latinoamericana de comunicación lo realizó Rosa María Alfaro pues introdujo una concepción comunicacional distinta, la comunicación alternativa, un proceso horizontal y multidireccional, un dialogo en el cual el papel de emisor y receptor es intercambiable propio de los grupos sociales no dominantes. A este tipo de comunicación se la conoce también como popular, comunitaria o educativa pues permite que los actores de sectores marginados se conviertan en protagonistas de la comunicación y puedan gestionar desde allí el cambio social, hace énfasis en la reivindicación de los sujetos en el proceso comunicativo por lo que el ámbito humano desde esta perspectiva es fundamental. Esta pensadora peruana evidenció la factibilidad que posee la radio como medio para generar este tipo de procesos, por haber demostrado ser de gran aceptación por parte de los pobladores de sectores rurales y por generar un ambiente de encuentro propicio para el dialogo.³⁶

Los pensadores mencionados son parte de un extenso grupo de estudiosos de la comunicación en América Latina, sin embargo sus propuestas son esenciales para el desarrollo de la presente investigación, por tal motivo en el siguiente capítulo se

³⁵ GARCÍA CANCLINI, Néstor. *“Consumidores y Ciudadanos”*. Editorial Grijalbo. México D.F.-México, 1995.

³⁶ ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 39-52.

ampliarán algunas de sus concepciones en relación a la cultura, la identidad, la ciudad y el desarrollo.

1.6. EDUCOMUNICACIÓN

La educomunicación es la disciplina resultante de la vinculación teórico-práctica entre la comunicación y la educación, los beneficios que brinda la relación entre estos ámbitos para los sujetos se hizo evidente dentro de los procesos de la comunicación alternativa, *“íntimamente ligado a lo comunicacional como proceso de encuentro del sujeto con su realidad y consigo mismo, importaba promover procesos de liberación de manera pedagógica. Educación que se perfiló, por lo tanto, como práctica de transformación”*³⁷.

En el aspecto educativo el aporte de Jean Piaget es muy valioso en la constitución posterior de la educomunicación, este estudioso impulsa la idea de una educación participativa desde su modelo educativo conocido como el constructivismo, esta metodología propone que los estudiantes desarrollen su pensamiento de manera independiente conociendo así sus capacidades y la manera de utilizarlas en el ambiente en el que se desarrollan para que a partir de este proceso construyan su propio conocimiento, en otras palabras, *“la educación es tarea de sujetos y su meta es también formar sujetos, no objetos manejables sin rostro, híbridos con propios criterios”*³⁸

Por su parte desde el ámbito comunicativo la necesidad de una disciplina que logre direccionar a los medios hacia la educación se hizo evidente con la inserción de la radio y posteriormente de la televisión en la mayoría de hogares latinoamericanos, este

³⁷ ALFARO, Rosa María. *“Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones”*. Revista Número Actual N°18. pp. 4.

³⁸ BEDOYA, Patricia. *“Nuevas perspectivas de la comunicación, en Comunicación e imaginarios frente al nuevo milenio”*. ABYA YALA. Quito-Ecuador, 1999. pp. 57.

fenómeno generó una ruptura en la percepción de la realidad y la construcción de los imaginarios sociales. A mediados de siglo XX era una preocupación para algunos pensadores y entidades como la UNESCO los contenidos que se transmitían en los medios, ya que era notoria la presencia ideológica y los contenidos políticos explícitos.

Frente a este escenario mundial diversos grupos de intelectuales empezaron a darle forma a un propuesta contingente, como lo expone Roberto Aparici, *“los aportes de la Escuela de Frankfurt que iniciaron los estudios de los medios como una industria, la de la cultura y los aportes de la semiología francesa constituyen, algunos de los pilares, de la perspectiva reflexiva y crítica de lo que en la década de los 60 comenzó a llamarse la educación en materia de comunicación.”*³⁹

Burrhus Skinner, Célestin Freinet y Paulo Freire, son considerados tres de los más importantes pensadores en la formación de conceptos básicos que dieran soporte a la acción de los educadores y comunicadores educativos, como denomina Mario Kaplún a aquellos estudiosos que enlazan a la comunicación y la educación utilizando a las nuevas tecnologías de la información como instrumentos dentro de este proceso.

Skinner con la teoría del refuerzo y recompensa, dio origen a las experiencias de enseñanza por objetivos, a través del uso de procesos y recursos tecnológicos controlables. Esta teoría sirvió de apoyo a la idea de que en el uso de las tecnologías de la información en la educación presencial y a distancia, se encontraba el vínculo entre la comunicación y la educación.⁴⁰

³⁹ APARICI MARINO, Roberto. *“Comunicación educativa en la sociedad de la información: La reinención de la educomunicación”*. Revista Rebelión. Madrid-España, 2004. pp. 1.

⁴⁰ SKINNER, Burrhus. *“Aprendizaje y comportamiento”*. Editorial Martínez Roca. Madrid-España, 1985.

El segundo intelectual que forma parte de la construcción teórica de la educomunicación, Freinet, construye la idea de una escuela en la que se instaure un periódico para que mediante su elaboración los estudiantes puedan reconocerse como individuos productores de conocimiento, cambiando la antigua percepción de la educación de aceptación a expresión, poniendo especial énfasis a los interlocutores.⁴¹

Dentro del contexto Latinoamericano, Paulo Freire sentó las bases para una nueva pedagogía, dando relevancia a la concepción de la educación para los medios como actividad inherente a los programas de alfabetización y de educación popular, para él, la comunicación es fundamental no sólo en las relaciones humanas, sino que la interrelación de sus elementos básicos permite cierta autonomía al proceso educativo. En la relación educador-educando, el esquema comunicativo necesita ser una relación social igualitaria y dialógica que produzca conocimiento.⁴²

Este pensador brasileño concibió una estructura distinta en el proceso de aprendizaje afirmando que el conocimiento no se transmite, se construye por ser un producto social que deviene del interactuar entre los miembros de la sociedad. Este interactuar se refleja en el diálogo indispensable para generar un proceso de comunicación real que conlleva a su vez a la educación como práctica de libertad horizontal donde el educador y el educando están en un mismo nivel. Freire propone que desde el proceso de aprendizaje se inserte una duda, o en otras palabras se problematice la realidad de manera que la respuesta del educando frente a esta situación no sea simplemente intelectual sino que también implique una acción. Advierte también que con la implementación de las nuevas tecnologías de la comunicación se ha ido perdiendo la curiosidad y la creatividad pues los medios presentan ideas preconcebidas que para ser creadas se basaron en las ideas de una minoría autoritaria cuyo interés es justamente ese, que la mayoría no

⁴¹ FREINET, Célestin. *“Para una pedagogía del asombro”*. Maspero. París-Francia, 1960.

⁴² FREIRE, Paulo. *“Pedagogía de la esperanza”*. Siglo XXI. Guadalajara-México, 1985.

busque indagar, y es precisamente en este punto donde los educadores, según este pensador, juegan un rol fundamental que posibilite el cambio de esta realidad.⁴³

Freire también introduce su percepción de la educación tradicional y la llama, educación bancaria, desde ésta se entiende al proceso educativo como una transacción bancaria en la cual los estudiantes son como entes vacíos en los que los maestros depositan su conocimiento sin esperar ningún tipo de reacción frente a esta acción, en definitiva una visión que convierte a los sujetos del aprendizaje en receptores pasivos.⁴⁴ Frente a esta problemática este pensador propone a la palabra como forma de pronunciar al mundo, *“los hombres no se hacen en silencio, sino en la palabra, en el trabajo, en la acción, en la reflexión”*⁴⁵, es así que estas palabras son parte del diálogo que desemboca en la reflexión y acción de los individuos en función de transformar su realidad.

Existen otros estudiosos destacados en esta materia en la región cuyos aportes han significado un paso más adelante en el camino de construcción de la educomunicación, tal es el caso de Ismar De Oliveira Soares quien destaca cuatro ejes de convergencia entre la comunicación y la educación. El primero se inscribe en la necesidad que se presenta en ambos casos de generar procesos de transformación social, mientras la educación se ve llamada a revisar los métodos que utiliza en el proceso de educación-aprendizaje, la comunicación se encuentra en la necesidad de contraponer valores a las reglas que el mercado le impone de manera que en conjunto puedan ser de utilidad en la formación de los individuos guiados por los educadores. El segundo punto apela al protagonismo de las instituciones y entidades sociales alrededor de la relación entre comunicación y educación, de cuyo esfuerzo se puede lograr una aproximación plena entre ambas disciplinas. El tercer eje propuesto por De Oliveira se direcciona al soporte teórico y metodológico que pueden brindar otras áreas a la educomunicación, se habla

⁴³ FREIRE, Paulo. *“Pedagogía del oprimido”*. Siglo XXI. Madrid-España, 2002.

⁴⁴ FREIRE, Paulo. *“La Educación como Práctica de la Libertad”*. Tierra Nueva. Uruguay- Montevideo, 1970.

⁴⁵ *Ibíd.* pp. 101.

desde esta disciplina de cultura, desarrollo e inclusive de relaciones sociales y políticas que pueden ser sustentadas desde la sociología, la antropología, entre otras. Y por último, desde la relación entre la comunicación y la educación se busca impulsar a los individuos a intervenir en la sociedad y a interesarse por la investigación académica.⁴⁶

Por su parte Mario Kaplún presenta una percepción distinta de la comunicación pensada desde el interlocutor y sus necesidades para generar el dialogo, mediante esta interacción los sujetos establecen relaciones que cambian su percepción de una existencia individual a una social y comunitaria. La educomunicación se basa en una educación interactiva apoyada en las nuevas tecnologías de la comunicación, Kaplún hace especial énfasis en que educomunicar no es educar a través de los medios sino más bien utilizar los medios para construir el conocimiento en base a la participación activa de los individuos que conforman el proceso educacional.⁴⁷ Las perspectivas de este autor en lo que se refiere a la elaboración de productos educomunicativos específicamente en la radio y la naturaleza de este medio cuyos beneficios son significativos dentro de este contexto investigativo serán tratadas más adelante en este estudio.

De igual manera para esta investigación son de gran interés los aportes brindados por Daniel Prieto Castillo quien comparte la posición de Kaplún en relación al rol de los medios en el proceso educacional, éstos no pueden ser simples auxiliares didácticos en el salón de clase, sin embargo este pensador va más allá proponiendo un cambio en un ámbito importante para evitar la mera instrumentalización de los medios sin un fin educativo, la capacitación adecuada de los educadores para poder utilizar los medios en función de incentivar la participación interactiva de los sujetos de la educación, inclusive más allá al hacer un análisis de la forma en la que es más propicio construir los mensajes de acuerdo al medio de manera que se pueda lograr una mayor relación con el

⁴⁶ SOARES, Ismar De Oliveira. *“Comunicación-educación como nuevo campo del conocimiento y el perfil profesional”*. Documentos núcleo comunicación-educación. Universidad de Sao Paulo. Sao Paulo-Brasil, 1998.

⁴⁷ KAPLÚN, Mario. *“Una pedagogía de la comunicación”*. Ediciones de la Torre. Madrid-España, 1998. pp.59-72.

aprendizaje, en sus palabras *“jugar a fondo la riqueza expresiva de un lenguaje y comunicativa de un medio constituye un modo de acercarse a los interlocutores y, por lo tanto, de acompañar y promover el aprendizaje”*⁴⁸, es desde este punto que Prieto Castillo propone la apropiación de los medios desde los múltiples recursos que la comunicación ofrece a favor de la educación.

En la era actual en la que se desarrollan los sujetos de la educación de los diversos niveles académicos, las tecnologías de la información en conjunto con los medios de comunicación están presentes constantemente introduciendo discursos, creando nuevas percepciones y valores, inclusive han llegado a transformar las relaciones sociales, sin embargo también han brindado ciertos beneficios para impulsar un proceso educativo integrador en el que pueden ser utilizados como instrumentos de gran utilidad para incitar a la participación activa de los estudiantes, es justamente desde este punto que parte esta investigación y posterior producción radiofónica, utilizar los medios para combatir a los medios cambiando su direccionamiento mercantil e individualista en una dirección positiva que apunte a la formación de individuos conscientes de su realidad, críticos y anhelantes de ser protagonistas de su transformación, en definitiva mediante la contribución de los medios alcanzar una educación liberadora que fortalezca los procesos culturales que se evidencian en el sector de Pomasqui y por consiguiente la identidad de sus pobladores.

1.6.1. EDUCOMUNICACIÓN Y ESCUELA

El momento histórico en que se desarrolla la sociedad, conocido como la era de la información según algunos pensadores, ha generado un llamado de atención a la estructura de la escuela clásica, debido a la fuerte influencia de los medios masivos en los sujetos de la educación, es por ello que como dice José Ignacio Aguaded, *“el sistema*

⁴⁸ PRIETO CASTILLO, Daniel. *“La comunicación en la educación”*. Editorial Stella. Buenos Aires-Argentina, 2004. pp. 105.

*escolar no puede permanecer al margen de estos trascendentales cambios en el ámbito de la vida diaria y tiene la necesidad -y obligatoriedad- de responder a estas nuevas y acuciantes demandas sociales”.*⁴⁹

La educomunicación en relación a la escuela y a los maestros debe tomar en cuenta no únicamente la forma instrumental de utilizar sus herramientas, pues como explica Aparici:

Existen pocos márgenes para que la audiencia pueda establecer o desarrollar su propio modelo interpretativo. De alguna manera, es necesario poner al descubierto los mecanismos de funcionamiento que se utilizan para llevar a cabo este mecanismo que empieza y termina en el propio medio. El reforzamiento constante de los mismos mensajes y de su supuesta interpretación deja pocos resquicios para que puedan negociarse otros significados que los emitidos.⁵⁰

Esto advierte la necesidad de que los docentes formen a los estudiantes con una visión crítica acerca de los mensajes que reciben de los medios masivos, contextualizarlos política, económica y socialmente de manera que no los acepten con pasividad.

Es así que el perfil de un educador debe estar enmarcado en el contexto actual, pensado desde las nuevas tecnologías como recursos de educación en el proceso de aprendizaje y como objetos de estudio para comprender su influencia en la cotidianeidad, de manera que no se los entienda como elementos pasivos por su carga ideológica, pero sin satanizarlos, pues por otro lado pueden generar la interacción de los participantes en la educación, espacio en el cual el educador se convierte en un orientador que estimula al aprendiz a autodesarrollarse apropiadamente.

⁴⁹ AGUADED GÓMEZ, José Ignacio. *“La Educación para la Comunicación .La enseñanza de los medios en el contexto iberoamericano”*. en Educación y Medios de Comunicación en el contexto Iberoamericano. Universidad Internacional de Andalucía. Huelva-España, 1995. pp.20.

⁵⁰ *Ibíd.* pp. 94.

En este sentido el papel del educador dentro de la nueva escuela está direccionado a acompañar a los sujetos del aprendizaje adaptándose a los nuevos retos sociales de manera que le sea posible alcanzar una mejora cualitativa generando un puente de paso entre la acumulación de conocimiento y la formación de actitudes críticas, para esto es necesario estimular la observación y experimentación tomando en cuenta el contexto de los estudiantes fomentando de esta manera la percepción clave de que el centro de la educación en la nueva escuela es el educando y no el educador, solo así es posible convertir a la escuela en un espacio favorable para la participación grupal activa en la que los sujetos puedan expresar sus experiencias en contacto con la realidad.

Por otro lado las tecnologías de la información dentro del entorno de la nueva escuela deben ser concebidas como herramientas de utilidad en el proceso educativo integrador para impulsar la participación, para direccionarlas a la socialización de los datos es necesario que los docentes comprendan su papel como facilitadores, de lo contrario es posible que ocurra lo que Aparici describe como, *“La introducción de una tecnología en el contexto educativo puede tener apariencia pedagógica pero, a veces, no es otra cosa que una estrategia de marketing. Y los educadores se convierten inconscientemente en agentes de venta.”*⁵¹

En definitiva, la nueva escuela debe ser entendida como la cuna desde la cual se desarrollan verdaderos cambios sociales cimentados en la utilización adecuada de los medios de comunicación como instrumentos de apoyo en este proceso. Jesús Martín Barbero hace una referencia del rol que ha de jugar la escuela en el desarrollo de la educación, *“la escuela debe ser un espacio democrático donde todos puedan tener voz (...) un lugar de conversación entre generaciones, entre jóvenes que se atrevan a llevar a la escuela sus verdaderas preguntas y maestros que sepan y quieran escuchar, convirtiendo a la escuela en un espacio público de memoria y de invención de*

⁵¹ APARICI MARINO, Roberto. *“Medios de comunicación y educación”*. Revista de Educación # 338. Madrid-España, 2005. pp.91.

futuro.”⁵² Este proceso democratizador de la escuela se alcanza mediante la educomunicación por ser una disciplina enfocada primordialmente en la interacción de los sujetos a partir de su contexto y la manera en que lo perciben, es así que se generan ambientes educomunicacionales apropiados para el aprendizaje basado en la creación de conocimientos de forma compartida entre el estudiante y el profesor que es justamente lo que se busca concebir a partir del producto educomunicativo a realizarse.

1.7. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO

El primer capítulo de la presente investigación es la base fundante sobre la cual se estructura la teoría que respalda la realización del producto educomunicativo, solo partiendo desde la comunicación entendida como una disciplina enriquecida por otras ramas del conocimiento social se puede abrir las puertas hacia su aplicación práctica direccionada al desarrollo social.

Habermas es el pensador cuyos aportes teóricos enmarcan este estudio, su propuesta de una acción comunicativa orientada al entendimiento desde el cual se genera un saber común tomando en cuenta el mundo de la vida, que es como este pensador denomina al contexto cotidiano que influye en los participantes, en el proceso comunicacional resulta apropiado para la socialización de las distintas percepciones que se presenten frente al producto educomunicativo una vez realizado. Habermas va más allá al introducir las tradiciones culturales que se conforman en los distintos mundos de la vida desde las cuales se construye la identidad, tema indispensable a ser tratado en el próximo capítulo.

Por otro lado a partir de este capítulo se deja en claro que tanto el aspecto teórico como aquel que respecta a la producción radiofónica están regidos por los discernimientos

⁵²MARTÍN BARBERO, Jesús. “*Comunicación-educación: coordenadas, abordajes, travesías*”. Editorial C.E. Valderrama. DIUC/Siglo del Hombre. Bogotá-Colombia, 2000. pp. 111.

brindados desde la teoría crítica, un paradigma comunicacional que provee los lineamientos necesarios para el desarrollo de este estudio por su carácter fundamentalmente social y su interés en la cultura e identidad de los pueblos, ámbitos de gran importancia por estar relacionados con al propósito central de este trabajo el fortalecimiento cultural de la comunidad de Pomasqui. Desde esta línea comunicacional se desprende la escuela latinoamericana de comunicación espacio desde el cual surge una nueva visión de comunicación, participativa, problematizadora y horizontal en la que los sujetos de la comunicación son verdaderos actores dentro de este proceso.

Todas las especificaciones teóricas presentadas a lo largo de este capítulo desembocan en el punto central del mismo, la educomunicación, entendida como la disciplina resultante del vinculo entre la comunicación con la educación, pero más que eso como una vía de transformación social desde los medios y a través de éstos.

En un país como el Ecuador en el que las tecnologías de la información avanzan a pasos agigantados en algunos sectores mientras que en otros todavía no hacen siquiera su aparición, se vuelve necesaria la búsqueda por democratizar el uso de los medios y las TICs, con conciencia, promoviendo su naturaleza educativa, desde espacios de encuentro comunitarios como lo es la escuela y con un enfoque social que este netamente direccionado al desarrollo social desde el fortalecimiento cultural, identitario y ciudadano.

CAPÍTULO II

Cultura, Identidad y Desarrollo

2.1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo se tratará el tema de la cultura y el vínculo que la une tanto con la identidad como con el desarrollo, relaciones que se enmarcan en la comunicación pues para crear referentes culturales que conformen la base de la identidad es esencial construirlos y compartirlos de generación en generación desde el lenguaje que evoca al diálogo en la interacción de los individuos.

Se evidencia entonces como la comunicación y la cultura se entrelazan al punto de que las relaciones sociales de los sujetos se conciben en torno a la cultura, sentido inherente desde el cual cada ser humano se abre al otro para relacionarse, de ahí que la cultura no puede ser algo externo sino más bien una creación mantenida y revisada a partir de la interacción social, por ello se presenta de igual manera parte de la historia cultural de Pomasqui, sector en el que se desenvuelve este estudio, desde la cual se dieron forma las leyendas que son el referente primordial para la producción radiofónica.

Al adaptar las leyendas de Pomasqui a un formato radiofónico, proceso que será explicado en el próximo capítulo, se busca revitalizar la cultura utilizando las tecnologías de la información y la comunicación de manera que se genere un proceso de comunicación para desarrollo, considerando que la cultura sirve a los individuos y a su comunidad en su construcción social desde la cual se funda la identidad en este apartado se pretende mostrar cómo al fortalecer la identidad de los miembros de la sociedad, ésta se vuelve menos propensa a aceptar como suya la cultura occidental consumista, que impulsan muchos medios masivos.

2.2. COMUNICACIÓN Y CULTURA EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

El ámbito principal al que se enfoca este estudio y posterior producción radiofónica es la cultura, por ser el punto de partida desde el que se pretende generar un proceso de comunicación para el desarrollo en el sector de Pomasqui. Es por ello que es fundamental presentar una visión completa acerca de este aspecto.

La cultura no puede ser resumida como simples rasgos característicos de una determinada comunidad como se cree comúnmente, por el contrario debe ser comprendida como un espacio que abarca distintos espectros de la vida cotidiana de los sujetos. Varios han sido los pensadores que han abarcado este tema en distintos momentos históricos y bajo diversas líneas teóricas, sin embargo son las percepciones presentadas por ciertos estudiosos desde la escuela latinoamericana de comunicación las que le interesan a esta investigación.

La cultura se ve reflejada en la forma en que los individuos representan sus experiencias personales, en la manera en que perciben la realidad que los rodea, en las relaciones sociales que mantienen a diario dentro del contexto en el que se desenvuelven, en palabras de Méndez Rubio, *“la cultura designa una mediación que permite a los sujetos sociales conocer y manejar su realidad, que les ofrece autoconciencia de sus relaciones mutuas, así como la forma en que se distinguen y se relacionan lo subjetivo y lo objetivo, lo individual y lo social, lo interior y lo exterior.”*⁵³ Se podría entonces afirmar que la cultura forma un nexo entre los individuos y el mundo que los rodea, pero no simplemente como una conexión pasiva sino por el contrario como el vínculo de apertura a la realidad para transformarla.

⁵³ MÉNDEZ RUBIO, Antonio. *“La apuesta invisible: cultura, globalización y crítica social”*. Montesinos. Valencia-España, 2003. pp. 56.

En lo referente a cultura en relación con los medios de comunicación uno de los pensadores más destacados y cuyos aportes le dan sentido a la futura producción radial es, Jesús Martín Barbero, se realizó una breve revisión de sus estudios en la materia en el capítulo anterior a manera de ejemplificación de la línea teórica de la escuela latinoamericana de comunicación, sin embargo su enfoque acerca de las mediaciones será tratado a continuación con mayor detenimiento.

Como ya se había descrito anteriormente en los primeros análisis realizados en torno a la comunicación desde el funcionalismo, la orientación de estas investigaciones estaba centrada en los medios como objetos primordiales de estudio empero con el pasar de los años y con la creciente necesidad de tomar en cuenta el contexto y a los actores del proceso comunicativo, especialmente en la región, a los que estaban dirigidos los mensajes que emitían los medios se produce un cambio de apreciación radical en el que “(...) *el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales.*”⁵⁴

Esta transformación a la que se refiere Martín Barbero al hablar de pasar de los medios a las mediaciones cobra gran importancia en América Latina donde la carga ideológica contenida en los mensajes que los medios reproducían diariamente se hace tan evidente que se vuelve imperativo desarrollar una fuerza contraria que frene la creciente hegemonía de los medios, “*las mediaciones son los lugares desde los que provienen las construcciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural*”⁵⁵, es decir las mediaciones son la manera en la que los individuos perciben los mensajes recibidos de los medios en torno a su realidad, afirmación que generó una nueva perspectiva en relación al verdadero objeto de estudio de la comunicación alejándolo del sentido instrumental que caracterizaba a los medios.

⁵⁴ MARTÍN BARBERO, Jesús. “*De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*”. Editorial Gustavo Gili. Barcelona-España, 1987. pp.203.

⁵⁵ *Ibíd.* pp. 233.

Los lugares desde donde se confiere sentido al proceso comunicativo son precisamente las mediaciones, *“la comunicación es cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por lo tanto, no sólo de conocimiento sino de re-conocimiento”*.⁵⁶ Parte fundamental de la construcción cultural de una sociedad se funda no en el conocimiento de lo que se cree caracteriza a la comunidad, sino más bien en el reconocimiento individual de los integrantes de este grupo determinado que a través de interacciones simbólicas que se dan en la comunicación generan una conciencia acerca de sí mismos. Este tránsito no es posible si no se toma en cuenta a quienes rodean a los sujetos en cuestión, el reconocerse a sí mismos depende directamente del reconocimiento de los demás como los “otros”.

Este proceso de alteridad y diferencia en el que se ven envueltos los individuos es una demostración de que el interés del estudio de las mediaciones realizado por Martín Barbero en el fondo es un discusión acerca de la formación de identidades y ciudadanía, temas a tratar más adelante. Volviendo a las mediaciones socioculturales desde las que operan los medios que para este pensador reconfiguran las relaciones sociales, políticas y culturales afirmando que la tecnología rearticula la relación que existe entre la comunicación y la cultura, es así que expresa que, *“los actuales procesos de comunicación aceleran e intensifican el intercambio y la interacción entre culturas como nunca antes en la historia”*.⁵⁷

Esta interacción cultural de la que habla Martín Barbero es evidente en la vida cotidiana pues mediante las tecnologías de la información y los medios de comunicación en los últimos años se ha vivido una invasión cultural por parte de la cultura hegemónica occidental que promueve el consumismo y la globalización, sin embargo muchas han sido las muestras de que a pesar de la fuerza con la que ha intentado infiltrarse la cultura extranjera en reemplazo de la propia, la aceptación de todos los preceptos que la primera

⁵⁶ *Ibíd.* pp. 10.

⁵⁷ MARTÍN BARBERO, Jesús. *“Deconstrucción de la crítica: Nuevos itinerarios de la investigación”* en *“Comunicación: Campo y objeto de estudio”*. Editorial CUCSH. Guadalajara-México, 2005. pp. 34.

presenta no ha sido pasiva ni mucho menos total. A manera de defensa desde los sectores periféricos, especialmente, ha surgido una contraposición representativa conocida como la cultura popular, vertiente desde la cual se busca enfrentar la amenaza homogenizante que representa la cultura transmitida desde la mayoría de medios.

La cultura popular nace desde las realidades de las personas, desde su entorno y sus relaciones, rescatando así el patrimonio cultural que les pertenece de manera originaria que en muchos casos es resultado de una herencia milenaria, tal como lo demuestra la historia de Pomasqui que será presentada en este capítulo de igual manera, desde esta visión cultural se ha desmitificado la idea propuesta desde la folclorización y el exotismo de lo diferente que reducía a la cultura de los pueblos a una simple mercancía turística subvalorada y masificada.

*“Nuestras formaciones culturales son complejas, no podemos comprenderlas solamente por falta de nivel educativo, sino por sus peculiaridades, hechas de esas combinaciones entre culturas tradicionales más colectivas, hasta la inserción en el fenómeno transnacional de la imagen”*⁵⁸ Rosa María Alfaro demuestra a través de esta afirmación la complejidad que caracteriza a las diversas culturas latinoamericanas, en efecto existe una hibridación cultural producto de la introducción de ideas externas a la región aun así estas ideas se enmarcan en la realidad socio-política en la que se desarrollan los sujetos y ese es un factor que no es posible desconocer, en otras palabras, las culturas populares no expresan simples críticas a la cultura hegemónica que buscan imponer los medios masivos, son representaciones mixtas producto de este proceso de combinación que se ha vivido en la región en los últimos cuarenta años.

La comunicación dentro del ámbito cultural genera entonces transformaciones protagonizadas por los miembros de la sociedad, *“toda acción social es siempre una*

⁵⁸ ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 31.

forma sistematizada y deliberada de acción que incide sobre la estructura social, en el sentido de mantenerla tal como está, de verificar en ella pequeños cambios o transformarla"⁵⁹. La cultura desde esta perspectiva se aleja profundamente de la naturaleza comercial de la que se le dotó desde la industria cultural, es decir, no es más una simple mercancía estandarizada para satisfacer las demandas del mercado que caracteriza a la cultura de masas donde se da un intercambio desigual de los llamados productos culturales, se distancia de la teoría de la dependencia cultural para concebir un nuevo campo cultural enfocado al desarrollo social que parte desde la situación concreta por la que atraviesan los actores sociales.

Queda claro entonces que la percepción de cultura que se busca realzar desde este estudio está ligada directamente al ser humano conjuntamente con su desarrollo social y su cotidianidad, en palabras de Jaime Torres:

Una práctica desde la relación de los sujetos, del compartir, del rescatar la memoria histórica, la reflexión de la realidad de los individuos como individuos (...) Entendemos entonces los por qué y el cómo del sistema para apropiarnos de la realidad y proyectarnos al presente y al futuro, entendemos entonces nuestra práctica cultural, política, y tomamos posición; posición frente a la vida y posición histórica de reivindicación humana.⁶⁰

Esta afirmación sobre el papel de la cultura en la vida de los miembros de la sociedad encierra en sí misma el objetivo primordial al que se dirige esta investigación y posterior producción radiofónica, no se trata simplemente de revitalizar y fortalecer la cultura de un determinado sector, en este caso de Pomasqui, sino de encontrar en este proceso el camino que permita a los sujetos reconocerse a sí mismos desde el lugar en el que se desenvuelven, reconocer a quienes los rodean y a lo que los rodea, pero más allá de ello apropiarse de estas realidades y construir a partir de su intervención en ellas un camino al desarrollo social.

⁵⁹ FREIRE, Paulo. *"Pedagogía del oprimido"*. Siglo XXI. Madrid-España, 2002. pp. 236.

⁶⁰ TORRES, Jaime. *"Retrospección"* en *"Comunicación e imaginarios frente al nuevo milenio"*. ABYA YALA. Quito-Ecuador, 1999. pp. 102.

2.3. RIQUEZA CULTURAL DE POMASQUI

Pomasqui forma parte del Distrito Metropolitano de Quito, es una parroquia rural que colinda con la parroquia de San Antonio de Pichincha. La planicie que se extiende entre el cerro Casitagua y el río Monjas se conoce desde la colonia como el Valle de Pomasqui, *“una región semiárida, con un clima primaveral (...) caracterizada por permanentes erupciones volcánicas, temblores y terremotos (...) a ello se suma un largo registro de sismos tectónicos que han destruido en más de una ocasión los asentamientos humanos en el valle”*⁶¹. Es necesario conocer las características geográficas que distinguen a este sector pues son éstas las que han determinado la forma de vida de sus habitantes desde tiempos prehispánicos.

Hasta la actualidad no se ha encontrado evidencia física de restos arquitectónicos que demuestren que Pomasqui era un poblado antes de la llegada de los incas, sin embargo existen registros históricos como el acta del 26 de enero de 1537 del Cabildo de Quito en el que se refiere a Pomasqui como el sitio en el que el cacique Collacos solía tener sus bohíos, siendo este cacique propio de la ciudad de Quito se puede deducir que en efecto hubieron en el valle asentamientos preincaicos, mediante algunas crónicas coloniales se determinaron que eran los pueblos: Pululahua, Calacalí, Pusuquí, Hipia, Lulumbamba, Tanlagua y el propio Pomasqui.⁶²

Manuel Espinosa Apolo recopila en su libro, “El valle de los pumas” obra central para la producción radiofónica a realizarse, algunos relatos míticos recopilados por el padre Juan de Velasco en la segunda mitad del siglo XVIII en los que se describe como Pomasqui era considerada una provincia tanto para el Reino de los Quitus como para el de los Caras, muestra de ello es la forma en la que los habitantes de esta región le daban sepultura a sus muertos llevándolos a un sitio lejano de la población y colocando sobre

⁶¹ ESPINOSA APOLO, Manuel. *“El valle de los Pumas”* Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Quito-Ecuador, 2005.pp.17, 18, 19.

⁶² *Ibíd.* pp. 21,22.

ellos una serie de piedras a su alrededor y sobre ellos creando un pequeño cerro conocido como “tola”. Existe en la actualidad un barrio conocido como las Tolas en Pomasqui en el cual se ubica una de las escuelas en las cuales se realizó el diagnóstico situacional, la escuela fiscal María Helena Salazar, se presume que el nombre de este barrio fue dado debido a la presencia de tolas en la antigüedad, lo cual se adscribiría a la versión dada por el padre Velasco al encontrarse esta zona algo alejada del centro de Pomasqui.⁶³

*“Es muy probable que en el sitio donde hoy se levanta la cabecera parroquial de Pomasqui, los incas hayan construido algunos edificios importantes con funciones residenciales y ceremoniales (...) el mismo nombre que se le adjudicó es kechua. Por lo que habría que concluirse que la presencia inca en el lugar tiene carácter fundacional.”*⁶⁴ Es necesario recordar que las edificaciones incas importantes a la llegada de los españoles les fueron entregadas a los franciscanos por lo que el convento franciscano en Pomasqui puede ser una muestra de lo que posiblemente fue un edificio inca adecuado para convento.

El propio nombre de Pomasqui posee en sí mismo una gran significación que da muestra de su riqueza cultural, Pomasqui se deriva de las palabras kechuas: “puma” y “siqui” que significan asiento del puma que con la castellanización impuesta por los españoles transformó a la primera palabra en “poma” y el término “siqui” se contrajo en “squi”, se dice que en el valle habitaban pumas pues se encontraron en el pucará de Rumicucho huesos de este animal, sin embargo existe también una razón histórico-cultural que conecta a este animal con la zona, los incas se referían a los pueblos que eran leales al imperio como guaman o águila considerada el rey de las aves o pumas por creerlos los animales cuadrúpedos más poderosos. En la época de Huayna Cápac los principales habitantes del valle eran mitimaes o sirvientes del imperio inca, mercenarios que en

⁶³ *Ibíd.* pp. 23-26.

⁶⁴ *Ibíd.* pp. 26, 27.

épocas de guerra eran conocidos por ser feroces en la batalla de ahí se puede concluir que a los ocupantes de la zona se los conocía como “pumas”.⁶⁵

La memoria mítica de los habitantes de Pomasqui se construye alrededor de la tradición cristiana impuesta por los españoles y las tradiciones andinas nativas, adicionalmente se le ha dado una significación mítica a ciertos espacios de la parroquia asociando lo céntrico con lo civilizado y la periferia con lo acultural donde se encuentran entidades surreales y “maléficas”, ex-deidades milenarias satanizadas en el proceso de evangelización forzada llevada a cabo con la llegada de los españoles, Espinosa Apolo acota:

No hay duda que las quebradas y los ríos de la zona alta del oriente, son dominios del demonio. La satanización de estos lugares solo se explica por el hecho de que antes de la llegada de los españoles, los lugares del agua, como pogyos, vertientes, quebradas y ríos eran la morada de los antiguos dioses andinos, los mismos que fueron convertidos en la catequización católica en manifestaciones del diablo.⁶⁶

Tal fue el genocidio perpetuado por los españoles con su llamada evangelización que buscaron destruir cualquier rasgo cultural que permitiera a los habitantes del sector de la época identificarse con su vida cotidiana anterior a la llegada de los europeos, una muestra clara es la forma en que adjudicaron una connotación negativa a todo lo relacionado con sus creencias religiosas previas al catolicismo tal como lo describe Espinosa Apolo en el párrafo anterior.

Aun así los nativos del sector buscaron formas de mantener sus creencias vivas ocultas de los españoles para conservarlas, una demostración de este mecanismo de defensa adoptado por los habitantes del sector de la época y que ha sobrevivido inclusive hasta la actualidad son las leyendas, a pesar de que estos relatos expresan la presencia de

⁶⁵ *Ibíd.* pp. 40-50.

⁶⁶ *Ibíd.* pp. 65, 66.

contadas antiguas deidades asimilas y fusionadas con divinidades católicas son de las pocas evidencias que se posee hoy como parte de la vasta herencia cultural a la que son acreedores históricamente los pobladores del sector de Pomasqui.

Este mecanismo de conservación cultural no es exclusivo de la zona, al contrario a lo largo y ancho de la región se pueden evidenciar distintas maneras en que los nativos buscaron mantener sus costumbres a salvo de la amenaza que representaba la evangelización. Con el tiempo no fueron exclusivamente los pobladores naturales de los diversos territorios americanos colonizados por los europeos quienes se vieron afectados por este proceso de destrucción cultural, si no también aquellos que fueron desarraigados de su tierra de origen como los africanos traídos forzosamente a América como esclavos, tal como lo describe Martín Barbero a continuación este pueblo también encontró una manera de mantener su cultura viva en la memoria de sus integrantes con tal fuerza que llegó a combinarse con rasgos culturales propios de los europeos y aun se mantiene con vida en el presente, como lo es la música:

En cuanto a la experiencia en el Brasil me refiero a la música negra, al ritmo y al erotismo que sirven a los esclavos trabajadores de las haciendas azucareras para sobrevivir física y culturalmente. Historiadores brasileños plantean esta hipótesis: los dueños de las haciendas les negaron a los negros todo menos la religión. Se dijeron: "Pobres negros, algo debe quedarles de su mundo" y les dejaron practicar sus ritos, que estaban ligados a un cuerpo y a un ritmo. Como no los dejaban emborracharse con el licor que se embriagaban los blancos, los negros aprendieron a emborracharse con ritmo, y el ritmo del baile se convirtió para los negros en aquello por medio de lo cual podían relajar su cuerpo, distenderse, descansar y revivir para poder seguir trabajando a la semana siguiente. Es decir, el baile, el gesto y el ritmo negro se constituyeron en aquello, a través de lo cual un grupo de hombres sobrevivió como población y como cultura.⁶⁷

⁶⁷ MARTÍN BARBERO, Jesús. Ponencia presentada en el seminario "*La ciudad: cultura, espacios y modos de vida*" Medellín, 1991 en Revista Gaceta de Colcultura # 12. Instituto Colombiano de Cultura. Colombia, 1991.pp. 8

Este es simplemente uno de los muchos ejemplos que se pueden encontrar en Latinoamérica de cómo los diversos grupos culturales que habitaban en la región hallaban vías para conservar parte de su realidad en un periodo caracterizado por la violenta forma de imponer una cultura extranjera, diferente y muy distante de la propia como lo fue la colonia. Estos rasgos que lograban salvaguardar de la despiadada inquisición con la que se manejaban los evangelistas europeos, sentaron la base desde la cual los nativos lograron transformar sus creencias y costumbres combinándolas con aquello que les era impuesto desde la religión católica para así mantenerlas con vida a través del pasar de los años.

Volviendo a las leyendas, ámbito que le interesa a este estudio, es importante recalcar su valor en los procesos de fortalecimiento cultural, *“su inmensa diversidad cultural, sus “ambigüedades” simbólicas, sus identidades intermitentes, su profunda “irracionalidad”, sus permanentes ocultamientos y sus infinitos disfraces y máscaras, han sido las estrategias de supervivencia con las que nos hemos negado a ser reducidos a fórmulas civilizadoras.”*⁶⁸Natalia Sierra expresa de forma bastante acertada su concepción de las leyendas pero primordialmente lo que llama la atención en esta afirmación es el énfasis que realiza en relación a la naturaleza de las leyendas con el aspecto cultural como parte de una fuerza contraria que se generó en respuesta a los anhelos de “civilización” forzada a los que se ha visto enfrentada la región a lo largo de la historia.

Este proceso “civilizatorio” que han perseguido los grupos occidentales de poder dominantes en la región latinoamericana no son más que estrategias enfocadas en homogenizar a las sociedades, arrebatarles sus particularidades, globalizarlas para ser insertadas en el mercado global que han idealizado como el sitio del progreso y el desarrollo per se, buscan insertar un ideal perverso que vulgariza las expresiones que se

⁶⁸ SIERRA, Natalia. *“De leyendas y de fábulas”* en *“Comunicación e imaginarios frente al nuevo milenio”*. ABYA YALA. Quito-Ecuador, 1999. pp. 72.

generan desde las periferias como las leyendas. Empero después de sobrevivir a genocidios mucho más fuertes y frontales es claro que aunque las tácticas que estos grupos han utilizado para imponer su ideología comercial habrían parecido dar resultados, en realidad no ha sido así. Sierra expresa la importancia del saber generado desde abajo como método de resistencia frente a esta nueva amenaza:

Solo la sabiduría de los márgenes, que no busca razones, ni verdades, ni caminos correctos y luminosos (...) ese pensamiento que se ha liberado de las ataduras de la objetividad lógica (...) ese pensamiento que no es lenguaje, sino habla que es saber, pero al mismo tiempo hacer. Ese pensamiento que no analiza un objeto que se encuentra fuera de sí, sino que vive ese objeto que ya no es objeto (...) es el único pensamiento capaz de interpelar y confrontar la otredad hegemónica, no por lo que dice sino desde dónde y cómo lo dice.⁶⁹

Y es que como afirma Rosa María Alfaro, *“la tradición se viene mezclando con lógicas modernas de manera irregular, en los ámbitos nacionales como en los transnacionales y desde hace muchos años”*⁷⁰, sin embargo mediante este diálogo que genera conocimiento desde las periferias y que en su construcción se ve influenciado por el contexto en el que se desenvuelven los sujetos, es posible afirmar que desde estas mixturas que se dan con el encuentro de las tradiciones con la actualidad se puede llegar a revitalizar la cultura. Parte de la lógica moderna es el desarrollo tecnológico acelerado que ha traído consigo herramientas mediáticas muy útiles en el fortalecimiento cultural, esto es justamente lo que se trata de alcanzar desde este estudio y posterior producción radiofónica, crear una nueva versión de ciertas leyendas del sector de Pomasqui en las que se evidencia su herencia cultural milenaria para ponerlas al alcance de los grupos sociales que el diagnóstico previo ha determinado son los más vulnerables a no reconocerlas por la falta de transmisión oral de generación en generación.

El reconocimiento y posterior apropiación cultural que se pretende generar en los grupos a los que está destinada la producción radiofónica de las leyendas de Pomasqui sólo se

⁶⁹ Ibíd. pp. 75.

⁷⁰ ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 31.

puede dar de la mano del diálogo interactivo entre los sujetos, es precisamente en el momento en el que a través del lenguaje los individuos abstraen su realidad, la hacen suya y tienen la posibilidad de compartirla con quienes conviven que se puede evidenciar el fortalecimiento cultural en pro del desarrollo social, pues como afirma Natalia Sierra, *“hay que inventar nuestras propias ilusiones y aprender a habitarlas, es la única manera de permanecer vivos, es la única forma de existir; lo contrario es resignarnos a vivir momificados por el resto de la historia occidental”*⁷¹

Crear las ilusiones que desencadenen las ideas que forjen el camino al desarrollo social mediante la cultura que determina la identidad de cada individuo al igual que de cada grupo social, es encontrar una posición privilegiada en el camino de la transformación de la realidad proceso en el que son los miembros de la sociedad quienes poseen el papel protagónico. Es así que se vuelve necesario, aludiendo nuevamente a Sierra, transitar por un proceso de reconocimiento de lo externo y de sus influencias al que solo se puede acceder mediante una visión crítica como lo expresa esta autora en el siguiente párrafo:

Debemos aprender a diferenciar esas ficciones extrañas que se filtran en nuestro pensamiento y se levantan, no sólo como propias, sino como verdaderas (...) solo sobre la base de este reconocimiento podremos “destotalizar” esas grandes construcciones conceptuales que han dominado el pensamiento latinoamericano y construir o crear nuestras propias “leyendas”, con la plena “consciencia” de que son fabulaciones de nuestros deseos colectivos e individuales. Ese es el reto, inventar una interpretación para América Latina desde América Latina.⁷²

Queda entonces claro cuál es el papel de ciertos recursos culturales como las leyendas dentro del desafío que representa la creación de nuevos imaginarios concebidos en base a la realidad de los diferentes pueblos latinoamericanos, en base a sus necesidades y principalmente a sus deseos y proyecciones futuras. Revitalizando la identidad tanto colectiva como individual de los integrantes de las distintas comunidades de la región apoyadas en el ámbito cultural es posible crear una fuerza contraria a la propuesta

⁷¹ SIERRA, Natalia. Op. Cit. pp. 75.

⁷² Ibíd. pp. 72.

homogenizante que busca imponer occidente, por ello a continuación se tratará a fondo el tema de la identidad.

2.4. IDENTIDAD

La cercanía conceptual entre la identidad y la cultura provoca que en ciertas ocasiones ambos términos sean concebidos como lo mismo cuando en realidad no es así. Como se explicó de forma previa en este capítulo la cultura engloba las expresiones tangibles e intangibles de las percepciones que posee un grupo social de su entorno, es decir, la forma en la que representan su realidad, mientras que la identidad es un discurso fundado sobre el reconocimiento personal y el resultado del proceso de alteridad mediante el cual se reconoce de igual manera al “otro”.

Para ello es necesario tomar en cuenta la subjetividad desde la que parte la diferenciación que hacen de sí mismos los individuos pues es justamente este aspecto el que ha impedido que la homogenización cultural que persiguen los medios masivos masifique a las sociedades, esto es porque como afirma Rosa María Alfaro, *“mientras que existan vidas individuales e historias específicas, cada ser humano aporta sus especificidades a las identidades sociales y culturales (...) lo importante es aceptar que por más cercanía y comprensión que exista entre unos y otros, no se eliminan las diferencias.”*⁷³ Esta autora expresa que aún cuando se logran construir relaciones cercanas de confianza entre los miembros de una sociedad, este relacionamiento no descarta las diferencias pues es desde éstas que se genera una posición de defensa contra la homogenización. En este contexto la comunicación juega un papel fundamental por ser la propulsora de la interacción posibilitando el diálogo en el marco de las multiplicidades sin buscar anularlas sino más bien integrarlas.

⁷³ ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 33.

La reconocimiento de los seres humanos desde sus propios puntos de vistas determinados por el contexto en el que se desenvuelven, tanto como el reconocimiento de quienes los rodean y con quienes conviven a diario hace que los individuos adquieran conciencia de sí mismos, el “yo” depende íntegramente de la capacidad que posean los sujetos de concebir a los demás como los “otros” y es que de esta manera se obtiene un sentido del ser que caracteriza a la identidad, es decir, se forja una representación propia en relación con el “otro”, lo que no significa que los miembros de la sociedad se predisponen a ser entes aislados sino por el contrario a encontrar formas de integración con el resto como lo explica Alfaro, *“así proponemos, no establecer simetrías absolutas (...) pero tampoco considerar a cada persona como un absoluto. Más bien se trata de identificar lo que iguala y lo que diferencia, es decir una valoración no de oposición sino de coexistencia entre lo individual y lo colectivo y todas las mediaciones existentes entre uno y otros.”*⁷⁴

Lo que se busca dejar en claro mediante este apartado del capítulo va más allá de una mera diferenciación entre cultura e identidad, procura esclarecer la idea de que la identidad es más que simplemente la pertenencia a un conglomerado social sino que es la responsable de engendrar el sentimiento de pertenencia de los sujetos hacia su entorno, en otras palabras, *“la identidad no es pues lo que se le atribuye a alguien por el hecho de estar aglutinado en un grupo –como en la sociedad de castas- sino la expresión de lo que da sentido y valor a la vida de un individuo.”*⁷⁵ Saberse parte de un grupo es lo que le da significación a la vida social de los individuos, sin este sentimiento difícilmente podrían reconocerse o reconocer a los demás como parte de su realidad.

Existen diversas percepciones acerca de lo que es la identidad, para el enfoque esencialista es algo inherente al ser humano por acompañarlo desde su nacimiento y por ello inamovible es así que se convierte en la base del discurso homogenizante de la “identidad nacional”, por otro lado se encuentra la perspectiva culturalista que afirma

⁷⁴ *Ibíd.* pp. 33.

⁷⁵ MARTÍN BARBERO, Jesús. *“Deconstrucción de la crítica: Nuevos itinerarios de la investigación”* en *“Comunicación: Campo y objeto de estudio”*. Editorial CUCSH. Guadalajara-México, 2005. pp. 32.

que la identidad solo se puede modelar a partir de la cultura, también existe una visión primordialista que considera que la identidad es transmitida por la pertenencia a un determinado grupo, mientras que el punto de vista objetivista ignora todo aspecto que no sea tangible u observable pues asevera que únicamente los rasgos objetivos determinan la identidad cultural, su contraparte es el enfoque subjetivista que relaciona a la identidad exclusivamente con un sentimiento de pertenencia de los sujetos a una comunidad creada de acuerdo a la forma en que representan en su mente a los objetos que los rodean, y por último existe una perspectiva constructivista y relacional que concibe a la identidad como una construcción social cambiante.⁷⁶

La mayoría de estos puntos de vista son imprecisos debido a que al poner énfasis en ciertos aspectos dejan de lado otros discernimientos necesarios para construir una visión completa de identidad, por este motivo se puede considerar que el último enfoque, el constructivista y relacional, es el que más se acerca al concepto de identidad que se desea presentar desde este estudio por relacionarlo directamente con *“el complejo sistema de percepciones, imaginarios, nociones, acciones, significados y sentidos que funcionan como entidades operativas que mueven a la praxis humana y determinan el sistema de preferencias(...)en definitiva, modelan la percepción que un individuo o grupo tiene de la realidad, de sí mismo y de los otros”*⁷⁷

En definitiva, la identidad no puede ser concebida sin alteridad pues la primera necesita de la segunda, la mismidad desde la que se parte hacia este encuentro con el “otro” es un discurso que se sustenta desde la cultura, es desde la cultura que se construye una referencia de pertenencia y de diferencia de ahí la importancia de su fortalecimiento. Este proceso no es exclusivamente individual por el contrario los factores que determinan la pertenencia o diferencia a un grupo hacen por ende que los miembros de

⁷⁶ GUERRERO ARIAS, Patricio. “La Cultura: Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia”. ABYA YALA. Quito-Ecuador, 2002. pp. 98-101.

⁷⁷ *Ibíd.* pp. 101.

este grupo se distingan de quienes integran otro grupo creando así identidades colectivas diferentes.

La continuidad temporal es necesaria para que la identidad se nutra de historicidad, lo que no significa que dependa de una construcción histórica permanente sino más bien que se observa al pasado como un referente para el futuro, es importante por ello que *“las tradiciones, como las herencias, hay que refundarlas cada día para no degradarse en la costumbre del que ha recibido todo hecho. Así, sí se puede asumir la identidad heredada, hacerla propia, construirla contemporánea”*.⁷⁸ Esta construcción debe ser pensada en Latinoamérica desde la cultura popular y abordada a partir de la comunicación en función de la sociedad y no basada en los medios, pues los mensajes que emiten en su mayoría están cargados de influencia desde la cultura dominante.

Esta cultura dominante persigue imponer una identidad planetaria que infunda necesidades falsas para que sus miembros consuman los productos que comercializan, sin embargo su propósito fundamental no es el de adjudicarse el mayor número de clientes sino de desarraigarlos de sus identidades manipulando su mente mediante los mensajes que emiten los medios que controlan para así facilitar su dominación prepotente y absolutista que los mantiene convencidos de su supuesta superioridad mediante la cual justifican sus políticas maniqueístas.

El problema no se centra en la formación de una identidad planetaria que entendida como un discurso comunitario global de reconocimiento entre los individuos genere lazos que traspasen las fronteras, sino la identidad planetaria que los grupos de poder intentan fomentar, desde esta perspectiva se impulsa la individualización dentro de un grupo masificado y son los medios los principales instrumentos que utilizan para

⁷⁸ MARIACA ITURRI, Guillermo. *“El cuerpo de la obra” en “Comunicación e imaginarios frente al nuevo milenio”*. ABYA YALA. Quito-Ecuador, 1999. pp. 34.

alcanzar su propósito. Martín Barbero explica el rol que juegan los medios masivos en este tránsito:

Tanto los procesos de construcción de la memoria colectiva como las estrategias de inclusión-exclusión con que se tejen los espacios de pertenencia e identidad se están viendo trastocados por la densificación de los intercambios y el desarraigo de los referentes que producen los nuevos medios y modos de comunicación. La apertura al mundo se está convirtiendo en una constante invasión del espacio simbólico del nosotros por parte del ellos y, amenazada, la identidad tiende a redefinirse por contraste, por negación del otro.⁷⁹

A pesar de la persistencia con la que se han manejado estos grupos dominantes para alcanzar su cometido, más de uno han sido los grupos culturales que han opuesto resistencia e irónicamente los medios de comunicación que en primera instancia fueron concebidos como herramientas en el sometimiento cultural ahora son utilizados en el fortalecimiento identitario y cultural como se pretende demostrar desde esta investigación y posterior producción radiofónica.

Este rechazo al “otro” del que habla Martín Barbero es una especie de reacción de defensa que se generó en las personas a raíz del desencantamiento que trajo consigo la toma conciencia de la verdadera intención de los medios, sin embargo desde este evento han pasado ya cerca de treinta años y las muestras de oposición que se han dado a lo largo de las regiones afectadas, como lo es América Latina, demostraron que estos grupos no estaban tan expuestos y propensos a ser manipulados como se creía, en realidad en los últimos tiempos se ha podido evidenciar políticas en la mayoría de países latinoamericanos que impulsan el reencuentro con los “otros” desde los espacios públicos para revigorizar la identidad de los distintos grupos culturales.

⁷⁹ MARTÍN BARBERO, Jesús. *“Deconstrucción de la crítica: Nuevos itinerarios de la investigación”* en *“Comunicación: Campo y objeto de estudio”*. Editorial CUCSH. Guadalajara-México, 2005. pp. 21.

Es precisamente en este encuentro de los sujetos donde la comunicación debe ser impulsada pues, *“la identidad se construye en el diálogo y el intercambio, ya que es ahí donde los individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás.”*⁸⁰ La comunicación entonces es parte fundamental de la construcción identitaria tanto individual como de los pueblos, el lenguaje que acerca a los individuos a su realidad y a sí mismos es el mismo que les permite interactuar con los demás y así transformar su situación.

La identidad por ende es variable, cambia, se transmuta constantemente y no es única ni pura, una persona puede tener más de una identidad dentro de un grupo social de acuerdo a su género, a sus preferencias, a la labor que realiza, en fin conforme a su cotidianidad y a su subjetividad. En este contexto, *“las leyendas, relatos e ideologías que proporcionan un sentido a la vida, dan una explicación del mundo y otorgan una perspectiva de identidad personal.”*⁸¹ Es por ello que mediante la re-edición de ciertas leyendas de Pomasqui se procurará promover en los niños y niñas del sector una revisión de su identidad y de su cultura tanto desde sus particularidades como desde las generalidades que los unen a los demás y les permiten sentirse miembros de una comunidad.

Por otro lado, el espacio en el que los habitantes se desenvuelven y desarrollan sus relaciones sociales es también de interés para este estudio por ello a continuación se realizará un análisis del rol de la ciudad y la ciudadanía en el marco de esta investigación.

⁸⁰ *Ibíd.* pp. 32.

⁸¹ VERA MANZO, Edmundo. *“Paradigmas e Identidades”* Ponencia en foro *“Identidad, paradigmas y autoestima”* Universidad Guayaquil. Guayaquil-Ecuador, 1992. pp. 55.

2.5. CIUDADANÍA Y SER CIUDADANO

La ciudadanía a tratarse en este numeral no es la que está determinada por el vínculo de los sujetos a un Estado civil a través del cual contrae responsabilidades y derechos jurídicos, políticos y morales, es más bien la concepción de ciudadanía que expone Paul Barry Clarke, *“ser ciudadano pleno significa participar tanto en la dirección de la propia vida como en la definición de sus parámetros generales; significa tener conciencia de que se actúa en y para un mundo compartido con otros y de que nuestras respectivas identidades se relacionan y se crean mutuamente.”*⁸² Es de hecho una ciudadanía cultural que traspasa la concepción basada en el hecho de considerarse ciudadano al contraer ciertos compromisos con el Estado, o inclusive la idea errónea de serlo por haber nacido en un territorio determinado, de esto último se desprende únicamente la nacionalidad.

Es así que el ser ciudadano se concibe a partir de la relación que se entabla entre los miembros de la sociedad, el momento mismo de la interacción, ese espacio en que se comparten la prácticas sociales y culturales genera un sentido de pertenencia que a su vez se convierte en una práctica de compromiso con los demás miembros de la sociedad. La ciudadanía cultural hace referencia a la convivencia y a la participación, la apatía de los individuos frente a su contexto afecta a la integración de los actores sociales y por ende a la ciudadanía.

Desde esta instancia se contempla una transformación en la manera de pensar de los sujetos aceptando que existen diversas perspectivas que deben ser tomadas en cuenta desde el ámbito en el que se desenvuelven, esto amplía su pensamiento y dota a los individuos de la criticidad que refuerza el lazo entre el lenguaje y la realidad unidos mediante la reflexión activa a partir de la cual es posible el reconocimiento propio y el

⁸² CLAKE, Paul. *“Ser ciudadano”*. SEQUITUR Ediciones. Madrid-España, 1999. pp. 155.

de los “otros”, aun así para poder desarrollarse plenamente como ciudadano se necesita de la convivencia y la interacción cotidiana.

La cultura, la identidad y la ciudadanía no deben ser confundidas por encontrarse relacionadas, en efecto se encuentra ligadas unas con otras como lo demuestra el sentido de pertenencia, un aspecto fundamental tanto para la identidad como para la ciudadanía, que parte desde la cultura por ser allí donde se genera el universo simbólico al que se remiten los miembros de una comunidad para poder sentirse parte de un grupo determinado, la diferencia radica en que la identidad es un discurso y la ciudadanía una práctica cultural.

Para dejar esta diferenciación en claro es vital demostrar como la percepción de ciudadanía ha ido mutando con el pasar de los tiempos conforme a las necesidades de las personas, Thomas Marshall realizó un estudio acerca de la transformación que este ámbito ha sufrido basado en el desarrollo que tuvieron los derechos. En el siglo XVIII surgen los derechos civiles fundados en la libertad individual de adquirir bienes, de expresarse, de pensar y de creer en lo que se desee sin represiones, por ello se conoce a esta acepción como la ciudadanía civil. Posteriormente en el siglo XIX hacen su aparición los derechos políticos cimentados en el amparo del Estado para poder participar en el ejercicio del poder político, lo que atribuía a los individuos tanto la facultad de sufragar como la de acceder a puestos públicos, por ello se la conoció como ciudadanía política. Y por último en el siglo XX, de la mano de los derechos sociales se constituye la ciudadanía social mediante la cual se otorga el derecho al bienestar social y económico que asegure una mejor calidad de vida. Conjuntamente con los derechos se encontraban las obligaciones que todos los sujetos considerados ciudadanos adquirirían para con el Estado. Es evidente, por el periodo histórico en el que se desarrollan estos

derechos que mediante la ciudadanía se intentaba paliar los resultados contraproducentes de la industrialización, las reglas del mercado y el desarrollo del capitalismo.⁸³

Por este último tipo de ciudadanía nace el Estado benefactor o paternal que genera un ciudadano pasivo a la espera de los beneficios que pueda recibir, implementando así un sentido de dependencia nada favorable para el desarrollo social pues al menos en la región existen cifras alarmantes de población en condiciones de pobreza, esto conlleva a cuestionar la capacidad real que poseen los Estados para garantizar los derechos de los ciudadanos y es que frente a la transversalidad que caracteriza a la globalización la organización social, simbólica e inclusive espacial se ha transfigurado afectando a la esfera política.

García Canclini desde su obra “Consumidores y Ciudadanos” expone como el ser ciudadano se ha visto afectado desde el consumo que ha traído consigo la globalización, el Estado ya no es apreciado por los ciudadanos como una entidad que los respalde, afirma este pensador, mientras que los medios de comunicación masivos son percibidos como espacios de apertura que se interesan por sus necesidades de forma “efectiva”, sin demoras y demuestran una aparente transparencia, nada de lo cual caracteriza al espacio público, es así que afirma, “*la ciudadanía ya no se constituye sólo en relación con movimientos sociales locales, sino también en procesos comunicacionales masivos*”⁸⁴, y también de consumo pues todo lo que se produce alrededor del mundo se encuentra al alcance de un gran número de habitantes en diversos países por lo que se vuelve complicado reconocer lo propio y lo extranjero provocando una confusión sistemática y encubierta que procura alejar a los individuos de su identidad y cultura.

⁸³ MARSHALL, Thomas. y BOTTOMORE, Tom “*Ciudadanía y clase social*”. Editorial Alianza. Madrid-España, 1998. pp. 24-35.

⁸⁴ GARCÍA CANCLINI, Néstor. “*Consumidores y ciudadanos*”. Editorial Grijalbo. México D.F.-México, 1995. pp. 90.

Este fenómeno trae consigo un evento ligado a la configuración de la ciudadanía, que los hermanos Mattelart describen de la siguiente manera, “*el ciudadano tiende a convertirse en un consumidor con un comportamiento emocional y aclamador, y la comunicación pública se disuelve en actitudes siempre estereotipadas de recepción aislada.*”⁸⁵ Frente a esta amenaza es la cultura la que mediante referentes empíricos que permiten a los ciudadanos mantenerse cercanos a su realidad social, la que se constituye como contraparte. En este marco las acciones sociales se hacen presentes de igual manera a través de la participación activa de los individuos por medio de las cuales se van forjando representaciones culturales materiales y simbólicas que confrontan a la premisa de ser considerados simples receptores masificados y pasivos.

Los ciudadanos al saberse capaces de exigir sus derechos desde la ciudadanía cultural demandan el reconocimiento de su heterogeneidad y diversidad que no está atada a ningún espacio o institución sino que busca promover estrategias prácticas que fortalezcan su sentido identitario, es decir, defendiendo sus particularidades buscan incorporarse en la sociedad es por ello que la ciudadanía entendida desde esta visión forma parte del presente estudio.

En definitiva, la práctica social posibilita sentar bases firmes para el fortalecimiento cultural que impulse el desarrollo, así se consolida la premisa desde la que partió este trabajo y alrededor de la cual está tomando forma tanto teórica como prácticamente, el ser humano, sus relaciones, percepciones y contexto, es el punto de partida y el referente constante a partir del cual se debe pensar en los proyectos de desarrollo sociales, desviar la atención del agente principal del proceso hacia otros aspectos implica perder por completo el rumbo por este motivo el tema del desarrollo será tratado más adelante.

⁸⁵ MATTELART, Armand y Michèle. “*Historia de las teorías de la comunicación*”. Editorial Paidós. Barcelona-España, 1997. pp. 57.

2.5.1. CIUDAD

La ciudad entendida como el espacio físico en el que se relacionan las personas ha sufrido una reconceptualización con la inserción de las tecnologías de la información y los medios de comunicación, lo que no ha mutado es la necesidad de los individuos de ejercer su ciudadanía para lo cual necesitan de una escena, este territorio es fundamental en el proceso de apropiación simbólica es así que la ciudad pasa a ser un sitio social, *“la ciudad como territorio compartido, como lugar de muchos no iguales, como una construcción colectiva”*⁸⁶.

Entonces se considera a la ciudad como el sitio en el que se dan las transformaciones que afectan a la sociedad, pero a su vez siendo este espacio parte de un todo y no un lugar aislado se ve de igual forma influenciado por ciertos factores externos, como lo son la globalización, la lógica de mercado, los intereses de grupos de poder, entre otros, eventos que han cambiado la configuración de la ciudad, por ejemplo, *“uno de los efectos de la globalización sobre las ciudades es la pérdida de su identidad, la creciente semejanza o “clonificación” de la fisonomía de aquella parte de la ciudad que es exhibida (...) Ninguna ciudad es global en su totalidad, siempre quedan trozos desechados, segregados.”*⁸⁷ Es decir, se procura emular el modelo occidental de la ciudad con la idea de que al hacerlo se integra a la parte del mundo en el que habitan los “privilegiados”, este fenómeno se da a raíz de la dificultad que encuentran los individuos para identificar lo local.

Sin embargo, tal como lo explica Zaida Muxí en las últimas líneas del párrafo citado, por más interés que tengan los grupos dominantes de masificar incluso la forma en que se constituyen las ciudades no lo han logrado del todo. La mayoría de ciudades en Latinoamérica se han ido estableciendo desde el centro, que por lo general es un lugar

⁸⁶ MUXÍ MARTÍNEZ, Zaida. *“Lo local y lo global. Perspectivas urbanas para el análisis”*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona- España. 2004. pp. 29.

⁸⁷ *Ibíd.* pp. 30.

representativo cargado de historia, hacia la periferia que en un determinado momento se convirtió en un nuevo centro y fue extendiendo a la periferia a nuevos límites, el centro es la evidencia palpable de lo local, una marca de identidad que en la mayor parte de la región es el resultado de la mixtura de dos culturas tan diferentes como la propia y la impuesta por los europeos, de cualquier manera es un referente al que los habitantes se han encontrado con la necesidad de volver para fortalecer su sentido de pertenencia y comprender desde allí su cultura, la base misma de su identidad. Es así que a pesar de que la globalización ha procurado homogenizar la lógica estructural y la dinámica de las ciudades alrededor del mundo lo que ha causado es más bien una combinación entre lo existente y lo infiltrado.

Esto demuestra que en realidad concebir una ciudad global, en términos físicos que se remitan a un territorio determinado, que junte todas las características propuestas desde el discurso globalizante es una realidad lejana. La parroquia de Pomasqui, sitio en el que se desenvuelve todo el presente estudio, es un ejemplo claro del encuentro entre la influencia extranjera con lo local, en el centro se encuentra el parque y la iglesia característicos de la mayoría de ciudades latinoamericanas, adicionalmente están los edificios en los que funcionan ciertas entidades adscritas al Estado en este caso el registro civil y la junta parroquial, las viviendas que bordean el centro son en su mayoría construcciones de rasgos coloniales y mientras se van alejando de éste se pueden observar edificaciones más modernas con la excepción de ciertos barrios tradicionales ubicados en las afueras en donde se ve una mezcla de ambos estilos.

En este sentido Muxí distingue dos modelos de ciudad, a la primera la llama la ciudad difusa relacionada con el mercado y las tendencias globales a partir de la comercialización del territorio en función de su reputación urbanística, la ciudad entonces traslada sus referentes simbólicos sociales a los nombres de edificaciones y residencias en las que se propugna el rechazo al “otro” por un miedo creado desde el discurso de la inseguridad, estos sitios utilizan toda la tecnología a su alcance para

mantener alejados a los demás, *“la segregación social y fragmentación espacial son resultado inevitable de este tipo de modelo urbano(...)Una sociedad que sólo se sabe ver en sus iguales, la presencia de diversidad y de imprevistos intranquiliza, poniendo en duda su identidad. Se genera así una sociedad que es muy fácil de manipular y dirigir”*⁸⁸. Este tipo de ciudad impulsa el rechazo a lo diferente y es justamente este punto el que afecta al desarrollo de las sociedades, la homogenización que se persigue desde este tipo de espacios evidencia la influencia globalizante con la que fueron estructuradas.

El segundo modelo de es el de reflexión desde el que se constituye una ciudad concentrada a partir de la cual se procura promover la diversidad existente tanto internamente como de forma externa creando referentes que se remiten a lo local, un espacio que podría ser considerado el más apropiado para el ejercicio ciudadano. *“En la diversidad está la riqueza del planeta y el futuro depende de que siga existiendo, y las ciudades no pueden ser alejadas de este mecanismo”*⁸⁹ Estos referentes que los individuos obtienen de su entorno son de fundamental importancia considerando que la forma en la que perciben a la ciudad les permite mantener viva su memoria histórica parte de su cultura desde la cual se impulsa la heterogeneidad.

De esta manera se desarrolla una nueva visión de la ciudad no sólo como el espacio físico en el que se enmarca su realidad, sino como un lugar de encuentro, de diálogo y de desarrollo, es así que Castells afirma, *“el factor crítico de los nuevos procesos urbanos, tanto en Europa como en otros lugares, es el hecho de que el espacio urbano cada vez se diferencia más en términos sociales, a la vez que se interrelaciona funcionalmente más allá de la contingencia física. De eso se sigue la separación entre el significado*

⁸⁸ *Ibíd.* pp. 41.

⁸⁹ *Ibíd.* pp. 52.

simbólico, la localización de las funciones y la apropiación social del espacio en el área metropolitana.”⁹⁰

Por otro lado, las nuevas tecnologías de la información conjuntamente con los medios de comunicación han producido cambios en la forma en la que los sujetos perciben a la ciudad, debido a la capacidad de interrelación que ciertas herramientas tecnológicas, como el internet, han producido entre las personas que habitan alrededor del planeta se ha generado una concepción distinta del tiempo y el espacio, como expresa Muxí, “*el tiempo y el lugar pierden sentido cuando se resume el mundo a formas sin referente*”⁹¹, esto produce que se evidencie una alteración en la lógica de los lugares físicos por los espacios que no necesariamente hacen referencia a un sitio tangible, es decir se deshumaniza el entorno en el que se desarrollan los sujetos.

Castells trata este tema desde la ya mentada ciudad global concibiéndola como un proceso dentro de una red global que es impulsada por los flujos de la información y no necesariamente como un lugar, además afirma que el avance de los sistemas comunicacionales generan una separación entre el espacio y la cotidianeidad de los individuos lo que transforma a la ciudad, en base a su contexto socio-histórico y cultural, paulatinamente. La transformación a la que se refiere este autor no está relacionada con el espacio físico, por el contrario se refiere a la estructura del espacio de flujos que se dan en la sociedad informacional.⁹²

Lo que lleva a este estudio a traer a colisión la teoría de los no lugares propuesta por Marc Augé, “*el lugar se cumple por la palabra, el intercambio alusivo de algunas palabras de pasada, en la convivencia y la intimidad cómplice de los habitantes (...)*Si

⁹⁰ CASTELLS, Manuel. “*La era de la información: Economía, sociedad y cultura*” Vol. I: La sociedad red. Editorial Alianza. Madrid-España, 1999.pp. 436.

⁹¹ MUXÍ, Zaida. Op. Cit. pp. 31.

⁹² CASTELLS, Manuel. Op. Cit. pp. 411-460.

un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar”⁹³, lo que no significa, como expresa el autor, que por ello un lugar exista y un no lugar no, estos términos no son antagónicos, no por la aparición del segundo el primero se elimina, tampoco el segundo se llega a cumplir en su totalidad, en ambos se reconfiguran las relaciones sociales y la identidad.

Los no lugares se refieren entonces a los espacios destinados a ciertos fines y a su vez a la manera en que los sujetos se relacionan con éstos, es decir, “*los no lugares mediatizan todo un conjunto de relaciones consigo mismo y con los otros (...) El espacio del no lugar no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud*”⁹⁴. En definitiva los no lugares son espacios en los que las personas son los espectadores y producen una segunda visión de lo que los rodea y de sí mismos a través de mediaciones deshumanizadas.

Todas las perspectivas teóricas en torno a la ciudad tomadas en cuenta en este apartado, se encaminan a una percepción de la misma que se enmarca dentro de los términos de la comunicación para el desarrollo, desde el espacio físico al que se basa en el flujo de información, distinguiendo las distintas formas en que se estructuran las ciudades, pasando por la idea de una ciudad global hasta la concepción de los lugares y no lugares, es Muxí nuevamente quien engloba en sus palabras el sentido de ciudad al que este estudio pretendía llegar:

La ciudad del día a día, la ciudad de los que la habitan necesita espacios de encuentro y de crecimiento, espacios que hagan referencia a la memoria y a la historia. Espacios de aprendizaje mutuo donde las distintas gentes puedan aprender unas de otras y sobre todo aprender la convivencia, y a acordar con quienes son diferentes, aprender de las diferencias y confrontaciones (...) Es por ello, que es imprescindible la

⁹³ AUGÉ, Marc. “*Los no lugares. Espacios del anonimato*”. Editorial Gedisa. Barcelona-España, 2000. pp. 83.

⁹⁴ *Ibíd.* pp. 98, 107.

construcción entre todos de una ciudad a través de procesos participativos. La creación de espacios públicos ciudadanos.⁹⁵

Espacios que se pueden llegar a establecer a partir del encuentro real con el “otro”, pensando en sus necesidades reales y tratando de superarlas más no de suplirlas conjuntamente desde proyectos comunicacionales con enfoque de desarrollo, tema a tratar a continuación.

2.6. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

En los últimos años se ha evidenciado en la región como la brecha entre ricos y pobres se ha ido agrandado, es decir, cada vez los ricos son más ricos y los pobres más pobres, *“las pautas de consumo que el mundo rico exporta e impone al mundo en desarrollo somete a este último a relaciones de intercambio que agudizan su dependencia, perpetúan sus desequilibrios internos y amenazan su identidad cultural”*⁹⁶, en este contexto la comunicación ha generado espacios de encuentro desde los cuales se han impulsado cambios sociales. Comunicación para el desarrollo es justamente eso, poner a la comunicación junto con sus instrumentos a disposición del desarrollo, esa capacidad de encuentro, diálogo y participación que brinda esta disciplina alberga numerosas potencialidades para el desarrollo.

Es así que, los medios de comunicación se convierten, desde esta visión, en vías desde las cuales se promueve la acción en las comunidades para que transformen a sus diversas realidades, la comunicación desde los medios tiene la posibilidad de impulsar proyectos sociales direccionados a mejorar la calidad de vida de los individuos al democratizar la participación tomando en cuenta la cultura y la identidad de cada región, se evidencia

⁹⁵ MUXÍ MARTÍNEZ, Zaida. *“Lo local y lo global. Perspectivas urbanas para el análisis”*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona- España. 2004. pp. 37, 38.

⁹⁶ MAX-NEEF, Manfred. *“Desarrollo a escala humana”*. Icaria Editorial. Barcelona-España, 2006. pp. 79.

entonces que no son los medios de comunicación como tradicionalmente fueron concebidos los que se utilizan desde esta perspectiva, sino medios populares relacionados a agrupaciones sociales que estimulen la criticidad y refuercen la idea de que los protagonistas del proceso son los individuos.

Sin embargo es fundamental reconocer que los medios de comunicación juegan otro rol innegable en este proceso, no necesariamente apreciados como herramientas dentro del mismo, sin importar cuán integradas o apocalípticas han sido las críticas en torno a estos instrumentos lo cierto es que, *“estos comparten la vida cotidiana de las personas, tanto a nivel individual como familiar y comprometiendo diversos aspectos de la vida, lo afectivo, el conocimiento, lo estético, lo social”*⁹⁷, por ello no es posible pensar en un proyecto de desarrollo que no tenga clara la influencia que ejercen los medios sobre las personas.

Que los mensajes que difunden los medios masivos son construidos en su mayoría con el propósito de provocar determinados efectos que por lo general están ligados a los preceptos que defiende la globalización y el consumismo, es cierto, lo que no es cierto es que quienes los reciben lo hacen de forma pasiva, es totalmente ingenuo pensar que los medios se han convertido en los proveedores todopoderosos de referentes en la sociedad pues sin importar la posición social de un individuo o la realidad en la que se desenvuelve, los factores externos a sí mismo afectan la forma en que percibe los mensajes emitidos desde los medios, por ese motivo Adalid Contreras afirma:

Construir desarrollo con el aporte de la comunicación es un proceso de transformación complejo, no lineal ni simplificado, de encuentros múltiples, de resolución permanente de conflictos, de consecución de logros y de superación de dificultades, de camino procesual y en realidades históricamente situadas, en espacios diversos individuales,

⁹⁷ ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 40.

grupales, locales, regionales, nacionales, internacionales, sectoriales, parciales o globales.⁹⁸

Es de suma importancia dejar en claro que el desarrollo al que se hace referencia no es aquel que se enfoca exclusivamente en lo económico, este es un factor más dentro de la percepción de desarrollo que se pretende presentar pues no todos los conflictos de una sociedad se asocian con su situación financiera, es más como afirma Mario Unda, “*el mejor proceso de desarrollo será aquel que permita elevar más el nivel de vida de las personas, es decir, aquel que posibilite la más adecuada satisfacción de las necesidades humanas fundamentales*”⁹⁹, por ese motivo el primer paso para entender este tipo de desarrollo se basa en, conjuntamente con los protagonistas del proceso determinar aquello que les está afectando para poder cambiarlo, para esto es necesario la adecuada organización de los grupos sociales y principalmente la participación activa de sus integrantes.

Uno de los desafíos más importantes del desarrollo es romper con las relaciones de dependencia creadas desde los medios, como lo expone Max-Neef a continuación:

Las relaciones de dependencia, desde el espacio internacional hasta los espacios locales, y desde el ámbito tecnológico hasta el ámbito cultural generan y refuerzan procesos de dominación que frustran la satisfacción de las necesidades humanas. Es mediante la generación de autodependencia, a través del protagonismo real de las personas en los distintos espacios y ámbitos, que pueden impulsarse procesos de desarrollo con efectos sinérgicos en la satisfacción de dichas necesidades.¹⁰⁰

⁹⁸ CONTRERAS, Adalid. “*Imágenes e imaginarios de la comunicación-desarrollo*”. Ediciones CIESPAL. Quito- Ecuador, 2000. pp.17,18.

⁹⁹ UNDA, Mario. “*Revisitando el desarrollo. Reflexiones en torno a las experiencias de gestión local alternativa*” en “*Experiencias en gestión y desarrollo local*”. Centro de Investigaciones Ciudad. Quito-Ecuador, 2005. pp. 25.

¹⁰⁰ MAX-NEEF, Manfred. “*Desarrollo a escala humana*”. Icaria Editorial. Barcelona-España, 2006. pp. 81.

Este autor propugna la intervención de los miembros de la sociedad como el punto de partida hacia la transformación de la sociedad, además explica que las necesidades a las que se refiere son aquellas que nacen desde los ámbitos de la subsistencia, la protección, la participación, la creación y la identidad.

Se evidencia con claridad la necesidad de la comunicación en este proceso, sin embargo, como lo explica Rosa María Alfaro, no siempre se enfocó a esta disciplina de manera apropiada en el contexto del desarrollo. Esta pensadora explica que se concibió a la comunicación en un primer momento como difusora de mensajes en busca de un determinado efecto, una visión instrumental centrada en los medios y en quienes difundían la información subestimando al público popular, como contraparte de esta percepción hizo su aparición la comunicación como relación entre los medios y los individuos quienes están determinados por sus diversas realidades, es decir, su subjetividad por lo cual no pueden ser entendidos como meros entes pasivos, este desarrollo se interesa por conocer qué asimilan los miembros de las comunidades de los mensajes que reciben.¹⁰¹

El desarrollo y la comunicación entendida como relación centran su atención en la subjetividad de los sujetos ya que de esta manera dejan de ser simples beneficiarios de los resultados alcanzados desde una planificación pensada para ellos y se convierten en actores participantes del cambio, persiguiendo una transformación pensada por ellos cuyos resultados son fruto de su intervención, *“la implementación de proyectos va así construyendo a cada participante, sus expectativas y demandas, inclusive sus formas de ser y vivir con los demás”*¹⁰², las heterogeneidades en este marco no solo se respetan sino que se impulsan, se integran respetando las diferencias a la vez que cuestionan las desigualdades.

¹⁰¹ ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 19-24.

¹⁰² *Ibíd.* pp. 28,29.

Desde esta comunicación entendida como relación con el desarrollo que parte desde el sujeto es que se pretende enmarcar al producto educomunicativo a realizarse, es necesario aclarar que la adaptación de las leyendas de Pomasqui por sí sola no es un proyecto de desarrollo pues en el sector la necesidad de revitalizar y fortalecer la cultura forma parte de otros conflictos que están siendo trabajados desde diversas instancias como lo son, el Programa del Muchacho Trabajador, la Junta Parroquial, la Administración Zonal “La Delicia”, perteneciente al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, entre otras, con esta última entidad se posee un acuerdo para la entrega de este material por adjudicar gran importancia al aspecto cultural dentro de los diversos proyectos sociales que llevan a cabo, adicionalmente cabe recalcar que por ser una institución gubernamental posee los medios económicos suficientes y gran capacidad de convocatoria para que el producto llegue a un mayor número de personas.

En definitiva, mediante este apartado se ha procurado presentar las perspectivas más importantes que definen la relación entre la comunicación y el desarrollo, a pesar de ello cabe recalcar en el hecho de que este tema es realmente extenso y abarca distintos ámbitos no solo sociales sino también políticos, históricos y coyunturales, entre otros, tratar a fondo todos estos aspectos implicaría desviar demasiado la atención de este estudio, cuyo centro es la producción radiofónica en base a las leyendas de Pomasqui como herramienta de fortalecimiento social enfocada al desarrollo, es así que se encuentra a la siguiente afirmación de Luis Ramiro Beltrán bastante apropiada para concluir este numeral:

Las comunidades deben ser actoras protagónicas de su propio desarrollo, de que la comunicación no debe ser necesariamente sinónimo de persuasión sino primordialmente mecanismo de diálogo horizontal e intercambio participativo y en que, en vez de centrarse en forjar conductas individuales debe hacerlo en los comportamientos sociales condecetes con los valores y las normas de las comunidades.¹⁰³

¹⁰³ BELTRÁN, Luis Ramiro. “*La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*” .III Congreso Panamericano de comunicación. Buenos Aires-Argentina, 2005. pp. 32.

Únicamente cuando un sujeto se apropia de su realidad y decide cambiarla en función de obtener una mejor calidad de vida se puede hablar de un proyecto de desarrollo, si el enfoque que se le da a este proceso pierde esta dirección, la acción que se persigue no se adscribe sino a un mero asistencialismo propuesto por algunas organizaciones y estados paternalistas, es imperativo entonces tener bien en claro que tipo de acción se desea generar considerando que si en algún momento ésta no apunta a los individuos inmediatamente deja de ser una acción de desarrollo.

2.7. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO

Parte neurálgica de este estudio y posterior producción radiofónica yace en la cultura por ser la propulsora de los pueblos, existe más de un ejemplo claro de cómo la cultura se convirtió en el escudo que utilizaron las personas frente a las diversas formas de invasión extranjera, una invasión en el terreno simbólico por ende más difícil de ser reconocida, y no sólo en el pasado sino también en la actualidad.

La cultura nace en la forma de percibir la realidad que poseen los miembros de una determinada comunidad pero va tomando forma y fortaleciéndose a partir del encuentro y la interacción de los sujetos, es así que la comunicación se integra a este proceso permitiendo que se dé este diálogo fundamental.

Pomasqui, como se demostró en este capítulo, es un sector en el que sus habitantes a través del tiempo han logrado mantener viva parte de su memoria mítica tal como lo demuestran sus leyendas, no obstante el consumismo que impulsa la lógica de mercado y el realce de los valores impulsados desde la visión occidental que transmiten los medios han cambiado la forma de vida de su población lo que paulatinamente ha ido afectando a ciertas representaciones culturales. Siendo la cultura la base de la identidad

es importante concebir formas de aplacar este fenómeno, de ahí la propuesta realizada desde este estudio de producir una nueva edición de las leyendas.

Las leyendas han probado ser sitios desde los cuales se puede preservar la cultura, además de ser parte de la evidencia milenaria del patrimonio del que son herederos quienes habitan en este sector, por ese motivo estimular la producción cultural es una práctica fortalecedora de la identidad, un pueblo que conoce de cerca su identidad, la acepta y se apropia de ella es menos propenso a aceptar culturas extranjeras infiltradas.

La identidad es un discurso de reconocimiento y apropiación fundamental en el ejercicio de la comunicación para el desarrollo pues es desde este punto que se reconoce al otro y se respeta sus diferencias mientras se lo integra en los procesos de participación de manera que se promueve la heterogeneidad, indispensable para alejar a la mentalidad masificada que busca unificar subjetividades para facilitar el dominio de los grupos de poder.

El enfoque de desarrollo que se presenta desde esta investigación trasciende el ámbito económico para enfocarse en las necesidades reales de las personas que no siempre están relacionadas con el dinero, sí, se busca propulsar una mejor calidad de vida pero pensada en impulsar sus diversos aspectos. Siendo que el presente trabajo no está concebido como un proyecto de desarrollo, es necesario aclarar que el producto comunicativo a realizarse está adscrito a los proyectos de desarrollo con enfoque cultural que promueve el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito mediante la administración “La Delicia”.

Por medio de este apartado se deja entonces en claro que la cultura va más allá de simples representaciones tangibles e intangibles, la identidad es más que un mero

discurso ligado a la ciudadanía, mal entendida como título al que se hace acreedora una persona por haber nacido en un territorio determinado, la ciudad no es simplemente un espacio físico determinado por el grado urbanístico alcanzado en un lugar y los sujetos no son exclusivamente beneficiarios de planes de acción para alcanzar el desarrollo social, pues debido a la comunicación la cultura se convierte en un ámbito que se expande a distintos espectros de la vida, la identidad permite el reconocimiento propio y de los demás, la ciudadanía es un ejercicio participativo que se lleva a cabo en las esferas sociales, la ciudad representa un lugar de encuentro que promueve la participación de sus habitantes y los individuos no se consideran más como entes pasivos, por el contrario son los actores protagónicos de la transformación de su realidad y el centro mismo desde el que se despliegan los proyectos de desarrollo.

CAPÍTULO III

Producción Radiofónica Educomunicativa: Adaptación de leyendas de Pomasqui

3.1. INTRODUCCIÓN

Para poder realizar el producto radiofónico educomunicativo, este debe ser elaborado pensando en generar un proceso de socialización de la información que conlleva, de manera que los individuos que lo escuchen puedan ir formando una conciencia crítica y activa sobre el tema, así será más factible que se apropien de los datos presentados e irán concibiendo una nueva perspectiva de aprendizaje, alejada de las certezas y las verdades absolutas, para optar por problematizar la realidad, investigarla, dudar, para representarla desde el contexto en que se desenvuelven.

Siendo la radio el medio escogido para transmitir este tipo de producto, es fundamental acotar que este canal es concebido como un instrumento de educación y cultura popular que promueve un autentico desarrollo, ya que es el que llega a más zonas rurales en Latino América, adicionalmente al no presentar imágenes visuales da pauta a la imaginación, la creatividad, y por ende a verbalizar las creaciones mentales que se producen en el proceso educomunicativo.

En este capítulo se presentarán acepciones referentes a la elaboración de un producto educomunicativo entendiendo en primera instancia la magnitud de este término, la radio como medio de acercamiento entre los participantes de este proceso se convierte en el segundo punto a tratar, sus beneficios, sus características y sus limitaciones son temas que se desarrollarán, adicionalmente este apartado es la base desde la cual se llevará a cabo la elaboración práctica del producto radiofónico educomunicacional eje central de todo este estudio, por lo cual se describirá el proceso de producción del mismo.

3.2. EL PRODUCTO EDUCOMUNICATIVO

Muchos son los productos mediáticos que se transmiten a diario, sin embargo son muy pocos los que son realizados con un enfoque educativo, entendiendo a la educación como un proceso de construcción conjunta de conocimiento, las producciones educomunicativas que se elaboran para ser transmitidas a través de los distintos medios masivos poseen ciertas características y persiguen un propósito claro, promover el diálogo, la participación y principalmente generar en los individuos dudas e incertezas que los impulsen a investigar y a forjar un pensamiento crítico mediante el cual puedan darle un tratamiento contextualizado desde sus realidades a la información que reciben.

Todo producto que busque ser considerado educomunicativo necesariamente debe partir desde el sujeto, los mensajes que se comuniquen tienen que tomar en cuenta los intereses e inquietudes de las personas pues es de esta manera que será posible llegar verdaderamente a entablar un contacto con ellas. Desafortunadamente, por lo general, se relaciona a los productos comunicativos con carácter educativo con la formalidad, la rigurosidad e inclusive el aburrimiento, *“así como se piensa también que los programas llamados “de entretenimiento” que escucha la gente, no tienen por qué ser banales y vacíos: que pueden ser muy fecundos vehículos de estímulos educativos y culturales”*¹⁰⁴

Uno de los estudiosos más destacados en esta materia es Mario Kaplún quien además de haber hecho grandes aportes a la comunicación con sus investigaciones en torno a la educomunicación, ha presentado datos valiosos en base a su experiencia trabajando desde la radio, medio de comunicación que le incumbe al presente trabajo. Este pensador hace énfasis en la necesidad de concebir a los productos educacionales que se transmiten en la radio no sólo pensando en promover un proceso de aprendizaje formal, sino también de desarrollo social, promoviendo valores y concientizando a los miembros de la sociedad.

¹⁰⁴ KAPLÚN, Mario. *“La producción de programas de radio”*. CIESPAL. Quito-Ecuador, 1978.pp. 19

En este sentido, un aspecto que no se puede descuidar en la elaboración de un producto educomunicativo es la línea pedagógica a seguir, en el caso de este estudio no se puede trabajar desde una perspectiva educacional tradicional, o calificada por Kaplún como una educación enfocada en los contenidos, por estar caracterizada por ser vertical, autoritaria y paternalista en la que todo el proceso de la enseñanza yace en la figura del educador, tampoco es posible basarse en una educación direccionada a la obtención de resultados desde la cual se utiliza a los medios para persuadir a los educandos a actuar de una manera determinada, reduciéndolos así a simples entes pasivos y dependientes, incapaces de desarrollar su creatividad y criticidad por ende imposibilitados para convertirse en los actores de su desarrollo, sin embargo una tercera línea educacional presentada por este autor es bastante apropiada como punto de partida de la producción radiofónica, la educación con énfasis en el proceso, cuyo propósito es estimular la inteligencia de los participantes, generar un cambio de actitud direccionada a concebir sujetos reflexivos, conscientes y participativos, es por ello considerada como una educación problematizadora que introduce cuestionamientos y no verdades.¹⁰⁵

Un producto educomunicativo elaborado en función de promover procesos de desarrollo social impulsando la cultura, no puede estar basado en modelos pedagógicos caducos en los que se anula a los individuos, ignorando sus particularidades para formar una masa uniforme manipulable desde arriba cuyo único interés se concentra en obtener reacciones determinadas por la información transmitida. Enfocarse en el proceso, por otro lado, es en definitiva enfocarse en el individuo en su transformación y en la de su realidad.

Todo producto educomunicativo, sin importar el medio para el que se lo produzca, debe poseer ciertas características necesarias para distinguirse de un simple producto

¹⁰⁵ KAPLÚN, Mario. *“Una pedagogía de la comunicación”*. Ediciones de la torre. Madrid-España, 1998.pp.21-55.

mediático. En primera instancia deben estimular a las personas a generar conocimientos, también es importante que mediante el mensaje que transmita impulse a los sujetos a tomar conciencia de su realidad para que desde ahí puedan reconocer la problemática en que se halla envuelta, desde estos productos no se subestima a los receptores por el contrario se reconoce sus capacidades por ello debe ser elaborado pensando en promover el desarrollo de su inteligencia mediante la reflexión, para su constitución es fundamental conocer, conjuntamente con el público al que está dirigido, sus necesidades e intereses, adicionalmente debe estimular la participación activa y el diálogo.

Producir mensajes que se transmitan por los medios de comunicación masivos pensados desde la educomunicación, es una demostración de la idea que se ha venido promoviendo a lo largo de este estudio, los medios han creado un camino fértil en la búsqueda del desarrollo social por generar espacios de encuentro, y como expresa Kaplún, *“todo dependerá de cómo estructuraremos nuestro mensaje, de cómo presentemos el tema. Cualquier tema puede ser presentado en forma puramente vertical, o en forma que movilice el razonamiento del oyente y lo lleve a hacer un mínimo ejercicio de raciocinio y de participación personal en el proceso de aprendizaje”*¹⁰⁶, no es cuestión simplemente de santificar a los medios o de satanizarlos, sino de aprovechar los beneficios que pueden ofrecer para que las personas puedan obtener ventajas que las lleve a alcanzar una mejor calidad de vida.

Tomando en cuenta los puntos expuestos, en definitiva, un producto educomunicativo ha de estar al servicio de un proceso de aprendizaje transformador, en el cual sus participantes vayan comprendiendo críticamente su realidad y adquiriendo aptitudes para cambiarla, serán los responsables de generar una auténtica comunicación, dialógica y participativa, para lo cual a pesar de no ser posible la integración de toda una comunidad para elaborar los mensajes será necesario un equipo de miembros de la comunidad responsables, y comunicadores que se perciban a sí mismos como facilitadores,

¹⁰⁶ KAPLÚN, Mario. Op. Cit. pp. 37

animadores y organizadores si se quiere, de esta manera se puede encontrar formas y caminos para que los medios vayan generando un diálogo cada vez más compartido, y se vayan haciendo gradualmente más y más abiertos a la participación de los sujetos, sin olvidar que no por tratarse de productos educativos éstos no puedan ser entretenidos, la intención es atraer y a servir a la audiencia.¹⁰⁷

3.3. UN MEDIO QUE ACERCA: LA RADIO

Tanto en el Ecuador como en la región, la radio es un medio de gran aceptación entre los miembros de la sociedad por acompañarlos mientras realizan sus actividades diarias sin interrumpir su atención. Las primeras estaciones radiales en el Ecuador hicieron su aparición a mediados de los años veinte del siglo pasado y en su mayoría eran de carácter religioso, poco después se fundaron otras estaciones para contrarrestar la influencia de las primeras. Con la aparición de la televisión se creyó que la radio estaba en grave peligro de quedar en desuso, sin embargo no fue así, de ser un medio grupal alrededor del cual se juntaban las personas se convirtió en un medio más bien individual, personal, íntimo, contrario a lo que se pensó la aceptación por parte de la sociedad a la radio creció con los años de forma extraordinaria.¹⁰⁸

A pesar de que la popularidad del medio sufrió leves bajas con la introducción de otros medios, con el pasar del tiempo se hizo evidente que los mensajes que transmitía hacían eco a la ideología dominante y consumista promovida desde afuera, es así que en los años ochenta surge la comunicación radial comunitaria en el marco de la educación popular y la implementación de la participación y el diálogo entre los emisores y receptores.

¹⁰⁷ KAPLÚN, Mario. Op. Cit. pp. 67.

¹⁰⁸ BORJA, Raúl. “Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador”. Ediciones Abya- Yala. Quito-Ecuador, 1998. 73-75.

Surge entonces en 1988 la CORAPE, coordinadora de radios populares, “*como un espacio de reflexión de los comunicadores populares interesados en posibilitar la participación ciudadana en el proceso de comunicación radial*”¹⁰⁹, esta red de emisoras generaban espacios para que los miembros de grupos marginados puedan realizar denuncias, presentar alternativas y luchar contra la discriminación. En la actualidad esta institución aun trabaja con ciertos organismos como ALER, asociación latinoamericana de educación radiofónica, y CIESPAL para brindar a sus afiliados beneficios como, capacitación, servicio técnico, y potencia de transmisión.

Grupos indígenas encontraron en la radio un medio que, “*no complica la vida cotidiana de quien la escucha, no interfiere en la realización de labores cotidianas, más bien relaja, divierte, distrae*”¹¹⁰, basándose en estas características enfrentaron el carácter masificador y alienante con el que la vistieron los grupos de poder, a través de concebir programas que afirmen su conciencia desde sus costumbres, leyendas y tradiciones, en función de fortalecer su identidad, las radios populares además les permitían participar, convertirse en actores protagónicos dentro del proceso comunicativo lo que generó un acercamiento significativo entre los participantes transformando la idea de un solo emisor y un solo receptor a un sujeto que bien podía desenvolverse en ambos papeles. Uno de los aspectos más importantes dentro de este proceso fue la resignificación que se le atribuyó al término popular alejándolo de una connotación peyorativa para dotarlo de un sentido social, cultural y principalmente participativo, lo popular entonces ya no era lo banal, por el contrario se había llenado de valor por ser aquello que provenía desde los actores para el beneficio de los ellos mismos.

En los sectores rurales la radio se convirtió en un medio que generaba espacios de encuentro y lo sigue haciendo, “*los bajos costos de operación de la radio, el amplio alcance de su cobertura, la facilidad de manejo del medio, habrían sido -entre otras- las*

¹⁰⁹ *Ibíd.* pp. 98.

¹¹⁰ *Ibíd.* pp. 106.

potencialidades aprovechadas con oportunidad e ingenio por esos actores”¹¹¹, para ello no es necesario que sea una determinada hora o que los sujetos se encuentren en un preciso lugar, sin importar la circunstancia este medio puede llegar a los individuos con total sutileza, por este motivo se lo considero también como un canal para desarrollar procesos de aprendizaje, una radio educativa cercana a las tradiciones de una comunidad, que exprese sus ideas desde su idioma tomando en cuenta su realidad sin la intención de imponer información procesada que no lleve a pensar sino a aceptar sin mayor oposición, partiendo desde los intereses, preocupaciones y necesidades de los participantes.

Por estas razones, *“la radio es el medio de comunicación de mayor importancia en las sociedades rurales y el instrumento clave de la interculturalidad”*¹¹², como se verá más adelante esta afirmación toma forma a través de los datos recabados mediante la investigación cualitativa realizada con los habitantes del sector de Pomasqui, en la que no sólo se evidencia la importancia de la radio en su vida cotidiana sino también la creciente popularidad de la que goza este medio, no en vano desde la radio se ha impulsado la cultura oral de muchas comunidades, existen varios estudios que lo demuestran, se ha logrado democratizar el derecho a la comunicación, e inclusive se ha alcanzado el desarrollo social.

Poseer una visión horizontal a partir de la cual se posibilite el trabajo en las radios populares, también conocidas como comunitarias, es fundamental pues posibilita la interacción de los actores del proceso comunicativo, ese ánimo de servir a la sociedad es el que impulsa a estos medios por ello Rosa María Alfaro, una pensadora cuyo estudio involucrado la utilización de la radio en varios proyectos de desarrollo social, expresa, *“la experiencia más significativa y sostenida en el campo alternativo ha sido el uso de la radio popular (...) porque, ya no se trata de ser más alternativo o no, sino de ser más radio y hacer mejor comunicación, comprometida con los sectores populares para su*

¹¹¹ *Ibíd.* pp. 115.

¹¹² *Ibíd.* pp. 130.

cambio educativo”¹¹³, una transformación no únicamente de forma sino principalmente de fondo, muchas son las experiencias educativas en la región desde la radio, en países como Colombia, Bolivia, Ecuador, Perú, entre otros, se generaron procesos educativos que quisieron ser alternativos pero por desconocer la naturaleza del medio cayeron en modelos escolásticos donde el profesor-locutor era quien transmitía la información detrás de un micrófono y los estudiantes-receptores no hacían más que escuchar sin inferir en participación alguna, era en sí un concepto diferente de un tipo de educación fuera de la escuela y por ello considerada erróneamente alternativa, sin embargo aunque la forma cambio el fondo era el mismo simplemente mudado de locación, por eso Alfaro hace énfasis en hacer más radio, más comunicación, más diálogo.

La radio educativa popular en cuanto se la concibió desde los miembros de la comunidad se conformó como un espacio de resistencia contra los anhelos de despersonalización, de memorización de datos, y de alejamiento de la cotidianidad, desde la riqueza de expresión del lenguaje radiofónico que se expresa mediante sus formatos se posibilitó un acercamiento real con las personas, es importante recalcar no obstante que para ello es necesario tomar en cuenta las características del medio pues éstas marcan el camino a seguir para construir un producto comunicacional integrador, es así que a continuación se tratará el tema.

3.3.1. TRABAJANDO DESDE LA RADIO: ESPECIFICIDADES

Por evidente que suene e incluso algo redundante, no es lo mismo elaborar un producto radiofónico a uno audiovisual, o un impreso a un teatral, puede ser que se persiga el mismo objetivo con la misma comunidad y aun así sea necesario pensar desde diferentes ángulos la concepción de los mismos, aunque la premisa desde la que se parte en este apartado denote cierto grado de obviedad es fundamental conocer el medio desde el que

¹¹³ ALFARO, Rosa María. “Una comunicación para otro desarrollo”. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 51.

se va a trabajar, aludiendo nuevamente a Rosa María Alfaro, *“es importante respetar los códigos y los lenguajes de cada medio de comunicación que se utiliza, pero no solamente porque cada uno es distinto, sino que la propia cultura massmediática de la población ha ido conformando relaciones diferentes con cada uno”*¹¹⁴, relaciones que se entablan a partir de los sentidos, en el caso de la radio el oído, para tener contacto con la televisión, el periódico, el teatro, y en gran parte del internet, es necesaria la vista pero lo que verdaderamente le da color a sus producciones es el sonido sin él las mejores actuaciones, las más impactantes imágenes y la más destacada información pierde su atractivo.

Sin embargo, los efectos sonoros creados para los medios audiovisuales y aquellos creados para la radio no pueden ser los mismos, de igual manera quienes se expresan en estos medios deben hacerlo de forma diferente, un mensaje destinado a ser transmitido en radio necesita de una descripción detallada que le posibilite a quien escucha transportarse mentalmente a una locación, la voz de quien emite el mensaje debe poseer inflexiones que impriman intensidad en lo que se dice de otra manera transmitir información en radio resulta monótono y lineal, lo que difícilmente captará la atención de la audiencia, en palabras de Mario Kaplún, *“no es suficiente, entonces, determinar, lo que queremos decir: tenemos que saber cómo decirlo a través de la radio para ser escuchados, atendidos y entendidos.”*¹¹⁵

La radio es un medio sumamente amistoso tanto en su manejo como en lo referente a sus costos, el instrumento principal desde el cual se da forma a los productos comunicativos emitidos en radio, es el micrófono y ciertos programas de edición que en la actualidad gracias al desarrollo de la tecnología permiten integrar todo tipo de efectos, música y sonido de manera fácil y rápida. En el ámbito económico este medio requiere de menos capital en sus producciones pues no necesita inferir en gastos de vestuario, maquillaje,

¹¹⁴ *Ibíd.* pp. 74.

¹¹⁵ KAPLÚN, Mario. *“La producción de programas de radio”*. CIESPAL. Quito-Ecuador, 1978.pp. 47.

peinado, locaciones, entre otros aspectos que una producción audiovisual necesariamente debe tomar en cuenta, adicionalmente llega a un mayor número de la población, en comparación con los demás medios, un radiotransmisor no es tan costoso como una televisión o una computadora, existen modelos que funcionan con baterías para ciertos lugares en los que no se dispone de electricidad o inclusive que se desea evitar su uso para aminorar gastos, por otro lado no es necesario poseer ningún tipo de instrucción formal para acceder a este medio, como es el caso de los periódicos que para conocer los datos que contienen es necesario saber leer, basta que lo que se expresa se lo haga en el mismo idioma mediante el que se comunican los miembros de la comunidad.

A pesar de las facilidades que brinda este medio es necesario conocer también sus restricciones pues de esta manera se puede ir conociendo sus potencialidades, no se puede concebir a la radio como un simple canal mediante el cual se envían mensajes, es fundamental comprender que es un instrumento que puede ser utilizado no sólo a favor de la comunicación, sino también de la educación y el desarrollo entre otros campos, por ello, *“exige conocerlo, saber manejarlo, adaptarse a sus limitaciones y a sus posibilidades. Usar bien la radio es una técnica y un arte.”*¹¹⁶ Con esto se busca aclarar que a pesar de que la tecnología ha sido de gran ayuda agilizando el proceso de producción de los productos comunicativos en radio, no se la puede sobreponer ante todo pues es únicamente parte del medio como herramienta, la creatividad, el análisis y el compromiso en hacer radio de verdad son aspectos que ni el más desarrollado programa computacional puede proveer.

Mario Kaplún presenta a partir de sus estudios con la radio, las que él considera son sus limitaciones, en primera instancia se encuentra la limitación unisensorial, los mensajes transmitidos en radio pueden ser percibidos exclusivamente a través de oído mientras los demás sentidos quedan libres para ejercer otras actividades de ahí que si el mensaje no está constituido de manera que pueda captar y mantener la atención, el público se puede

¹¹⁶ *Ibíd.* pp. 47.

distraer y no escuchar más, o fatigarse rápidamente y no atender. La segunda limitación es la ausencia del interlocutor lo que impide que exista interacción entre los participantes de la comunicación, si desde la radio no se genera un producto comunicativo creativo, alejado de lo convencional se crea una brecha irreconciliable entre el medio y su audiencia. La fugacidad, afirma este autor, es la tercera limitación de este medio por ser sus mensajes efímeros, si algo fue dicho que quien escucha no captó y por ende no logra comprender el resto del mensaje deja de escuchar, por ello en radio es necesario repetir constantemente la misma información lo que trae consigo más limitaciones pues esa reiteración puede volverse monótona e incluso aburrida además de limitar la cantidad de información que se puede emitir debido al tiempo que se necesita para repetir lo antes dicho. Por último, existe la limitación del auditorio condicionado, las personas oyen radio pero no la escuchan, poseen ante este medio una atención superficial, inconstante y limitada pues se han acostumbrado a tenerla como una compañía casi ausente.¹¹⁷

No se puede concebir a medio de comunicación masivo alguno como el medio perfecto libre de limitaciones, empero lo que sí es posible frente a toda imposibilidad encontrar una opción que pueda paliar esta situación negativa que afecta no sólo a los propósitos educativos de los medios sino principalmente al desarrollo de los individuos, es así que frente a la unisensorialidad, Kaplún propone, el estímulo de la imaginación mediante imágenes auditivas, música y efectos de sonido que conviertan al mensaje en algo interesante que valga la pena escuchar pero que no requiera de mayor concentración, como contraparte de la unisensorialidad está la empatía, por medio de la cual se promueva una comunicación afectiva que convoque a la participación activa de quien escucha, haciéndolo sentir presente y tomando en cuenta sus intereses, en caso del perceptor condicionado, se debe buscar promover elementos de identificación que llamen su atención, y para terminar, los inconvenientes causados por la fugacidad pueden evitarse presentando pocas ideas, reiterándolas de forma adecuada evitando ser monótono.¹¹⁸

¹¹⁷ *Ibíd.* pp. 48- 58.

¹¹⁸ *Ibíd.* pp. 72- 73.

Es claro, entonces, que la naturaleza de la radio es de encuentro, no exclusivamente entre distintas percepciones de la realidad, lo cual es una de sus más destacables características, sino también de encuentro personal del individuo consigo mismo, con sus emociones, si el mensaje a ser emitido a través de la radio es construido consecuentemente con sus posibilidades y limitaciones éste ha de generar distintos sentires en el público, de no ser así no puede ser considerado radiofónico.

Un mensaje elaborado pensando en la radio como medio de comunicación debe llevar a los sujetos a echar a volar a su imaginación, pues como dice José Ignacio López Vigil, *“y es que el oído reconstruye la realidad y también la inventa. Todo es posible aunque no lo sea (...) No hay que satanizar la fantasía. ¿Qué importa más, que sea real o que te ayude a vivir?”*¹¹⁹ Esta última frase expresa de igual manera la posición privilegiada que posee la radio como instrumento de desarrollo social, que en radio sea realmente importante tomar en cuenta los sentimientos y la imaginación de las personas no quiere decir que no tenga potencialidad para generar procesos de aprendizaje críticos, que busque recursos en lo onírico, lo cómico, y lo cotidiano no significa que por ello no pueda tener un enfoque formal, por decirlo de alguna manera, pues tampoco busca la formalidad, lo que busca, en definitiva, es a través de la creatividad generar espacios de encuentro e interacción desde los cuales los individuos puedan reconocer su realidad apropiarse de ella y en conjunto con quienes los rodean transformarla, ahí yace el motivo principal por el que se escogió este medio como herramienta educomunicativa dentro del presente estudio.

¹¹⁹ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *“Manual urgente para radialistas apasionados”* Artes Graficas Silva. Quito- Ecuador, 2005. pp.26

3.4. PRE-PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

Toda producción mediática nace de una idea que se convierte en la base sobre la cual se va construyendo la estructura de lo que se pretende alcanzar, son muchos los aspectos a ser tomados en cuenta pues no se puede elaborar un producto comunicativo de forma arbitraria, aun en los medios masivos con pretensiones difusionistas lo primero que se determina es al público al que va a ir dirigido, mucho más si el mismo está pensado para generar procesos de desarrollo social, conocer a los participantes del proceso comunicativo es el primer paso y el más importante, el acercamiento a los sujetos y a sus realidades abre la puerta que permite conocer sus necesidades e intereses y sólo desde ahí se podrá emprender este recorrido.

La idea a partir de la cual se concibe todo este estudio se basa en la riqueza cultural que se puede evidenciar en las leyendas populares del Pomasqui, como se explicó anteriormente, este sector posee una historia milenaria de la que son herederos sus habitantes, el libro “El Valle de los Pumas” escrito por Manuel Espinosa Apolo no sólo recopila las leyendas de la zona de forma aislada sino que también las contextualiza dentro del marco geográfico, histórico, cultural y cotidiano en el que se desenvuelven sus habitantes, mediante una investigación exhaustiva, análisis y entrevistas a sus pobladores , Espinosa Apolo es el autor cuya obra se constituye en el pilar fundamental de todo este trabajo.

En un primer contacto informal con los pobladores del sector se pudo percibir que las leyendas populares que forman parte de su cultura e identidad no son reconocidas por todas las personas, los habitantes más antiguos y de mayor edad representan al pequeño grupo que aun las mantiene con vida, los jóvenes y adultos en un gran número casi no las recuerdan y un número aun mayor de las nuevas generaciones prácticamente desconocen acerca del tema, de esta forma quedó claro que existe la necesidad de

revitalizar la cultura de Pomasqui, es así que se empezó con el proceso de investigación cualitativa en función de conocer más de cerca este fenómeno cultural.

3.4.1. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Una vez que se reconoció la existencia de la necesidad de fortalecer la cultura en el sector de Pomasqui se procedió a dar comienzo a la investigación cualitativa para lo cual se utilizó como principal herramienta a la encuesta tipo licker por considerarla la más apropiada en el proceso de recogimiento de datos cualitativos, de percepciones, sentires y no exclusivamente de cifras. La muestra que se tomó en cuenta para esta investigación corresponde a los estudiantes, padres de familia y profesores relacionados al segundo año de educación básica de las escuelas María Helena Salazar, fiscal, y Ernest Ruterford, particular.

El motivo por el que este estudio se enfocó en niños y niñas de un rango de edades de entre 6 a 7 años, es pues a esta edad empiezan a conocer una nueva forma de comunicación dada a través del lenguaje escrito, comienzan a aprender el sentido de las letras cuando se juntan formando palabras y reconocen su potencialidad para poderse expresar, aun así todavía se apoyan en un alto grado en el lenguaje verbal, se encuentran muy perceptivos a los mensajes que reciben de forma oral y siguen concibiendo sus ideas de la realidad más cercanos a las imágenes mentales que infantes de otras edades, lo cual es un factor muy positivo pensando en que el medio por el cual se pretende generar un acercamiento con este grupo es la radio.

Otro aspecto que impulsó a esta investigación a direccionar sus esfuerzos hacia los habitantes de la zona comprendidos entre esas edades, es porque en ese período de su vida todavía se manejan en base a la curiosidad y a la duda, aun los sistemas verticales propugnados desde la escuela clásica no son del todo conocidos y aceptados por estos

estudiantes, su mente está más abierta a experiencias formativas distintas y tienen deseo de participar. Adicionalmente, mientras más pronto se reconozca la realidad en la que se desenvuelve una persona y sus rasgos en base a este entorno y a quienes la rodean, la apreciación de lo propio y su apropiación, valga la redundancia, será más fuerte, no se debe subestimar a los niños y niñas por su edad pues no existe un determinado momento para empezar este proceso de reconocimiento, participación, interacción y acción, pero si se puede afirmar que cuanto antes mejor.

El primer grupo con en el que se empezó la investigación fue el de los estudiantes para lo cual a través de dinámicas lúdicas se acompañó a los encuestados en el proceso de recolección de datos, la encuesta realizada tenía como objetivo conocer en primera instancia qué medio de comunicación era el de su preferencia, siendo las leyendas el punto de partida de este estudio se buscó conocer que percepción tenía la muestra acerca de este tema, si era de su interés, su importancia en la zona y para sus habitantes desde su posición y sí los adultos con quienes conviven comparten esta parte de su cultura con ellos, pensando en el producto educomunicativo a realizarse se preguntó acerca de ciertos personajes míticos que forman parte de las leyendas de Pomasqui y que son aquellos que mayormente están relacionados con deidades milenarias, el duende, el sacharuna y la yumba, personajes principales en la adaptación de las leyendas del sector a producirse. Por último, de manera lo más descriptiva posible se introdujo el tema de la cultura, la identidad y la ciudadanía en función de conocer cuánto entendían de este asunto los niños y niñas, y principalmente que importancia le adjudicaban a este aspecto en su vida cotidiana.

Los datos que esta investigación proporcionó fueron de gran utilidad, ya que permitieron determinar ciertas aristas que cruzarán la producción radiofónica de principio a fin, tal como se intuyó la radio resultó ser el medio de comunicación de mayor preferencia entre los encuestados de la mano con los libros de cuentos, lo que puede estar determinado por el hecho de que los libros eran inaccesibles para estos niños y niñas antes de poder leer y

ahora que tienen esa habilidad les resultan muy novedosos. Menos de la mitad de la muestra expresa que sus familiares les cuentan cuentos y leyendas con frecuencia a pesar de que dentro de la investigación el mismo rango de encuestados afirma que le agrada que le cuenten historias. En lo referente a las leyendas de Pomasqui los datos son mixtos, la mitad de niños y niñas desconocen acerca de las leyendas y de sus personajes aunque admiten que lo poco que saben es de su agrado y que les interesa conocer más, en lo que concuerda la mayoría de la muestra es en la importancia de la cultura, identidad y ciudadanía. ([ANEXO I](#))

El segundo grupo con el que se trabajó fue el de los padres de familia de los niños de las escuelas antes mencionadas, el número de esta muestra fue mucho menor que el de la anterior debido a la limitación de tiempo de la mayoría de familiares a causa de sus labores cotidianas, sin embargo los datos brindados por los encuestados fueron de mucha ayuda en este proceso. La encuesta elaborada para este segundo colectivo se basó en un principio en la frecuencia con la que los padres y madres observan y escuchan los mensajes emitidos por los distintos medios masivos de comunicación en compañía de sus hijos. De igual forma se indagó acerca del nivel de conocimiento de los encuestados en lo referente a las leyendas de Pomasqui, su importancia para la cultura de su comunidad, si éstas eran transmitidas a sus hijos e hijas y el valor de este proceso de reproducción cultural de generación en generación. Para terminar, se relacionó a las leyendas con los medios y la educación en función de develar la opinión de los padres de familia en torno a la relación de esta triada como herramienta de aprendizaje.

En el caso de este grupo la investigación demostró que los padres de familia ocasionalmente comparten tiempo con sus hijos e hijas al mirar o escuchar lo que se trasmite por los medios de comunicación, sin embargo un alto porcentaje afirmó que cuando lo hacen procuran explicarles los mensajes que están recibiendo. En relación a las leyendas de Pomasqui los encuestados expresaron en un alto grado que sus padres si les contaban estas historias y aun así ellos no les cuentan a sus hijos las mismas con

igual frecuencia, empero acotaron que reconocen su importancia en el ámbito cultural en un alto porcentaje y aceptan que los medios de comunicación podrían ser un canal apropiado para adaptarlas y reproducirlas a la sociedad como instrumentos educativos. ([ANEXO II](#))

Para finalizar, este estudio se enfocó en los educadores de las escuelas María Helena Salazar y Ernest Ruterford, no exclusivamente en aquellos que trabajan con niños de segundo año de educación básica sino en general con todos quienes tienen contacto con estudiantes de formación primaria, en este sentido se buscó saber si utilizaban medios de comunicación como herramientas de enseñanza y qué grado de potencialidad poseían éstos dentro de este proceso, adicionalmente se interrogó acerca del nivel de capacitación que poseían estos educadores en relación a la utilización de los medios en clase. Por otro lado, se buscó conocer la percepción de los maestros en torno a la relación de sus estudiantes con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la comunicación preguntando acerca de la incidencia de las mismas en la vida cotidiana de los niños y niñas. Entrando en el tema de las leyendas, un aspecto esencial fue el de develar si desde su percepción como educadores consideraban a las leyendas como una representación cultural de importancia para la comunidad y partiendo de este punto conocer su posición frente a la educación como impulsora del fortalecimiento cultural.

La información que este último grupo proveyó consolidó la base desde la cual parte la producción del presente producto educomunicativo radiofónico, el uso de los medios en la enseñanza es muy segmentado a pesar de ello los encuestados afirman que pueden llegar a ser de mucha utilidad, una abrumadora mayoría ha recibido una limitada e inclusive nula capacitación para la enseñanza desde los medios. En la relación de los estudiantes con los medios de comunicación y las tecnologías de la información, los maestros reconocen un alto nivel de incidencia de éstas en la vida diaria de los educandos. Para terminar expresan que las leyendas son importantes en el fortalecimiento cultural en un alto grado y que éste debe ser impulsado desde la

educación sin lugar a dudas, indican de igual manera que una adaptación radiofónica de las leyendas de Pomasqui puede ser utilizada como instrumento de enseñanza. ([ANEXO III](#))

En definitiva, la investigación cualitativa brindó los fundamentos primordiales para poder dar inicio a la producción radiofónica pues dejó en claro que la radio es un medio sumamente apropiado para generar un proceso tanto educativo como comunicacional con los habitantes del sector, evidencia de igual manera que existe un desconocimiento creciente acerca de la cultura de la zona pero aun así se mantiene un interés genuino por revitalizar este aspecto, asimismo muestra como opción viable frente a esta necesidad la adaptación de las leyendas a través de los medios de comunicación, en este caso la radio.

3.4.2. LEYENDAS DE POMASQUI: HILO CONDUCTOR

En el sector de Pomasqui existen diversas leyendas que cuentan historias míticas que envuelven personajes que representan su herencia milenaria, desde pequeños hombrecillos con grandes sombreros hasta seres semi-humanos. Para el desarrollo de este estudio se escogió tres leyendas cuyos personajes denotan mayor cercanía con la cultura original del sector.

La primera leyenda que se consideró para ser adaptada radiofónicamente es la del duende, personaje conocido a lo largo del callejón andino, las personas lo conciben desde dos posiciones, bien sea sátiro o juguétón. El duende sátiro es considerado un hombre de muy baja estatura que suele castigar a los habitantes agrediéndoles, provocándoles enfermedades e inclusive puede llegar a terminar con sus vidas, mientras que el duende juguétón busca a los niños para jugar con ellos pero le molesta perder y no juega limpio. Existen varios testimonios de pobladores de Pomasqui de haber tenido algún contacto con uno de estos dos personajes, por lo general estas historias cuentan de

la maldad con la que procede el duende, sin embargo existen también quienes afirman que el duende puede ser amistoso e inclusive protector, es así que Espinosa Apolo expresa, *“el duende adquiere de pronto una connotación positiva, protectora. Probablemente esa fue la verdadera naturaleza de la vieja deidad andina que subyace en este personaje, la misma fue satanizada en la labor evangelizadora y fusionada con el duende europeo.”*¹²⁰

En la cosmología mítica de Pomasqui el viento es un elemento fundamental que está relacionado con el duende, *“acaso el duende constituye la supervivencia deformada de una antigua deidad del viento. Ello explicaría su ubicuidad.”*¹²¹ El autor se refiere con esto a que generalmente ciertos espectros pertenecientes a las leyendas se les aparecen a las personas en lugares determinados, como es el caso de los otros dos personajes que se explicará más adelante, sin embargo el duende es considerado un ser hasta cierto punto ubicuo pues puede aparecer en casi cualquier lugar del poblado de Pomasqui. Quienes afirman haberlo visto coinciden en que el duende aparece en las quebradas, ríos, puentes y ciertas esquinas de la ciudad, esto se puede explicar por los siguientes motivos:

No hay duda que las quebradas y los ríos de la zona alta del oriente, son dominios del demonio. La satanización de estos lugares solo se explica por el hecho de que antes de la llegada de los españoles, los lugares del agua, como pogyos, vertientes, quebradas y ríos eran la morada de los antiguos dioses andinos, los mismos que fueron convertidos en la catequización católica en manifestaciones del diablo (...) Los puentes sobre el río Bellorita unían y unen por tanto dos mundos antagónicos, el centro cristianizado y blanco con la zona indígena, natural y agreste. Los puentes, en el imaginario popular, unen por tanto lo que debería estar separado. De esta manera, los puentes entrañan en sí mismo riesgo y peligro.¹²²

La Yumba es la protagonista de la siguiente leyenda, es una aparición propia de Pomasqui y se dice que es una mujer indígena, joven y muy bella, lleva ropajes similares

¹²⁰ ESPINOSA APOLO, Manuel. *“El valle de los Pumas”* Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Quito-Ecuador, 2005.pp.129-130.

¹²¹ *Ibíd.* pp. 87.

¹²² *Ibíd.* pp.65-66, 67.

a los que utilizaban los yumbos hace muchos años atrás, su negra y larga cabellera es lo que la diferencia de otras mujeres, castiga a los hombres mujeriegos y bebedores seduciéndolos para luego golpearlos como escarmiento y a veces hasta les quita sus almas, las personas que habitan en Pomasqui dicen haberla visto siempre cerca del Pacpo por lo que comparten la idea de que ella habita allí e incluso que “ *ella es la dueña de la morada interior y del agua que existe en las entrañas del Pacpo (...) La Yumba es sin duda el espíritu del cerro Pacpo, y de alguna forma protectora y vengadora del pueblo indígena.* ”¹²³

Tal como lo explica Espinosa Apolo, “*el sector oriental es el más rico en historia y en contenido mitológico. Debido en primer lugar, a que en él se yergue el Pacpo, la pacarina de Pomasqui, cerro hoy temido, pero antes de la llegada de los españoles, probablemente venerado*”¹²⁴, este autor explica que aun cuando en la actualidad un gran número de habitantes de Pomasqui consideran que dentro del Pacpo existen almas pérdidas, en tiempos anteriores se creía que desde sitios como estos ubicados al oriente emergieron los fundadores de los linajes y los ayllus por encontrarse ubicados justamente en el punto por donde salía el sol, es así que al Pacpo se lo conoce también como pacarina pues en kechua esta palabra significa tiempo, amanecer y nacer.

Por último se tomará en cuenta al sacha runa, otro personaje mítico de las leyendas de este sector, “*es un ser entre espectral y animal propio del centro-norte de la sierra del Ecuador (...) hombre real con hábitos animalescos o un ser mixto, mitad hombre y mitad árbol, puesto que se lo describe como un hombre alto que lleva su cuerpo cubierto de pelos, hojas, musgo e incluso flores.*”¹²⁵ Sacha significa monte y runa hombre en kechua, según las leyendas suele aparecer cerca de Pusuqui, extremo sur de Pomasqui, en las noches en busca de niños y niñas para comérselos, empero por la forma

¹²³ Ibíd. pp. 139-140.

¹²⁴ Ibíd. pp. 56.

¹²⁵ Ibíd. pp. 131.

en que se lo describe físicamente se considera que puede ser una derivación de alguna deidad antigua relacionada con la naturaleza, los árboles, los animales y los frutos.

Como se puede evidenciar estos tres personajes dentro de las leyendas de Pomasqui son los que se acercan más a las antiguas creencias y tradiciones del sector por ese motivo se los escogió para formar parte de la presente producción radial. Lo que se procurará generar en base a estos personajes es una nueva visión de los mismos, más cercana a sus características milenarias, dejando de lado de esta manera el aspecto maléfico del que se los ha dotado a lo largo de los años. De esta manera, develando una nueva perspectiva que posea connotaciones positivas acerca de estos personajes se pretende promover una aproximación real entre los habitantes de la zona y su cultura, lo que no significa simplemente cambiar los paradigmas que poseen en relación a este ámbito sino más bien provocar incertezas acerca de lo que les ha sido dicho, han escuchado o creían conocer de las leyendas de forma que se vean impulsados a buscar, investigar, y preguntar pues es mediante este proceso que podrán apropiarse verdaderamente de su cultura, fortalecer su identidad e impulsarla compartiendo sus percepciones con quienes los rodean.

3.4.3. EL LENGUAJE DE LA RADIO

En radio los mensajes se expresan a través de la voz, la música, los efectos de sonido e inclusive el silencio, sin embargo el lenguaje radiofónico trasciende estos aspectos más bien técnicos hacia un campo más subjetivo, es decir, convierte a estos elementos en instrumentos claves para llegar a los sujetos, pues por más bien elaborado que pueda estar un producto radial *“si yo empleo términos que el otro no entiende hago ruido”*¹²⁶, del ruido al que se refiere Ignacio López Vigil no es un sonido molesto que resta armonía al mensaje, si no la incapacidad de generar un proceso comunicativo con el otro

¹²⁶ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. *“Manual urgente para radialistas apasionados”* Artes Graficas Silva. Quito- Ecuador, 2005. pp. 32.

por no haber pensado en éste desde el primer momento, si lo que se transmite por radio no crea empatía con el receptor cualquier esfuerzo es en vano.

Para poder entablar una relación verdadera con el otro se debe partir siempre desde su posición, si a quienes van dirigidos los mensajes son niños y niñas de temprana edad, como es el caso del presente producto educ comunicativo, el lenguaje verbal que se emplee deberá ser sencillo de manera que les sea posible entender la idea completa, los efectos de sonido muy llamativos al igual que la música en función de captar su atención y mantenerla, un aspecto de suma importancia es la duración, no deberá ser muy prolongado pues inclusive si se elabora un producto radiofónico altamente atrayente si su transmisión se torna extensa los niños y niñas perderán su concentración y olvidarán todo el mensaje.

De esta misma manera sucede con otros grupos como las amas de casa, los oficinistas, los adolescentes, los indígenas, en fin cada colectivo requiere de un trato diferente en cuanto a la utilización del lenguaje se refiere, lo que se busca es llamar su atención para así poder generar un proceso comunicacional, hacer que el individuo se sienta cercano a lo escucha, encuentre un referente que le permita sentir que es parte del proceso, como lo afirma López Vigil:

Evitando ruidos, nos aproximaremos al significado del mensaje, haremos que el pan sea pan y el vino, vino. Otro asunto es el sentido que cada uno dé a ese mismo mensaje (...) el sentido de las cosas lo pone el sujeto, no el mensaje (...) en la coincidencia de los significados y la diferencia de los sentidos radica precisamente la enorme riqueza de la comunicación humana.¹²⁷

Quien produce mensajes radiofónicos o de cualquier medio de comunicación para este efecto, debe tener en claro que no es más que un facilitador dentro del proceso comunicativo, quien abre las puertas de un espacio de encuentro, por supuesto que para ello

¹²⁷ *Ibíd.* pp. 33

debe aprender a llegar a los sujetos concibiendo mensajes que permitan generar significados colectivos y haciéndose a un lado para que los sujetos tengan la libertad de crear sus propios sentidos.

En este proceso es innegable que en ocasiones se debe recurrir a ciertos elementos que por no ser necesariamente formales a veces son menospreciados, es así que las jergas, dialectos e inclusive ciertas frases adaptadas del idioma anglosajón pueden llegar a ser instrumentos de gran utilidad para provocar un acercamiento al grupo con el que se va a trabajar. Pero no basta pensar en la manera en que se va a decirlo, sino también en lo que se dice, como se explico anteriormente la radio es un medio de sensaciones, por la ausencia de las imágenes visuales es necesario que lo que se pronuncie desde este medio evoque imágenes mentales tan fuertes que logren transportar a quien escucha a otra realidad.

No se trata de ser tan descriptivo que se caiga en el aburrimiento, más bien se busca apelar a la imaginación a través de palabras concretas que los individuos relacionen con objetos físicos, paisajes, sitios, olores, sabores, en fin, sentires que se despierten con el solo hecho de escuchar nombrarlas, pero la palabra no está sola en el lenguaje radiofónico por el contrario se fortalece en los otros elementos que lo conforman, la música, los efectos y el silencio, como se mencionó anteriormente, para darle verdadera forma a eso que se dice la mejor manera es acompañándola de efectos y música, por ejemplo si se habla de un bosque se puede complementar la narración con el sonido de agua corriendo como si fuera un río, viento, hojas moviéndose y si el relato es acerca de un cuento de terror en ese escenario una canción lúgubre de tonos graves complementaría perfectamente toda la imagen que se desea proyectar en la mente de quien escucha.

El silencio es parte de este lenguaje, pero no como una ausencia de sonido sin sentido en la transmisión de un mensaje, un silencio utilizado arbitrariamente puede cortar todo el proceso comunicacional pero si se lo entiende como una pausa cargada de sentido el rol del

silencio cambia completamente. Este aspecto del lenguaje radiofónico es de gran importancia en la producción a realizarse en base a las leyendas de Pomasqui ya que se lo utilizará para impulsar la participación activa de los niños y niñas en quienes se enfoca el producto, cada vez que uno de los personajes que protagonicen los distintos papeles en la adaptación de las leyendas hagan una pregunta, harán una pausa corta en espera de una respuesta por parte de quienes escuchan de esta manera los receptores tendrán también la posibilidad de convertirse en emisores, de interactuar, adicionalmente se mantendrán atentos durante la transmisión del mensaje por la expectativa de que se les vuelva a hacer una pregunta, pero fundamentalmente sentirán que forman parte importante del relato.

El lenguaje radiofónico desde sus distintas dimensiones demuestra, de esta manera, que *“la comunicación es mucho más que una simple transmisión de mensajes. Aun evitando todos los ruidos en todas las etapas del proceso y asegurando que el mensaje llegue lo más transparente posible al receptor, éste lo interpretará a su manera, le dará un sentido subjetivo.”*¹²⁸ Y esto es justamente lo que se persigue con la transmisión del producto educativo a realizarse, conocer las percepciones de los niños y niñas frente a su cultura, a su identidad, provocar un interés y curiosidad tal que en el proceso de investigar lo que se desconoce se lleguen a apropiarse de ello.

3.4.4. FORMATO Y GÉNERO RADIOFÓNICO

Parte fundamental del proceso de pre-producción es identificar el formato y el género de radio que enmarcará toda la producción, este aspecto es de gran importancia pues determina el lenguaje a usarse, la duración de la emisión radiofónica y el propósito con el que se elaborará el producto. En relación a estos ámbitos Rosa María Alfaro afirma:

El informativo, lo dramatizado (o de ficción), el consultorio, el humor, el musical, lo deportivo, trabajan sistemas diferenciales de lenguaje. Unos convocan y comunican en códigos de credibilidad y comprometen la opinión; otros en situaciones emotivas o de acción que se relacionan con

¹²⁸ *Ibíd.* pp. 33.

la representación social y cultural desde lo cotidiano; otros en la burla y risa que permite cualquier subversión; en ambiente de juego y competencia, hasta el fanatismo; en algunos casos convirtiéndose como atmósfera de sensaciones o imágenes, etc. Y dentro de cada género, cada formato ha desarrollado sus normas y especialidades, aceptadas y compartidas por los consumidores.¹²⁹

Es evidente entonces la necesidad de reconocer desde qué punto se va a partir hacia la producción radiofónica, lo que no significa que acogerse a un género determinado o a un formato implica rechazar otros formatos o géneros, es decir, en el caso de esta producción se utilizará al radiodrama como formato, pertenecerá al género educativo y a la vez al cómico, es este encuentro de diversas perspectivas el que le proveerá al producto de verosimilitud y lo acercará a la realidad de quienes escuchan. El radiodrama a realizarse será de tipo unitario, comenzará y terminará exclusivamente en una emisión, no tendrá episodios que le den continuación a la historia.

El motivo de que el radiodrama sea el formato elegido es pues, *“su rasgo principal reside en que desarrollan una historia, una anécdota, una situación concreta, con personajes dramáticos, los cuales son encarnados por actores”*¹³⁰, siendo que las leyendas son cercanas a los cuentos e historias, con la diferencia de estar cargadas de contenidos culturales, dar vida a sus personajes mediante actores y actrices es una forma propicia de captar la atención de los integrantes del proceso comunicativo.

Adicionalmente el radiodrama permite transportar a los radioescuchas a diversos espacios, es un formato que impulsa la imaginación por poseer la capacidad de generar escenarios, situaciones y personajes que bien pueden ser oníricos y aun si puedan llegar a producir un sentimiento de cercanía con los individuos.

¹²⁹ ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993. pp. 75.

¹³⁰ KAPLÚN, Mario. *“La producción de programas de radio”*. CIESPAL. Quito-Ecuador, 1978. pp. 130.

En el siguiente párrafo Mario Kaplún resume de manera bastante acertada los beneficios que provee este formato radiofónico y sus características principales:

En lugar de un locutor narrando una historia, los personajes de la historia se animan y hablan por sí mismos, en las voces de los actores que los encarnan. La historia puede ser real o imaginaria; pero en uno u otro caso, el oyente se sentirá involucrado en ella; identificado, consubstanciado con el problema que la pieza dramática desarrolla y con los personajes que la viven (...) si se relaciona con situaciones, ambientes y hechos que son familiares al oyente, mantener la atención de éste con un radiodrama es más fácil que con cualquier otro formato; y es también más fácil lograr su participación intelectual y emocional.¹³¹

De esta manera queda establecida con claridad la razón por la que se trabajará desde este formato, el último aspecto en relación a este tema que le resultó de gran interés a la presente producción radiofónica es la duración de la misma, el radiodrama da la libertad de elaborar un producto radial de corta duración, considerando que el grupo con el que se trabajará son niños y niñas de entre seis y siete años propensos a perder la atención rápidamente no se puede pensar en realizar una emisión mayor a seis o siete minutos.

En lo referente al género, que sea educativo no implica que sea aburrido, como se ha venido explicando a lo largo de este capítulo, por ello este primer género comparte su lugar con el género cómico, se busca desde esta perspectiva crear interés y agrado de lo que se escucha en quienes lo escuchan, valga la redundancia. A pesar de que se ha mencionado repetidamente que la educación a la que se hace referencia en este estudio no está relacionada con la escuela clásica y su modelo vertical y autoritario, es indispensable reforzar esta idea pues es justamente este proceso de aprendizaje distinto el que se desea promover, una educación que se desarrolla de manera horizontal y participativa mediante la cual se construye el conocimiento conjuntamente a partir de las percepciones que conciba cada individuo.

¹³¹ KAPLÚN, Mario. “*La producción de programas de radio*”. CIESPAL. Quito-Ecuador, 1978.pp. 145.

Una vez realizadas estas necesarias explicaciones es posible adentrarse en la estructura de la historia, la adaptación de ciertas leyendas de Pomasqui, que le dará forma al producto radiofónico. El argumento en el caso de esta producción radiofónica parte de posicionar a quien escucha en el Pomasqui de antes de la llegada de los españoles, a través de los personajes que le darán vida a este producto: el Duende, la Yumba, el Sacha Runa y una pequeña niña llamada Pomasquilla que se referirá a sí misma como Quilla es mediante este último personaje que se pretende acercar a los niños y niñas a la trama, hacerlos sentirse más identificados y crear la sensación de que forman parte de la historia.

Como se explicó anteriormente, los personajes de las leyendas serán presentados como deidades míticas y no como espectros y apariciones, son amistosos, se conocen entre ellos, comparten un mismo espacio, el Pomasqui de antaño, y un mismo anhelo cuidar de él y de sus tradiciones. Quilla por otro lado es una niña inquieta de siete años que llega de forma inesperada al Pomasqui del pasado y siente temor de estos personajes en un principio, por lo ha escuchado de ellos en las leyendas actuales, sin embargo posteriormente se interesa por conocerlos y deja de temerles al saber cómo son en realidad creando así una nueva visión de estos personajes que le permite acercarse más a su cultura milenaria, reconocerla, apropiarse de ella y apreciarla.

Además de los personajes anteriormente mencionado existirá un narrador objetivo que se hará presente para dar comienzo al relato, introduciendo a los oyentes al lugar y al momento en que se da inicio la historia y de igual manera concluirá la misma por medio de un mensaje que provoque curiosidad, es decir, concluirá el relato sin concluirlo, dejando la puerta abierta y frente a ella la duda de forma que quien escucha quiera saber más acerca del tema.

Es así que el arco dramático da inicio con una pequeña introducción cuyo propósito es el de ubicar espacio-temporalmente a quienes escuchan, inmediatamente se invita a formar parte de un viaje mágico, arriesgado e intrépido a bordo del tren de las leyendas, de esta manera se busca captar la atención, el desarrollo del conflicto se desencadena con el encuentro de Quilla con el Duende y los otros dos nudos que le dan forma a la historia se dan mediante la integración de la Yumba y el Sacha Runa, respectivamente, en el relato. El desenlace se da como consecuencia de que la niña conozca otra versión diferente a la que poseía de los personajes de las leyendas y su regreso a la realidad con esta nueva perspectiva.

Por poseer la radio ciertas especificidades, antes mencionadas, el tratamiento de la información que será transmitida por este medio debe ser concebida en base a estas características, para ello es necesario elaborar un libreto o guión radiofónico, como se lo llamará en adelante, mediante el cual se integren todas los aspectos que se han venido tomado en cuenta, el formato, el género, el lenguaje a utilizarse, los personajes, la duración, en definitiva todos los elementos que conformarán el producto a ser realizado por esa razón a continuación se tratará el tema del guión de radio, su elaboración y posterior producción.

3.4.5. EL GUIÓN PARA RADIO

El guión radiofónico es el mapa que guía toda la producción, es el resultado de la investigación conjugada con la creatividad, es evidente que no se utilizará toda la información recabada mediante el estudio realizado, de ahí la importancia de seleccionar y ordenar los datos desde los cuales se pretende fundar el guión. Si el producto que se desea elaborar es pensado en función de generar procesos comunicacionales de participación es fundamental conocer la realidad del grupo al que irá dirigido de manera que sea posible concebir el guión lo más cerca posible de su posición, difícilmente se

podrá mantener una comunicación activa con personas que no se interesen por el tema que se les presente o que se sientan ajenas a los mensajes que se les comunica.

El proceso de investigación cualitativa representó para este estudio mucho más que una simple recolección de datos, generó un acercamiento no sólo con el grupo a trabajar, el de los niños y niñas de entre seis y siete años del sector Pomasqui, sino con sus padres y madres, además de sus maestros, lo que posibilitó conocer más de cerca sus realidades, necesidades e intereses, esta experiencia facilitó determinar el mensaje principal que el producto radiofónico comunicaría, el reconocimiento de la riqueza cultural del sector al mostrar a los personajes de las leyendas desde una perspectiva distinta que realce la herencia milenaria y la memoria mítica del sector.

Es de suma importancia acotar que a pesar de que un guión radiofónico se concibe de manera escrita su realización se hará de forma verbal por ello *“tiene que sonar con la llaneza, la naturalidad y la espontaneidad del lenguaje hablado. Incluso, a veces, con las imperfecciones del lenguaje hablado.”*¹³² En el caso de esta producción, por estar dirigida a infantes, este es el punto de partida de la creación del guión pues el lenguaje a utilizarse será lo más sencillo y coloquial posible no exclusivamente para que entiendan el mensaje en su totalidad sino más bien para que se sientan parte de lo que escuchan, sientan que es una conversación que bien podría ser entablada por ellos y ellas.

En lo referente a la diagramación del guión se lo realizará de acuerdo a las normas establecidas para la creación del mismo, estará numerado desde la primera línea hasta la última de manera que si en la grabación se presenta alguna equivocación o pausa no programada se pueda retomar el ritmo sin problemas identificando la línea en la que se detuvo la grabación, para la post-producción estarán claramente identificados los efectos a integrarse y la música mediante la palabra control que indica que esa sección no es

¹³² *Ibíd.* pp. 280.

parte del relato, para diferenciar este espacio del resto del diálogo estará escrito en negrita y subrayado, por último los textos que les corresponden a los actores y actrices poseerán especificaciones entre paréntesis que describan el tono de voz que deben adoptar en ciertas partes de la grabación, pausas, silencios e inclusive ciertos sonidos expresivos que demuestren sensaciones. Todo el guión será escrito en letras mayúsculas para facilitar la lectura del mismo en la cabina de grabación.

En definitiva, el argumento del presente guión de radiodrama se basa en los preceptos de la educomunicación, el relato buscará problematizar a los individuos sin la necesidad de exponer explícitamente el mensaje, por el contrario impulsará a quien escucha a decodificarlo, para poder alcanzar este propósito es necesario tener en cuenta la afirmación que hace Kaplún en relación a la elaboración de un guión radiofónico, *“debemos ser críticos de nuestros guiones y cuidar todos los aspectos para que sean coherentes con el objetivo perseguido”*¹³³, como se acotó al inicio de este apartado este punto es fundamental en la producción, es la guía que encamina todo el proyecto y por ende debe ser tratado con mucha atención, tomando en cuenta todos los aspectos que podrían incidir en su ejecución.

3.4.5.1. GUIÓN RADIOFÓNICO PARA LA ADAPTACIÓN DE LEYENDAS DE POMASQUI

A continuación se presenta el guión radiofónico final, en base del cual se dará inicio a la producción radiofónica, se lo concibió en función de los puntos tratados anteriormente. Para alcanzar este resultado se fusionaron los datos recabados en la investigación tanto bibliográfica, como cualitativa, desde allí nacieron los personajes y las situaciones que darán vida a este producto, mediante este apartado se evidenciará el uso del lenguaje en radio destinado para niños y niñas, no sólo el verbal sino también a través de la presencia de efectos de sonido, silencios y música.

¹³³ *Ibíd.* pp. 290.

| | | |
|------------|----------------|---|
| 001 | Control | <u>Entra cortina musical de apertura, se mantiene y pasa a</u> |
| 002 | | <u>fondo.</u> |
| 003 | Locutora | Niños y niñas, ¡Bienvenidos! Se acaban de subir al tren de |
| 004 | | las leyendas. |
| 005 | Control | <u>Entra sonido de tren arrancando, se mantiene y pasa a</u> |
| 006 | | <u>fondo. Entra sonido de silbato de tren.</u> |
| 007 | | Vamos a viajar muchísimos años atrás cuando en |
| 008 | | Pomasqui no habían casas, ni carros, sino muchos arbolitos |
| 009 | | llenos de flores y de frutas, animalitos, mujeres |
| 010 | | trabajadoras, valientes guerreros y mucha, pero mucha |
| 011 | | magia, ¿Están listos para empezar el viaje? (Pausa) |
| 012 | | Entonces... ¡Vámonos! |
| 012 | Control | <u>Sube sonido de tren, entra sonido de silbato, sonido de</u> |
| 013 | | <u>tren se funde con cortina musical de tambores,</u> |
| 014 | | <u>se mantiene y pasa a fondo. Entra sonido de viento,</u> |
| 015 | | <u>pasa a fondo.</u> |
| 016 | Duende | Hola amiguitos y amiguitas yo soy el Duende, Dios del |
| 017 | | viento que les refresca la piel en los días de calor, por eso |
| 018 | | estoy en todas partes y ustedes han llegado a la tierra en la |
| 019 | | que vivimos mis amigos y yo...Pomasqui: el valle de los |
| 020 | | pumas. |
| 020 | Control | <u>Entra sonido de puma rugiendo. Entra sonido de</u> |
| 021 | | <u>bosque, 021 pájaros cantando y río corriendo.</u> |
| 022 | Duende | (Ríe) Pero no se asusten, si es buenito no hace nada. |
| 023 | | (Vuelve a reír). |
| 024 | Quilla | (Gime y trata de ahogar el llanto). |
| 025 | Duende | No lloren por favor. |
| 026 | Control | <u>Entra sonido de ramas moviéndose.</u> |
| 027 | Duende | (tono de sorpresa) ¿Quién está ahí? |
| 028 | Control | <u>Entra sonido pasos corriendo por el bosque, tropieza y</u> |
| 029 | | <u>cae.</u> |
| 030 | Quilla | (Rompe a llorar) (Tono de miedo y suplica) Señor Duende |
| 031 | | por favor no me pegue, yo le prometo que le voy a hacer |
| 032 | | caso a mis papitos y hasta me tomo toda la sopita, pero no |
| 033 | | me pegue. |
| 034 | Duende | (Ríe) ¿Pegarte? ¿Yo a ti? Pero ¿Cómo? Con goma al piso |
| 035 | | para que no te caigas, ¿Para qué? Si igual ya te caíste pues. |
| 036 | | (Vuelve a reír). |
| 037 | Quilla | ¿Al piso? No me pegue con su fuede. |
| 038 | Duende | (Ríe) Fuede, ¿Cuál fuede? Yo no tengo ningún fuede. |
| 039 | | Oye...pero ¿Por qué cierras así los ojos con tanta fuerza? |
| 040 | | Parece que se te van a meter en la cabeza. |
| 041 | Quilla | (Tono de miedo) Porque tengo miedo de verle. |
| 042 | Duende | ¿A quién? ¿Al pumita? Pero si ya te digo que no hace |
| 043 | | nada, ya se fue también. |
| 044 | Quilla | ¡No! A usted. |
| 045 | Duende | ¿A mí? ¿Por qué? |

| | | |
|------------|----------------|--|
| 046 | Control | <u>Entra cortina de sonido, pasa a fondo y se desvanece. Se</u> |
| 047 | | <u>mantiene sonido de bosque al fondo.</u> |
| 048 | Yumba | Duende mi amigo, por fin llegue casi me atraso, ¡ahh! |
| 049 | | Cierto que iban a venir los guaguas. Hola todos y todas, yo |
| 050 | | soy la Yumba, cuida del sagrado Pacpo. ¿Sabes cuál es el |
| 051 | | Pacpo? (Pausa) ¡Ajá! Esa montaña bien redondita que |
| 052 | | queda atrás de la iglesia del parque central, esa mismita, |
| 053 | | ahí viven todos los Dioses y Diosas que cuidan de este |
| 054 | | lindo valle, esa es su casa y por eso es sagrada. |
| 055 | Quilla | (Gime e intenta volver a ahogar el llanto). |
| 056 | Yumba | ¿Y esta niña que está aquí botada en el piso, temblando? |
| 057 | | ¿Quién es, Duendecito? |
| 058 | Duende | Cierto que aún no le pregunto. |
| 059 | Quilla | (Llora amargamente) La Yumba también vive aquí ahora sí |
| 060 | | que me fregué, ella le pegó a mi tío y le quitó el alma. |
| 061 | | (Vuelve a llorar). |
| 062 | Yumba | (Sorprendida) ¿Yo? Pero si ni a ti te conozco, peor a tu tío. |
| 063 | | ¿No te sientes bien, verdad? Fiebre creo que tiene la pobre |
| 064 | | niña, por eso dice esas cosas, Duendecito. |
| 065 | Control | <u>Entra cortina musical pasa a fondo y se desvanece. Se</u> |
| 066 | | <u>mantiene sonido de bosque al fondo.</u> |
| 067 | Sacha Runa | Ya llegué, ya llegué, perdonen la demora amiguitos y |
| 068 | | amiguitas, yo soy el Sacha Runa, Dios de la |
| 069 | | naturaleza. Sacha significa monte y Runa hombre, cuida |
| 070 | | de los animalitos y el lindo bosque que hay aquí en el valle |
| 071 | | de los pumas. |
| 072 | Quilla | (Rompe a llorar nuevamente) Más monstruos horripilantes, |
| 073 | | ahora si no hay quien me salve, el Sacha Runa come niños |
| 074 | | y me va a comer a mí. (Continúa llorando). |
| 075 | Sacha Runa | (Tono de temor) ¿Monstruos?, ¡uy! ¿Dónde, dónde?, a mí |
| 076 | | me dan terror los monstruos, ¡ahhh! |
| 077 | Quilla | (Tono de intriga) ¿Cómo que dónde? Ustedes pues son los |
| 078 | | monstruos. Mi abuelita, ella misma me dijo las cosas |
| 079 | | horribles que ustedes hacen, aunque ahora que les veo no |
| 080 | | están tan feos. |
| 081 | Control | <u>Entra sonido de Quilla sacudiéndose la ropa.</u> |
| 082 | Duende | Vos tampoco has sido tan feita, media sucita de tierra estás |
| 083 | | por lo que te caíste pero con agua se quita. |
| 084 | Yumba | Mira, ya no tiembles parece que ya se te pasó la fiebre. |
| 085 | Sacha Runa | Esperen amigos, no se le acerquen mucho porque parece |
| 086 | | que se le zafó una tuerca a lo que se cayó ¡No ven que cree |
| 087 | | que como guaguas! |
| 088 | Quilla | ¿Cómo dicen? Yo no soy fea, ni tengo fiebre y tampoco |
| 089 | | estoy loca. Me llamo Pomasquilla, pero todos me dicen |
| 090 | | Quilla, yo venía en el tren de las leyendas y por sacar la |
| 091 | | cabeza por la ventana perdí el equilibrio, me caí, y acabe |
| 092 | | aquí. Oigan eso que dijeron ¿Es cierto? |

| | | |
|------------|----------------|--|
| 093 | Yumba | ¿Qué cosa, Quilla? |
| 094 | Quilla | Que, que son Dioses y guardianes y que cuidan a los animalitos y |
| 095 | | a las plantas y hasta que están en el viento. Como que no les creo. |
| 096 | | ¿Ustedes les creen niños y niñas? (Pausa) |
| 097 | Duende | ¡Demostrémosles entonces! |
| 098 | Control | <u>Entra cortina de sonido, pasa a fondo y se desvanece. Sube</u> |
| 099 | | <u>sonido de viento, río, sonido de cantar de aves se intensifica, se</u> |
| 100 | | <u>mantiene y pasan a fondo.</u> |
| 101 | Quilla | ¡Wow! Increíble estábamos allá abajo y ahora estamos aquí arriba |
| 102 | | en la cima del Pacpo. Yo sentí clarito como el viento me alzó y vi |
| 103 | | el agua del río que se levantó altísimo. Miren me bañó, yo quede |
| 104 | | limpiecita, y los pajaritos volando cerquita nuestro. ¡Cheverísimo! |
| 105 | | ¡Otra vez! |
| 106 | Yumba | No, no Quilla. Es hora de que regreses a tu casa. |
| 107 | Duende | Sí, el tren ya mismo pasa por aquí. |
| 108 | Sacha Runa | Tu papi y tu mami se pueden preocupar. |
| 109 | Quilla | Cierto, mis papitos. Qué pena, me hubiera gustado quedarme. Está |
| 110 | | tan bonito aquí con los animalitos, con los arbolitos llenitos de |
| 111 | | frutas y ustedes que me cayeron súper bien. De ley que mi abuelita |
| 112 | | no les conocía por eso creía que eran monstruos, pero ahora yo sé |
| 113 | | que no lo son. |
| 114 | Control | <u>Entra sonido de tren acercándose, pasa a fondo. Se mantiene</u> |
| 115 | | <u>sonido de bosque al fondo.</u> |
| 116 | Yumba | Ya es hora, fue muy lindo conocerte Quilla. Nunca te olvides de |
| 117 | | nosotros que somos parte de la historia de la tierra en que naciste. |
| 118 | Duende | Viviremos en las leyendas siempre que las personas se acuerden |
| 119 | | de nosotros. |
| 120 | Sacha Runa | Recuerda que las leyendas son un regalo especial que tu recibes |
| 121 | | por ser parte de esta linda tierra. No todo el mundo tiene la suerte |
| 122 | | que tú tienes. Tener amigos que son Dioses y Diosas. |
| 123 | Control | <u>Sube sonido de tren, pasa a fondo. Entra sonido de silbato de</u> |
| 124 | | <u>tren.</u> |
| 125 | Quilla | Adiós amiguitos, siempre me voy acordar de haberles conocido en |
| 126 | | el valle de los pumas. ¡Chao! |
| 127 | Yumba | ¡Chao, Quilla! |
| 128 | Duende | ¡Chao, Quilla! |
| 129 | Sacha Runa | ¡Adiós, Quilla! |
| 130 | Control | <u>Sube sonido de tren, se mantiene hasta fundirse con cortina de</u> |
| 131 | | <u>cierre. Cortina de cierre pasa a fondo. Entra sonido de silbato</u> |
| 132 | | <u>de tren.</u> |
| 133 | Locutora | ¿Les gusto el viaje, niños y niñas? (Pausa) ¡Qué lindo! Al igual |
| 134 | | que Quilla nunca olviden que Pomasqui, la tierra en la que viven |
| 135 | | está llena de cosas mágicas, que son suyas, sólo tienen que |
| 136 | | descubrirlas. |
| 137 | Control | <u>Sube cortina de cierre, se mantiene y se desvanece</u> |
| 138 | | <u>gradualmente.</u> |

3.5. PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

Una vez establecido el guión definitivo sobre el cual se trabajará, se dio inicio a una de las partes más importantes en el desarrollo de este estudio, la producción radiofónica. El primer paso consistió en contactar a los actores y actrices que les darían vida a cada personaje, para establecer si las personas que se tomaron en cuenta eran las apropiadas para cada parte, se realizaron pruebas de voz tanto fuera como dentro de la cabina de grabación en base al guión, se tomo en cuenta no únicamente la modulación y entonación, sino principalmente la intencionalidad al momento de expresar sus parlamentos, los escogidos fueron entregados un guión cada uno de manera que se familiaricen con sus personajes y con la historia.

El día de la grabación se realizó un ensayo conjunto fuera de cabina con todos los actores y actrices para esclarecer cualquier tipo de dudas y corregir errores de entonación e intencionalidad, posteriormente se realizó un ensayo dentro de cabina a manera de prueba de voces para determinar a qué distancia cada persona debía colocarse del micrófono, la altura de los mismos en relación a cada persona y nuevamente establecer la entonación y modulación de las voces en las distintas partes del relato.

Gracias a estos ensayos fue posible evitar errores graves en el curso de la grabación y reforzar conceptos básicos acerca de la manera de hablar en radio, tomando en cuenta la respiración diafragmal que evita jadeos desagradables y ruidosos, la postura del cuerpo en la silla, relajada pero erguida, cómoda, no rígida, ni tensa, de medio perfil para que ciertas consonantes no choquen contra el micrófono generando chasquidos, el manejo del libreto en la cabina para evitar ruidos producidos por las hojas, la manera de deslizarlas silenciosamente, en definitiva todos los aspectos correspondientes a la colocación frente al micrófono.

Una vez considerados estos factores se procedió a dar inicio a la grabación cuya realización resultó de la manera esperada, tomó alrededor de una hora debido a los ensayos y a ciertas correcciones y fue llevado a cabo en la cabina de radio de la Universidad Politécnica Salesiana.

3.6. POSPRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

La siguiente fase en la elaboración del producto radiofónico educamunicativo es la posproducción, en esta etapa es posible corregir nuevamente y por última vez cualquier error que no fue percibido durante la grabación como, ruidos dentro de la cabina, pausas, chasquidos, en fin, este punto posibilita pulir la grabación de las voces sobre la cual se trabajarán los efectos de sonido y la música.

Al momento de la edición se tomó en cuenta cada descripción especificada en el guión, se integró por tanto cortinas musicales acordes al tema a tratar, tonos cortos, sin letra y con la presencia de instrumentos andinos de viento y de percusión propicios para dar un tono de expectativa y emoción al relato, se las introdujo de forma paulatina hasta llegar a un volumen adecuado para luego ir las desvaneciendo mientras se funden con las voces, esto evita silencios inusitados y no interrumpe los diálogos, previniendo así de igual forma que se genere confusión en quienes escuchan, se utilizaron estas cortinas musicales para separar las escenas y dar al oyente a entender que la historia se traslado de escenario y para introducir a un nuevo personaje al relato. Se utilizaron las mismas cortinas de música como fondos musicales cortos pues la idea se basa en transportar a los niños y niñas a la realidad de un Pomasqui de antaño por lo que el sonido constante de la música le restaría verosimilitud a la historia que se presenta.

Siendo que el producto radiofónico está destinado principalmente para niños y niñas el uso de variados efectos de sonido es indispensable para poder generar imágenes

auditivas que impulsen su imaginación y sus emociones, por ese motivo para situar al público en las locaciones que se relatan en la historia se introdujeron sonidos propios de los distintos lugares a los que se hace referencia. Se tuvo en cuenta de igual forma que a pesar del importante rol que estos elementos del lenguaje radiofónico juegan en la producción, son parte de un todo y no el centro sobre el cual se construye la estructura, es decir, la presencia de efectos de sonido es vasta como lo demuestra el guión en función de evitar distracciones, mantener la atención y escucha activa, sin embargo no opacan las voces que transmiten la idea principal que se busca comunicar.

En el caso de las voces de los personajes del duende y de Quilla se distorsionó el tono de voz original de los actores mediante el programa de edición, Adobe Audition, el propósito fue el de crear voces más agudas acordes a los personajes que se pretendía presentar, siendo el duende un hombre de baja estatura, con la anatomía de un niño de ocho años, su voz es más bien aguda, de igual forma la actriz que interpreta a Quilla no es una niña por lo que a pesar de haber intentado modificar su voz al momento de expresar sus parlamentos existían ciertos desfases en los que su tono de voz se escuchaba como el de una mujer joven y no el de una niña, es así que se optó por elevar el tono de voz de ambos actores para brindarle mayor credibilidad a los personajes.

Se puede afirmar entonces que el resultado del proceso de posproducción es el punto mismo en el que se evidencia todo el esfuerzo invertido en la realización del producto, haciendo referencia a Daniel Prieto Castillo:

Se ha insistido mucho en la capacidad de la palabra oral, de la música y de los efectos de sonido, de pintar situaciones, de ofrecer recursos para que la imaginación del oyente complete lo que no llega a través de la mirada. Walter Alves hablaba con toda razón de la radio como “la mayor pantalla del mundo”; lo sonoro despierta imágenes riquísimas, siempre que se lo sepa trabajar.¹³⁴

¹³⁴ PRIETO CASTILLO, Daniel. “*La vida cotidiana en la pedagogía radiofónica*” en Coloquio internacional sobre educación radiofónica y medios comunitarios: participación, sostenibilidad e identidad. RNTC. Mendoza-Argentina, 2006. pp. 8.

De ahí la importancia de una edición impecable, sin cabos sueltos, en la que todos los ámbitos tomados en cuenta tanto en la pre-producción, como en la producción misma se vean reflejados dando como resultado un producto radiofónico llamativo, interesante y principalmente educativo.

Parte de la posproducción es la presentación física del producto, con esto se hace referencia a la portada del disco y al propio disco en que estará grabado el producto, siendo que este producto radiofónico será trabajado con dos escuelas del sector de Pomasqui, la escuela particular Ernest Rutherford y la escuela fiscal María Helena Salazar, instituciones a las se les hará la entrega de una copia del mismo, es fundamental que su presentación sea ideal por ello se diseñó una portada en base a los personajes de las leyendas caricaturizados viajando dentro del tren de las leyendas junto con Quilla, un personaje a quien no se identifica en la portada por representar el elemento sorpresa del relato, hacia el Valle de los Pumas de igual forma representado mediante una caricatura que muestra una geografía parecida a la del sector con la diferencia de que se implementó una montaña con la silueta de un puma sentado para dar más fuerza a la idea de que Pomasqui fue un día un valle en el que habitaban pumas.

La contraportada lleva los datos del presente trabajo, el nombre del mismo, el nombre de la universidad, el de la autora, el reparto de las voces de los actores y actrices que les dieron vida a cada personaje y el lugar donde se elaboró el producto. Para el disco, por último, también se realizó un diseño similar en el que están presentes los personajes dentro del tren y se especifican nuevamente los datos correspondientes a este estudio.

Una vez con todos estos aspectos cubiertos es posible pasar a la siguiente y final etapa de este estudio, la validación, a través de este proceso será posible conocer las percepciones de los niños y niñas frente al producto radiofónico elaborado para de esta

forma validar si al haber tomando en cuenta todos los factores explicados a lo largo de esta investigación se logró producir una herramienta comunicativa adecuada para generar procesos de aprendizaje, socialización, apropiación y revitalización de la cultura, de no ser así se realizarán los cambios necesarios para alcanzar este propósito.

3.7. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO

Un producto comunicativo con enfoque educativo no puede ser tratado a la ligera, ni mucho menos de forma convencional, por el contrario requiere de una exhaustiva investigación y de mucha creatividad. La historia de la relación entre la educación y la comunicación ha demostrado las graves falencias en las que tanto educadores como comunicadores han caído, es por eso que en función de corregir esos errores nace una nueva forma de hacer educación desde la comunicación.

La educación impulsada desde los medios cambia de manera radical la idea obtusa y anticuada que se tiene de los procesos de aprendizaje siempre y cuando se tome en cuenta la naturaleza de los distintos medios pues, por evidente que suene, no es lo mismo propulsar este proceso desde la televisión, que desde la radio y mucho menos desde los medios impresos, es necesario tener presente que ningún medio es perfecto para trabajar con los procesos de enseñanza-aprendizaje por lo que es importante reconocer las fortalezas y debilidades de cada uno para poder partir desde ese punto.

La radio como medio elegido en esta producción demostró ser propicio para llegar al grupo en cuestión, no exclusivamente para comunicar un mensaje sino para provocar reacciones y problematizar a los individuos. La experiencia de la producción radiofónica fue muy enriquecedora pues desde su pre-producción posibilitó el acercamiento con las personas con quienes se trabajará en el siguiente punto de este estudio.

Este capítulo es central dentro de la presente investigación pues es desde el cual toma forma el producto radiofónico, base fundamental para el desarrollo de todo el estudio, una vez elaborada la re-adaptación de las leyendas de Pomasqui será posible conocer qué percepciones expresan los niños y niñas frente a este producto.

Finalmente, es necesario acotar que toda la producción fue encaminada en todo momento pensando en las necesidades e intereses del grupo al que va dirigido, ningún punto se concibió de forma arbitraria por lo que se puede afirmar que este proceso conlleva en sí mismo el resultado de todo el esfuerzo investigativo tanto bibliográfico como de campo.

CAPÍTULO IV

Validación del Producto Radiofónico Educomunicativo

4.1. INTRODUCCIÓN

En este apartado, el último del presente trabajo, se revelarán los resultados de los procesos de validación llevados a cabo con los niños y niñas de las escuelas, María Helena Salazar y Ernest Rutherford ubicadas en el sector de Pomasqui con las que ya se trabajo previamente durante la investigación cualitativa.

Este punto es de fundamental importancia para este estudio pues demostrará la validez del producto radiofónico educucomunicativo para desarrollar procesos de aprendizaje, problematización y socialización desde los cuales los individuos se apropien de la información y la contextualicen desde sus distintas perspectivas de manera que a través de este proceso revitalicen y fortalezcan su cultura milenaria.

Por último, es importante recordar el rol de la educomunicación a lo largo de este trabajo, la validación no pretende presentar al producto radiofónico con el propósito exclusivo de transmitir un mensaje ni mucho menos, este punto está encaminado a responder las interrogantes planteadas desde la educomunicación, ¿el producto radiofónico problematizó y generó en quienes lo escucharon dudas acerca del tema?, ¿impulsó su reflexión y su capacidad de razonar?, ¿produjo deseo de expresar opiniones acerca del tema tratado?. Son estas preguntas desde las cuales se partió en este proceso que marca el final de esta investigación y producción radiofónica.

4.2. CONTEXTO DE LA VALIDACIÓN

Este proceso se dio lugar en la escuela fiscal María Helena Salazar y la escuela particular Ernest Rutherford, ambas instituciones educativas ubicadas en el sector de

Pomasqui, la primera en el barrio de las tolas y la segunda en el centro poblado de la parroquia.

Se trabajó con los niños y niñas con quienes se realizó la investigación cualitativa, es decir, infantes de entre 6 y 7 años estudiantes de segundo año de educación básica y sus profesoras, en el caso de la escuela María Helena Salazar se contó con el apoyo del director del centro educativo, Lic. Hernán Jaramillo, y la docente de segundo año de básica Lic. Ruth Zarate, mientras que en la escuela Ernest Rutherford se recibió el apoyo de su directora, Ms. Miriam Valenzuela y Lic. Nancy Logacho profesora del segundo año de básica de igual forma.

Siendo que los estudiantes se encuentran en la etapa inicial de su instrucción primaria formal la colaboración y el involucramiento de ambas profesoras durante este proceso fue fundamental, no únicamente por crear un ambiente comunicacional propicio al infundar confianza en los niños y niñas para expresarse abiertamente con una persona ajena a su entorno sino también al demostrar interés por la forma adecuada en la que podrían utilizar el producto radiofónico para generar procesos de aprendizaje horizontales y participativos.

Los datos provistos por los directores de los dos centros educativos permitieron de igual forma conocer mejor el contexto en el que se trabajó. En el caso de la escuela fiscal María Helena Salazar se evidenció que en su mayoría los estudiantes pertenecen a un estrato social bajo, con un gran número de familias disfuncionales debido a la ausencia bien sea del padre, de la madre o en algunos casos de ambos en su mayoría a causa de la migración y cuyos domicilios mayormente se encuentran ubicados en el sector de Pomasqui. Por otro lado, en la escuela particular Ernest Rutherford sus estudiantes son de clase media, son escasos los infantes miembros de familias disfuncionales, los niños y niñas por salón de clase no superan los quince estudiantes y de igual forma habitan en su

mayoría en la parroquia de Pomasqui. Por motivos de confidencialidad en ambas escuelas los datos provistos fueron más bien generales, sin mayores especificaciones sin embargo son de gran utilidad para este proceso.

Esta información fue el punto de partida para la investigación cualitativa empero es necesario recalcar estos antecedentes nuevamente para poder contextualizar el proceso de validación cuyos resultados serán expuestos a continuación.

4.3. PROCESO DE VALIDACIÓN

Una vez elaborado el producto radiofónico se contactó nuevamente con las instituciones educativas antes mencionadas, su respuesta fue inmediata y positiva por lo que fue posible asistir a ambas escuelas durante la misma semana, se programó dedicar un día a cada una.

El primer centro educativo al que se le presentó el producto fue a la escuela particular Ernest Rutherford, en el segundo año de educación básica al que asisten nueve estudiantes, para lo cual se documentó el proceso tanto mediante una grabación audiovisual con la ayuda de una cámara de video como de forma audible por medio de una grabadora.

En primera instancia se realizó una presentación breve puesto que los niños y niñas recordaban la experiencia previa correspondiente a la investigación cualitativa, posteriormente se hizo un explicación sencilla sin entrar en mayor detalles de lo que escucharían y siendo que el producto radiofónico involucra el tema de las leyendas y de la cultura se mencionó conceptos básicos acerca de estos tópicos únicamente para situar a los estudiantes dentro de los temas a tratar, se hizo lo posible por evitar ejercer algún

tipo de influencia considerando que el propósito mismo de todo el proceso giraba alrededor de las percepciones que quienes escucharían podrían brindar luego de transmitido el producto, por ello se mantuvo la introducción más bien corta y precisa.

Antes de que los niños y niñas escucharan el producto se les pidió ponerse en una posición cómoda y cerrar sus ojos para que los sonidos les permitan construir con mayor facilidad las imágenes mentales impulsadas por su imaginación y determinadas por su contexto, además así se evitó que se distraigan con los objetos que los rodean. Una vez que se dio comienzo al relato las reacciones de los estudiantes fueron muy satisfactorias, sus rostros demostraban las sensaciones que el lenguaje radiofónico les iba provocando, conforme se desarrollaba la historia los niños y niñas cambiaban su semblante de acuerdo a la situación que escuchaban, sonreían abiertamente, gritaban en momentos de tensión y respondían de forma activa a todas las preguntas que los personajes les iban haciendo lo que demostró que se mantuvieron concentrados en todo momento.

Durante la transmisión se preguntó si conocían que montaña de las que rodean a Pomasqui era el Pacpo, todos los niños y niñas de ambas instituciones educativas respondieron negativamente, de todos modos como el personaje que hace esa pregunta, la Yumba, explica posteriormente cual es el Pacpo los estudiantes sintieron curiosidad de ver por sí mismos la montaña que se mencionaba en el relato una vez que éste terminó. El hecho de que la primera respuesta frente al producto radiofónico evidenciará un nivel de atención y aceptación mayor al esperado no significó en sí mismo que el producto cumpliera su propósito educativo, fue el siguiente paso el que consolidó la validez del producto radiofónico transmitido.

Una vez que los niños y niñas escucharan el producto radiofónico se mostraron deseos de expresar sus opiniones acerca de lo escuchado, en general el comentario compartido por la mayoría estaba relacionado con la novedad de conocer un lado distinto y positivo

de los personajes de las leyendas a quienes creían malignos y peligrosos. El Duende fue el personaje que captó más la atención de los niños y niñas quienes expresaron que realmente se sintieron atraídos por su relación con el viento. Quilla la niña que se extravía en el valle de los pumas fue el segundo personaje que más les agradó por lo que se puede afirmar que se cumplió el cometido de hacer sentir identificados a los oyentes en la historia mediante este personaje, los estudiantes expresaron preocupación por la niña de la historia, además de alivio y agrado al saber que estaba a salvo y que estaba viviendo una aventura inesperada.

En el caso de la escuela fiscal María Helena Salazar se trabajó de igual manera con el segundo año de educación básica con la variante que en este centro educativo el número de estudiantes es mucho mayor que el primero, fueron veinte y nueve los niños y niñas que participaron en este proceso comunicativo-educativo, así mismo se documentó el proceso de forma audiovisual y de audio exclusivamente.

El procedimiento introductorio, especificado previamente en este apartado, fue el mismo que en la institución particular, con los ojos cerrados la reacción de los estudiantes frente al producto radiofónico fue sorprendente de la forma más grata, todos los niños y niñas mantuvieron la atención, participaron activamente, por sus reacciones se pudo evidenciar que realmente se transportaron a la realidad mágica que describía el relato, inclusive su maestra, Lic. Ruth Zarate, expresó que en contadas ocasiones había visto a sus estudiantes anonadados como cuando se les transmitió el producto.

En el caso de esta escuela lo que más les llamó la atención a los estudiantes fue la descripción del viaje en tren, en su mayoría los niños y niñas comentaban haber disfrutado de haber abordado el tren como si en realidad este suceso hubiera sucedido, al igual que con la experiencia anterior el Duende fue el personaje que causó mayor impacto por la misma razón que expresaron los niños de la primera escuela, su relación

con el viento. Nuevamente aparece el personaje de Quilla en segundo lugar y los comentarios expresados por los infantes de esta escuela se acercaron mucho a los de la escuela anterior.

Un dato curioso que develó esta experiencia fueron los comentarios realizados por los niños y niñas de ambas escuelas en relación a la naturaleza, muchos de ellos y ellas expresaron su sentir en relación al cuidado de ésta, dijeron también haber percibido la belleza de la naturaleza en el relato y la presencia de varios animales. A pesar de que el producto radiofónico no tenía la intención de recalcar este aspecto directamente, quienes lo escucharon lo consideraron un ámbito de gran importancia por lo que se puede afirmar que la correcta edición del producto presentado fue la que, mediante los efectos de sonido, logró esta respuesta por demás positiva considerando la situación ambiental no sólo del Ecuador sino de todo el planeta.

Adentrándose más al propósito mismo del producto educomunicativo se pudo evidenciar que un gran número de niños y niñas de las dos escuelas expresaron sentirse orgullosos de Pomasqui la tierra en la que nacieron y dijeron merece respeto por ser su ciudad, este hecho demostró cómo se produjeron procesos de apropiación a partir del nuevo reconocimiento al que el producto radiofónico los enfrentó.

Los estudiantes de ambas instituciones educativas también realizaron preguntas acerca del presente y futuro de los personajes que se les presentó en el relato, su interés estaba direccionado a conocer dónde los podían encontrar, qué hacían a diario e inclusive temas personales relacionados a si tenían familia y amigos. Este tipo de preguntas permiten afirmar que los infantes se sintieron problematizados por la historia y deseosos de conocer más, sus interrogantes expresan las dudas que después de reflexionar acerca de lo escuchado y compartir sus comentarios de forma grupal fueron tomando forma en su mente.

Estas incertidumbres que fueron apareciendo mediante la escucha activa del producto educativo y la participación interactiva con quienes rodean a los estudiantes, son el propósito mismo que fundó todo este estudio. Al momento en que por esa curiosidad se vayan adentrando en los detalles que le dan forma a su cultura, como es el caso de las leyendas, irán apropiándose de a poco de todos los ámbitos que conforman a la cultura de su sector, revitalizándola de esta manera y viéndose así fortalecida como resultado de este proceso.

Por su parte las maestras de ambos centros educativos expresaron sentir mucho agrado por el producto debido a las respuestas que impulsó por parte de los estudiantes. A la Lic. Nancy Logacho le pareció muy motivador el producto para los niños y niñas pues por su experiencia en el ámbito educativo afirmó que en ocasiones los estudiantes al escuchar cierta información emitida por un adulto sienten rechazo, sin embargo gracias a el manejo adecuado de las voces de los personajes los infantes se sintieron atraídos y por ello prestaron atención a la totalidad del relato, dijo también que es una manera nueva y muy didáctica de generar procesos de aprendizaje participativos con enfoque cultural, un aspecto muy importante en la educación y muchas veces relegado. La Lic. Ruth Zarate por su parte realzó el carácter educativo del producto radiofónico indicando que no por ello se redujo su llamatividad y afirmó que le será de gran utilidad como un instrumento educativo dentro de los procesos de aprendizaje de sus estudiantes.

Es así que gracias a las opiniones expresadas tanto por los niños y niñas, como por sus profesoras se puede concluir que la presente investigación devino en un producto radiofónico educativo apropiado para desencadenar procesos de aprendizaje horizontales enfocados en la revitalización y el fortalecimiento de la cultura milenaria del sector de Pomasqui.

4.4. REFLEXIONES DEL CAPÍTULO

La validación dentro de esta investigación se puede considerar como el proceso clave para concluir este estudio por ser el punto en el cual se evidencia sí al haber elaborado el producto radiofónico en función de todos los aspectos, tanto educativos como comunicativos que se tomaron en cuenta a lo largo de este trabajo, se logró alcanzar el propósito planteado.

Las experiencias expresadas en este capítulo por parte de los integrantes del proceso educomunicativo llevado a cabo demuestran que todo el esfuerzo invertido en la realización de este trabajo, tanto en el ámbito teórico como en el práctico, dio fruto, las respuestas obtenidas son una evidencia innegable de que el producto logró cumplir su cometido y bien direccionado dentro de un proyecto de desarrollo social a largo plazo tendrá la capacidad de revitalizar y fortalecer la cultura del sector de Pomasqui .

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Este estudio buscó demostrar la utilidad de los medios de comunicación, específicamente la radio, en los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante la elaboración de un producto educomunicativo con enfoque formativo que genere procesos de socialización en los cuales los individuos puedan interiorizar la cultura y apropiarse de ésta, en este sentido se dio un tratamiento integral al ámbito de la comunicación para el desarrollo enfocada en las estrategias que la convierten en facilitadora de la participación ciudadana.

Para comprender en qué nivel teórico-práctico se relacionan la educación y la comunicación en el primer capítulo se demostró la línea teórica más apropiada para encaminar el desarrollo de esta investigación, la teoría crítica fue el paradigma comunicativo que se acercaba más a los intereses de este estudio y de igual forma la escuela Latinoamericana de comunicación por su fuerte vinculación tanto con la comunicación participativa, como con la educación y la cultura.

De estos lineamientos se desprende la educomunicación, arista fundamental para el desarrollo de toda la presente investigación, esta disciplina que a pesar de aun ser considerada incipiente, ha sido la precursora de un cambio de percepción de los medios de comunicación masiva, no exclusivamente como entes homogenizantes para la reproducción de una cultura global como afirman algunos pensadores, sino más bien como herramientas educativas que promuevan la interacción entre los sujetos integrantes del proceso de aprendizaje, revolucionando así la estructura formal de la escuela clásica que se maneja en un línea vertical y autoritaria, encaminando la educación de esta manera hacia modelo horizontal y participativo.

Es así que se puede afirmar que la comunicación al ser entendida como una disciplina con la capacidad de fusionar conceptos, lineamientos teóricos y prácticos propios con los de otras ciencias y disciplinas, tiene la capacidad de fundar procesos de desarrollo social en los que los participantes sean los protagonistas del cambio y logren adquirir la capacidad de forjar un desarrollo independiente a largo plazo, para este propósito la comunicación puede valerse de un sinnúmero de herramientas vinculadas a su campo de acción, que como se demostró a lo largo de este trabajo no pueden, ni deben, ser entendidas como instrumentos exclusivos de esta materia, sino que también pueden, y deben, ser enfocados en otros campos, tal es el caso de la educación.

El reconocimiento de la cultura milenaria de la que los habitantes de la zona son herederos fue uno de los puntos más importantes para este estudio por ello se trató el tema de cultura, identidad y ciudadanía en el segundo capítulo. Los matices generados por la forzosa mezcla con los españoles a su llegada, se ven impregnados en las leyendas populares, este punto es de gran realce considerando que inclusive cuando la llamada evangelización europea poseía procedimientos sumamente agresivos para imponer su religión y cultura, los nativos del sector lograron de esta forma mantener parte de sus creencias y tradiciones vivas, protegidas para poder ser transmitidas a las siguientes generaciones.

Ese fue el móvil para realizar la readaptación de las leyendas del sector, sin embargo se concibió hacerlo desde un relato distinto ya que como resultado de esta evangelización los personajes de las leyendas que poseen alguna relación con el imaginario histórico indígena normalmente son representados como entes malignos, sin embargo lo que se pretendió para esta producción radiofónica fue reivindicarlos realzando sus características divinas, presentándolos al grupo de niños y niñas con quienes se trabajó en el sector de Pomasqui como deidades cercanas a la naturaleza y a los animales.

En la elaboración del producto radiofónico se tomaron en cuenta perspectivas educativas, comunicacionales y sociales, para que el resultado final pudiera ser considerado educomunicativo, se determinó que el género radiofónico que mejor se adaptaba a los propósitos de este estudio era el radiodrama de corta duración pues por la edad de los infantes, un producto largo o con diferentes capítulos sólo los haría perder la atención y dificultaría su percepción del mensaje, estos fueron los puntos principales del tercer capítulo.

La respuesta de los niños y niñas frente al producto educomunicativo radiofónico elaborado fue muy satisfactoria, la correcta utilización de todos los elementos del lenguaje radiofónico permitieron que quienes escuchan se trasporten al escenario en el que se daba lugar el relato, se identifiquen con sus personajes y las realidades de cada uno de ellos, perciban el mensaje implícito que la historia contaba y principalmente sientan incertidumbre por lo escuchado, anhelo de investigar más acerca del tema.

Por último, es imperativo recalcar que la realización de este trabajo fue una manera de consolidar los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación profesional, tanto teóricos al utilizar conceptos pertenecientes a las disciplinas a tratar, como prácticos con la realización del producto educomunicativo radiofónico. El acompañar al grupo de niños y niñas en el proceso de revitalización y fortalecimiento cultural dentro del marco de la comunicación para el desarrollo fue de igual forma una experiencia que sobrepasó el nivel profesional enriqueciendo grandemente el ámbito personal.

5.2. RECOMENDACIONES

La recomendación primordial que se desprende desde el desarrollo de la presente investigación y producción radiofónica, es la de impulsar desde la academia a los

profesionales en formación el anhelo por utilizar todo el conocimiento adquirido en beneficio de todo grupo social que lo requiera.

La comunicación es una disciplina primordialmente social y este es un aspecto que no se debe olvidar jamás, poner al servicio de la comunidad sus herramientas no debe ser considerado un servicio social por parte de los profesionales de esta rama, sino más bien una responsabilidad constante.

El profesional de la comunicación no debe olvidar su papel de acompañante en los procesos comunicacionales por ningún motivo, el precepto de un comunicador autoritario e impositivo es totalmente obtuso dentro de esta nueva lógica de comunicación, no puede considerarse comunicador quien pretenda imponer un mensaje a rajatabla, a la espera de una reacción mecánica que desdeñe cualquier rastro de subjetividad por parte de quienes reciben el mensaje.

Ser parte de la experiencia en la que todos los participantes expresan sus percepciones, crear productos mediáticos desde y para las personas, además de promover procesos de desarrollo destinados a mejorar la calidad de vida de otros seres humanos, son solo algunos de los beneficios que un buen profesional de la comunicación puede gozar siempre y cuando no olvide su labor.

En lo referente al producto radiofónico educomunicativo, objetivo mismo de todo este estudio, sería recomendable considerar la posibilidad de elaborar productos de este tipo a través del medio utilizado, la radio, u otros medios, bajo la misma lógica o una parecida con las leyendas de otros sectores no solo de la ciudad de Quito, sino del país entero.

Esto pues la respuesta por parte de los infantes con quienes se trabajó con el producto radiofónico fue muy favorable por lo que se podría afirmar que la correcta utilización de los medios en el ámbito educativo trae consigo beneficios que pueden verse reflejados más allá del proceso de aprendizaje en el campo de la cultura e inclusive del desarrollo, tal es el caso de esta investigación.

Como recomendación final es importante recalcar la necesidad de trabajar con absoluto profesionalismo al momento de acompañar cualquier proceso de comunicación, sin importar el grupo con el que se trabaje la exigencia para los profesionales de la comunicación debe ser la misma pues al trabajar de esta manera los resultados alcanzados serán una demostración de esta actitud y por ende conllevarán a brindar mayores beneficios a los participantes de los procesos comunicacionales.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. LIBROS

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *“Dialéctica del iluminismo”*. Ediciones Sur. Buenos Aires-Argentina, 1971.
- ALFARO, Rosa María. *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Calandria. Lima-Perú, 1993.
- AUGÉ, Marc. *“Los no lugares. Espacios del anonimato”*. Editorial Gedisa. Barcelona-España, 2000.
- BAYLON, Cristián; MIGNOT, Xavier. *“La comunicación”*. Ediciones Cátedra. Madrid-España, 1996.
- BEDOYA, Patricia y otros. *“Comunicación e imaginarios frente al nuevo milenio”*. ABYA YALA. Quito-Ecuador, 1999.
- BORJA, Raúl. *“Comunicación social y pueblos indígenas del Ecuador”*. Ediciones Abya- Yala. Quito-Ecuador, 1998.
- CASTELLS, Manuel. *“La era de la información: Economía, sociedad y cultura”* Vol. I: La sociedad red. Editorial Alianza. Madrid-España, 1999.
- CLAKE, Paul. *“Ser ciudadano”*. SEQUITUR Ediciones. Madrid-España, 1999.
- COOK, Thomas. *“Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa”*. Ediciones Morata. Madrid-España, 2005.
- CONTRERAS, Adalid. *“Imágenes e imaginarios de la comunicación-desarrollo”*. Ediciones CIESPAL. Quito- Ecuador, 2000.
- DE MORAGAS, Miguel. *“Sociología de la comunicación de masas”*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona-España, 1985.
- ECO, Umberto. *“Apocalípticos e Integrados”*. Editorial Lumen. Barcelona-España. 1968.
- ESPINOSA APOLO, Manuel. *“El valle de los Pumas”* Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Quito-Ecuador, 2005.
- FREINET, Célestin. *“Para una pedagogía del asombro”*. Maspero. París-Francia, 1960.
- FREIRE, Paulo. *“La Educación como Práctica de la Libertad”*. Tierra Nueva. Uruguay- Montevideo, 1970.

- FREIRE, Paulo. “Pedagogía de la esperanza”. Siglo XXI. Guadalajara-México, 1985.
- FREIRE, Paulo. “Pedagogía del oprimido”. Siglo XXI. Madrid-España, 2002.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. “Consumidores y Ciudadanos”. Editorial Grijalbo. México D.F.-México, 1995.
- GUERRERO ARIAS, Patricio. “La Cultura: Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia”. ABYA YALA. Quito-Ecuador, 2002.
- HABERMAS, Jürgen. “Teoría de la acción comunicativa”. Ediciones Taurus. Madrid-España, 1987. Tomo I.
- HABERMAS, Jürgen. “*Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*”. Ediciones Cátedra. Madrid-España, 2001.
- KAPLÚN, Mario. “*La producción de programas de radio*”. CIESPAL. Quito-Ecuador, 1978.
- KAPÚN, Mario. “*Una pedagogía de la comunicación*”. Ediciones de la Torre. Madrid-España, 1998.
- KUHN, Thomas. “*La estructura de las revoluciones científicas*”. Editorial Fondo de Cultura Económica. México D-F.-México, 1971.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. “*Manual urgente para radialistas apasionados*” Artes Graficas Silva. Quito- Ecuador, 2005.
- MAX-NEEF, Manfred. “*Desarrollo a escala humana*”. Icaria Editorial. Barcelona-España, 2006 pp. 79.
- MARCUSE, Herbert. “*El hombre unidimensional*”. Gráfica Panamericana. México D.F.- México. 1969.
- MARSHALL, Thomas. y BOTTOMORE, Tom. “*Ciudadanía y clase social*”. Editorial Alianza. Madrid-España, 1998.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. “*De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*”. Editorial Gustavo Gili. Barcelona-España, 1987.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. “*Deconstrucción de la crítica: Nuevos itinerarios de la investigación*” en “*Comunicación: Campo y objeto de estudio*”. Editorial CUCSH. Guadalajara-México, 2005.

- MATTELART, Armand y Michèle. *“Historia de las teorías de la comunicación”*. Editorial Paidós. Barcelona-España, 1997.
- MEDINA RUBIO, Rogelio; RODRÍGUEZ NEIRA, Teófilo. *“Comunicación y educación”*. Ediciones CEAC. Barcelona-España, 1988.
- MÉNDEZ RUBIO, Antonio. *“La apuesta invisible: cultura, globalización y crítica social”*. Montesinos. Valencia-España, 2003.
- MUXÍ MARTÍNEZ, Zaida. *“Lo local y lo global. Perspectivas urbanas para el análisis”*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona- España. 2004.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. *“La comunicación en la educación”*. Editorial Stella. Buenos Aires-Argentina, 2004.
- SKINNER, Burrhus. *“Aprendizaje y comportamiento”*. Editorial Martínez Roca. Madrid-España, 1985.
- TORRICO VILLANUEVA, Erick. *“La Tesis en comunicación”*. Artes graficas Latina. La Paz-Bolivia, 1997.
- ZECCHETTO, Victorino. *“La danza de los signos”*. Ediciones Abya-Yala. Quito-Ecuador, 2002.

6.2. REVISTAS

- APARICI MARINO, Roberto. *“Comunicación educativa en la sociedad de la información: La reinención de la educomunicación”*. Revista Rebelión. Madrid-España, 2004.
- APARICI MARINO, Roberto. *“Medios de comunicación y educación”*. Revista de Educación # 338. Madrid-España, 2005.
- ALFARO, Rosa María. *“Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones”*. Revista Número Actual N°18.
- PINEDA DE ALCAZÁR , Migdalia. *“Las teorías clásicas de la comunicación: balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI”*. Revista Opción, N° 36. Maracaibo-Venezuela, 2001.

6.3. DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

- AGUADED GÓMEZ, José Ignacio. *“La Educación para la Comunicación .La enseñanza de los medios en el contexto iberoamericano”*. en Educación y Medios de Comunicación en el contexto Iberoamericano. Universidad Internacional de Andalucía. Huelva-España, 1995.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. *“Comunicación-educación: coordenadas, abordajes, travesías”*. Editorial C.E. Valderrama. DIUC/Siglo del Hombre. Bogotá-Colombia, 2000.
- SOARES, Ismar De Oliveira. *“Comunicación-educación como nuevo campo del conocimiento y el perfil profesional”*. Documentos núcleo comunicación-educación. Universidad de Sao Paulo. Sao Paulo-Brasil, 1998.
- UNDA, Mario. *“Revisitando el desarrollo. Reflexiones en torno a las experiencias de gestión local alternativa”* en *“Experiencias en gestión y desarrollo local”*. Centro de Investigaciones Ciudad. Quito-Ecuador, 2005.

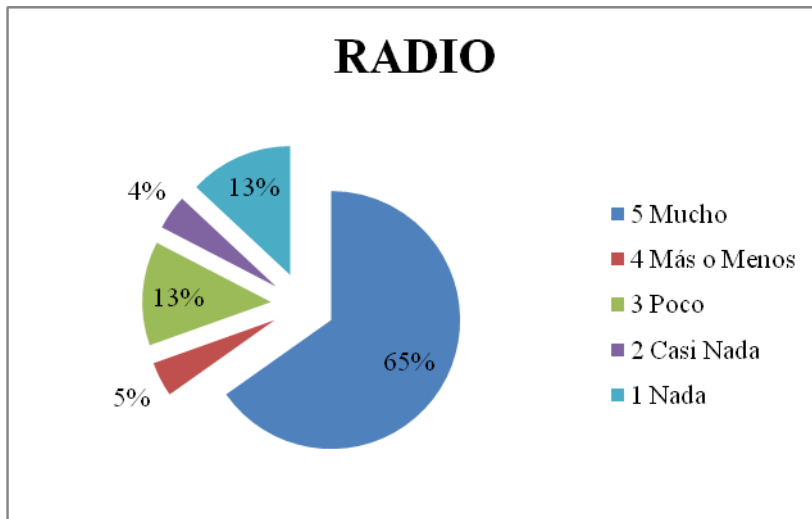
6.4. SIMPOSIOS, SEMINARIOS Y CONGRESOS

- BELTRÁN, Luis Ramiro. *“La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo”* .III Congreso Panamericano de comunicación. Buenos Aires-Argentina, 2005.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. Ponencia presentada en el seminario *“La ciudad: cultura, espacios y modos de vida”* Medellín, 1991 en Revista Gaceta de Colcultura # 12. Instituto Colombiano de Cultura. Colombia, 1991.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. *“La vida cotidiana en la pedagogía radiofónica”* en Coloquio internacional sobre educación radiofónica y medios comunitarios: participación, sostenibilidad e identidad. RNTC. Mendoza-Argentina, 2006.
- VERA MANZO, Edmundo. *“Paradigmas e Identidades”* Ponencia en foro *“Identidad, paradigmas y autoestima”* Universidad Guayaquil. Guayaquil-Ecuador, 1992.

ANEXOS I

Cuadro # 1

| RADIO | | | | |
|--------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 1 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 15 | 65 |
| | 4 | Más o Menos | 1 | 4 |
| | 3 | Poco | 3 | 13 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 3 | 13 |
| | Total | | 23 | 100 |

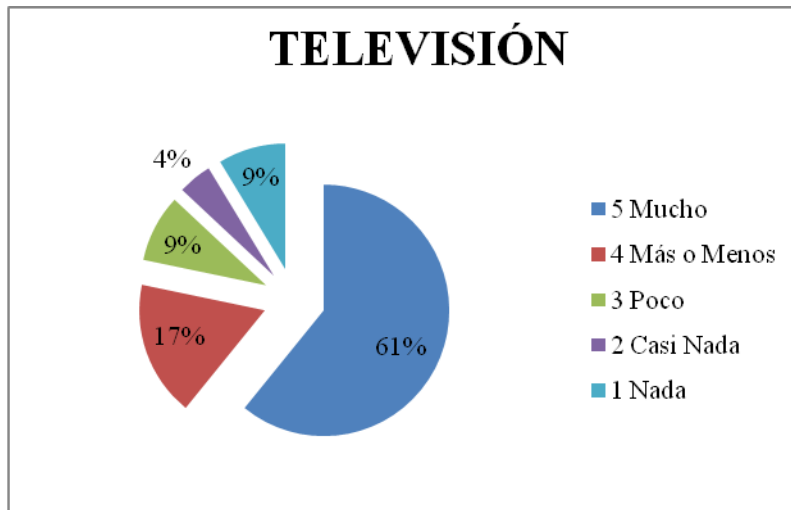


Un 65% de los encuestados escuchan radio con mucha frecuencia mientras que un 18% lo hace más o menos y poco, y el 17% restante casi nada y nada.

Siendo la radio el medio de comunicación elegido para generar el proceso comunicativo que conlleve al fortalecimiento cultural a través del producto educomunicativo a realizarse se puede decir que tiene un nivel de aceptación adecuado en el sector de Pomasqui.

Cuadro # 2

| TELEVISIÓN | | | | |
|-------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 2 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 14 | 61 |
| | 4 | Más o Menos | 4 | 17 |
| | 3 | Poco | 2 | 9 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 2 | 9 |
| | Total | | 23 | 100 |

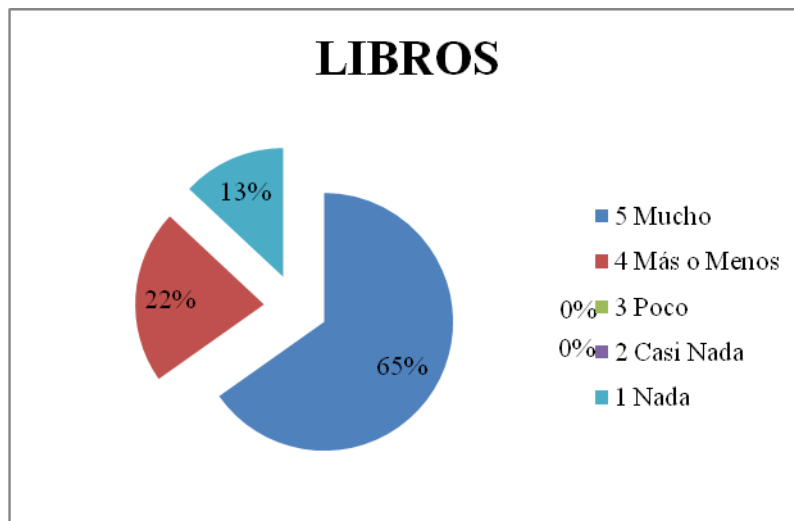


Los encuestados observan televisión en un rango de mucho en un 61%, de igual manera lo hacen más o menos y poco en un 26% mientras un 13% expresa hacerlo casi nada y nada.

A pesar de que los encuestados expresan ver televisión en un rango medio similar al de la radio es el segundo, por un pequeño porcentaje mayor, el medio utilizado con mayor frecuencia.

Cuadro # 3

| LIBROS | | | | |
|---------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 3 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 15 | 65 |
| | 4 | Más o Menos | 5 | 22 |
| | 3 | Poco | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nada | 0 | 0 |
| | 1 | Nada | 3 | 13 |
| | Total | | 23 | 100 |

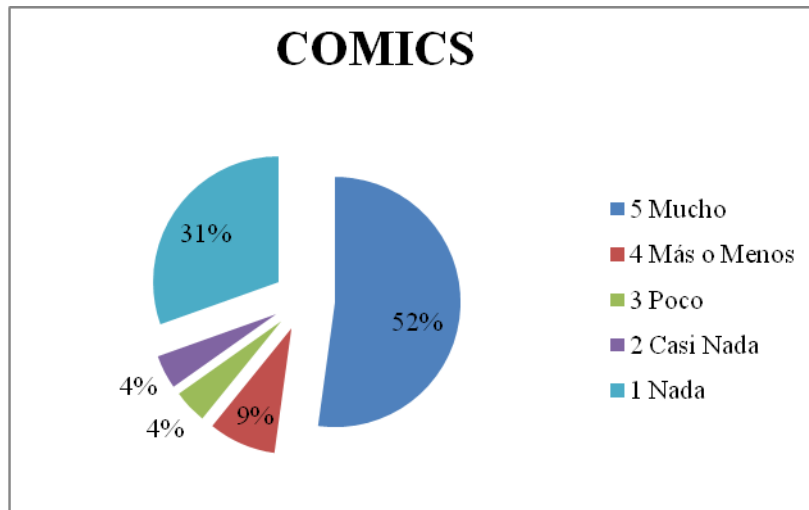


Al igual que la radio un 65% de los encuestados afirma leer libros mucho, un 22% más o menos y un 13% no leen nada.

Por ser niños en edad escolar temprana se evidencia su deseo de leer por lo que es el momento más apropiado para que se presenten textos e historias que despierten su interés en la cultura que caracteriza al lugar en el que viven, Pomasqui.

Cuadro # 4

| COMICS | | | | |
|---------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 4 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 12 | 52 |
| | 4 | Más o Menos | 2 | 9 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 7 | 30 |
| | Total | | 23 | 100 |

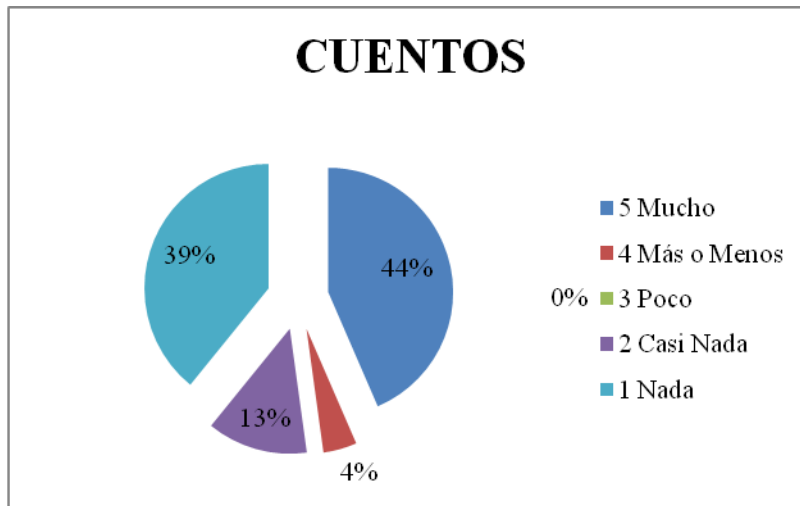


En el caso de los comics los encuestados los leen un 52% con mucha frecuencia, un 17% en rangos de más o menos, poco y casi nada, y un 31% nada.

Aún cuando un porcentaje algo mayor a la mitad de los encuestados leen comics, la otra mitad casi nunca e inclusive nunca lo hacen por encontrarse en la transición de abstraer la realidad a palabras escritas que trae consigo el aprendizaje de la lectoescritura.

Cuadro # 5

| LOS FAMILIARES LES CUENTAN CUENTOS | | | | |
|---|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 5 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 10 | 43 |
| | 4 | Más o Menos | 1 | 4 |
| | 3 | Poco | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nada | 3 | 13 |
| | 1 | Nada | 9 | 39 |
| | Total | | 23 | 100 |

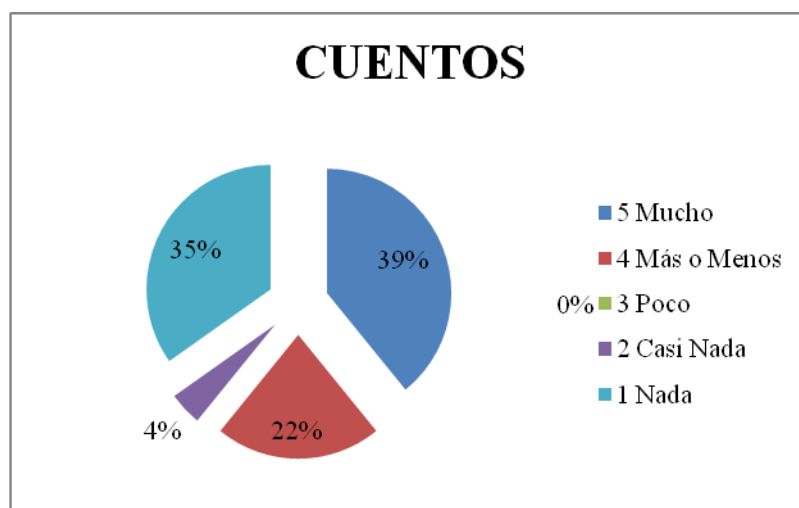


Los padres de los encuestados les leen cuentos mucho en un 44%, más o menos y casi nada en un 17% y nada en un 39%.

Por la rutina diaria que determina la vida de las personas en el sector de Pomasqui en la actualidad el tiempo que tienen los padres para compartir con sus hijos es cada vez más reducido, siendo que la cultura es transmitida de forma verbal en la mayoría de los casos de generación a generación se hace evidente la necesidad de crear una manera para paliar los efectos producidos por el cambio de forma de vida en el sector.

Cuadro # 6

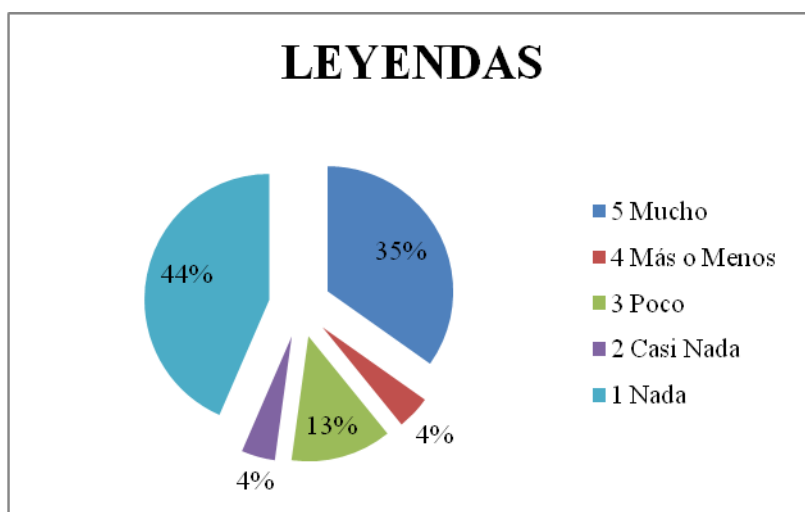
| ACEPTACIÓN DE LOS CUENTOS | | | | |
|----------------------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 6 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 9 | 39 |
| | 4 | Más o Menos | 5 | 22 |
| | 3 | Poco | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 8 | 35 |
| | Total | | 23 | 100 |



Los encuestados expresan que les agrada que se les cuente cuentos en un rango de mucho el 39%, más o menos y casi nada en un 26% y en un rango de nada el 35%.

Cuadro # 7

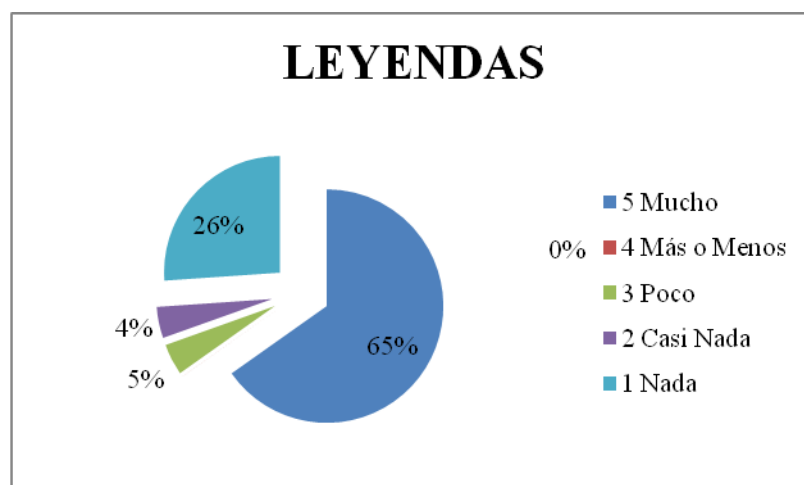
| CONOCIMIENTO SOBRE LEYENDAS | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 7 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 8 | 35 |
| | 4 | Más o Menos | 1 | 4 |
| | 3 | Poco | 3 | 13 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 10 | 43 |
| | Total | | 23 | 100 |



Un 39% de los encuestados expresa saber mucho y más o menos acerca de lo que son las leyendas pero un 17% conoce poco y casi nada, mientras que un porcentaje mayor en un 44% no sabe nada acerca de lo que son las leyendas en general.

Cuadro # 8

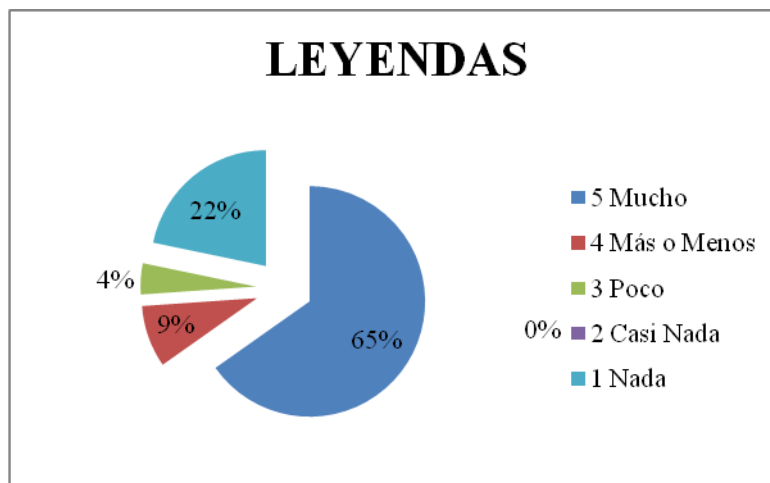
| ACEPTACIÓN DE LAS LEYENDAS | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 8 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 15 | 65 |
| | 4 | Más o Menos | 0 | 0 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 6 | 26 |
| | Total | | 23 | 100 |



Al 65% de los encuestados les gustan las leyendas que han escuchado, a un 9% les gustan poco y casi nada, mientras que a un 26% no les gustan las leyendas que han escuchado.

Cuadro # 9

| DESEO DE CONOCER MÁS ACERCA DE LAS LEYENDAS | | | | |
|--|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 9 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 15 | 65 |
| | 4 | Más o Menos | 2 | 9 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 0 | 0 |
| | 1 | Nada | 5 | 22 |
| | Total | | 23 | 100 |

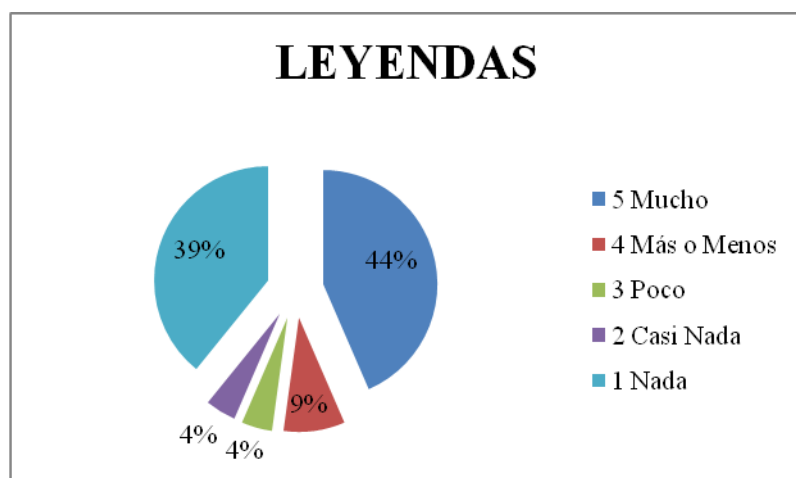


Los encuestados desearían que se les cuente más leyendas en un 65% también un 13% desea escuchar leyendas en un rango de más o menos y poco. Un 22% por otro lado no desea que se les cuente leyendas.

Por el interés que demuestran los encuestados hacia las leyendas es apreciable que pueden ser utilizadas para el fortalecimiento cultural del sector.

Cuadro # 10

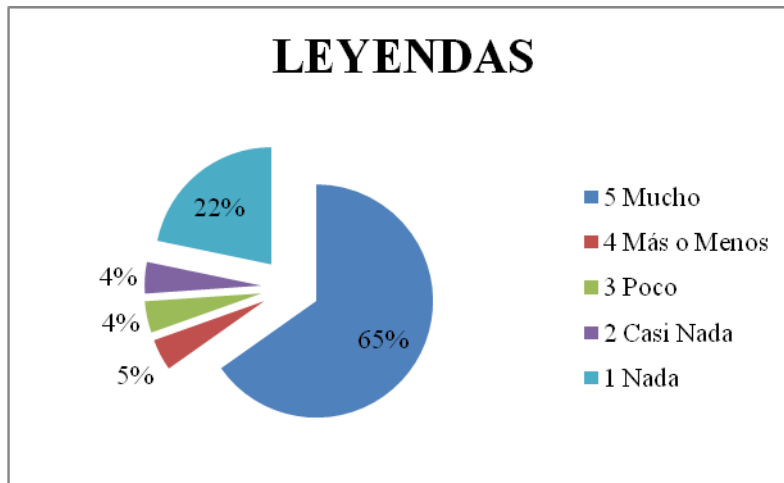
| DIFERENCIACIÓN ENTRE CUENTOS Y LEYENDAS | | | | |
|--|-------------------|-------------|-----------|------------|
| <h1>10</h1> | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 10 | 43 |
| | 4 | Más o Menos | 2 | 9 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 9 | 39 |
| | Total | | 23 | 100 |



Para conocer si los encuestados tenían claro lo que son las leyendas se buscó conocer si perciben a las leyendas como cuentos, un 44% expresó que así lo hacen en un rango de mucho, un 17% lo hizo en niveles de más o menos, poco y casi nada, mientras que un 39% no las conciben como cuentos.

Cuadro # 11

| LEYENDAS POMASQUI | | | | |
|--------------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 11 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 15 | 65 |
| | 4 | Más o Menos | 1 | 4 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 5 | 22 |
| | Total | | 23 | 100 |

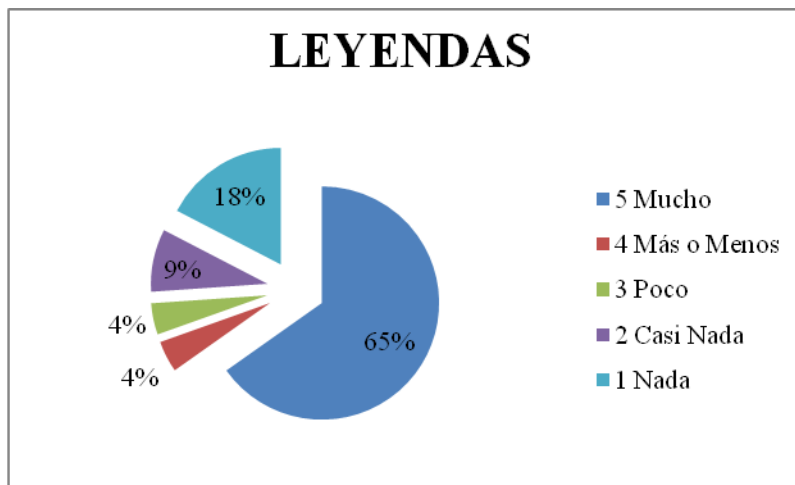


Un 65% de los encuestados conocen mucho acerca de las leyendas de Pomasqui, un porcentaje menor de 13% conoce más o menos, poco y casi nada y un 22% desconoce acerca de las leyendas de Pomasqui.

Los datos demuestran que a pesar de que más de la mitad de encuestados expresan conocer acerca de las leyendas de Pomasqui, existe un porcentaje creciente de la población infantil que afirma conocer poco e inclusive nada acerca de este aspecto cultural relevante en la zona, por lo que resulta conveniente transformarlo en un producto educomunicativo que ayude a mantener la memoria histórica de los habitantes.

Cuadro # 12

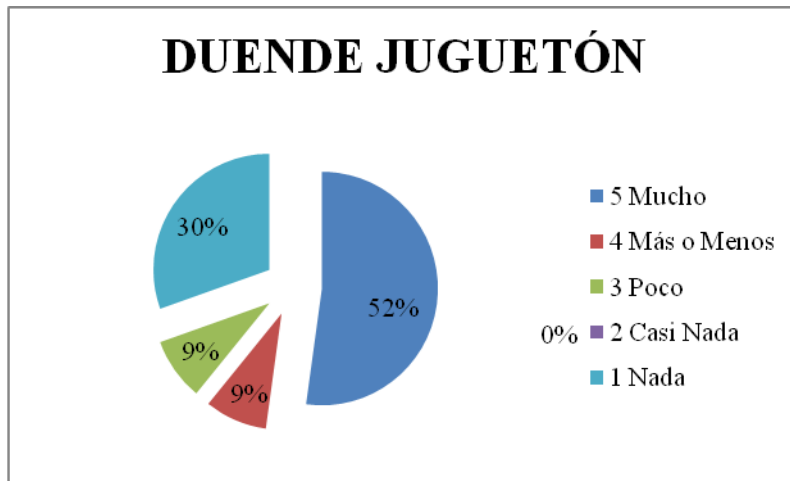
| IMPORTANCIA LEYENDAS POMASQUI | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 12 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 15 | 65 |
| | 4 | Más o Menos | 1 | 4 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 2 | 9 |
| | 1 | Nada | 4 | 17 |
| | Total | | 23 | 100 |



El nivel de importancia de las leyendas desde el punto de vista de los encuestados es para un 65% de mucha importancia, a un 17% le parece más o menos, poco y casi nada importante este aspecto, mientras que un 18% cree que no tiene ninguna importancia.

Cuadro # 13

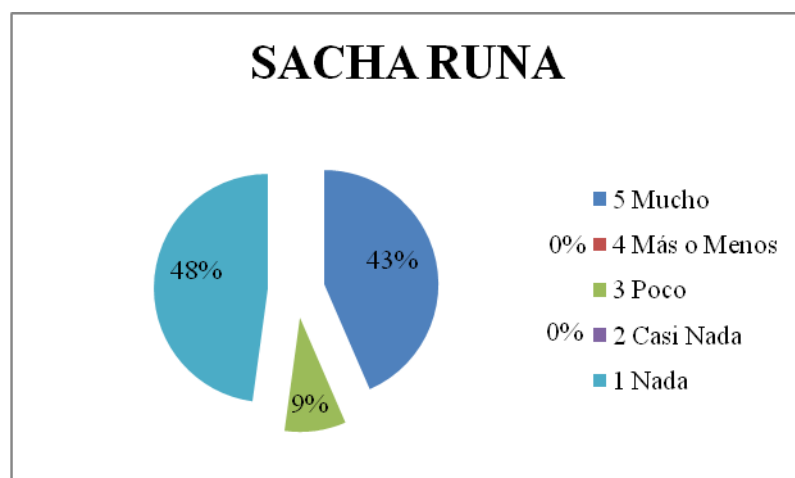
| DUENDE JUGUETÓN | | | | |
|------------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 13 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 12 | 52 |
| | 4 | Más o Menos | 2 | 9 |
| | 3 | Poco | 2 | 9 |
| | 2 | Casi Nada | 0 | 0 |
| | 1 | Nada | 7 | 30 |
| | Total | | 23 | 100 |



El referente que poseen los encuestados de uno de los tres personajes más destacados en las leyendas de Pomasqui, el duende jugueteón, es de un 52% que afirma conocer mucho acerca del mismo, un 18% ha escuchado más o menos y poco, y un 30% no conoce nada de este personaje.

Cuadro # 14

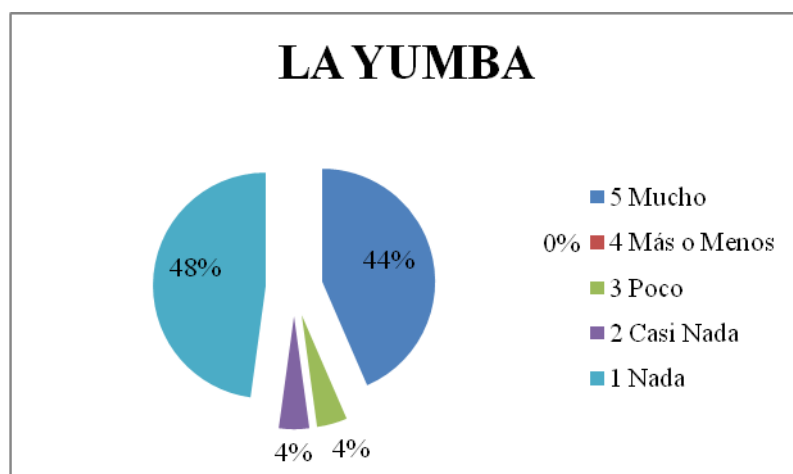
| SACHA RUNA | | | | |
|-------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 14 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 10 | 43 |
| | 4 | Más o Menos | 0 | 0 |
| | 3 | Poco | 2 | 9 |
| | 2 | Casi Nada | 0 | 0 |
| | 1 | Nada | 11 | 48 |
| | Total | | 23 | 100 |



En el caso del Sacha Runa, otro personaje perteneciente a las leyendas de Pomasqui, en un rango de mucho el 43% de los encuestados expresa conocerlo, un 9% sabe poco acerca del mismo y un 48% no ha escuchado nada sobre él.

Cuadro # 15

| LA YUMBA | | | | |
|-----------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 15 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 10 | 43 |
| | 4 | Más o Menos | 0 | 0 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 11 | 48 |
| | Total | | 23 | 100 |

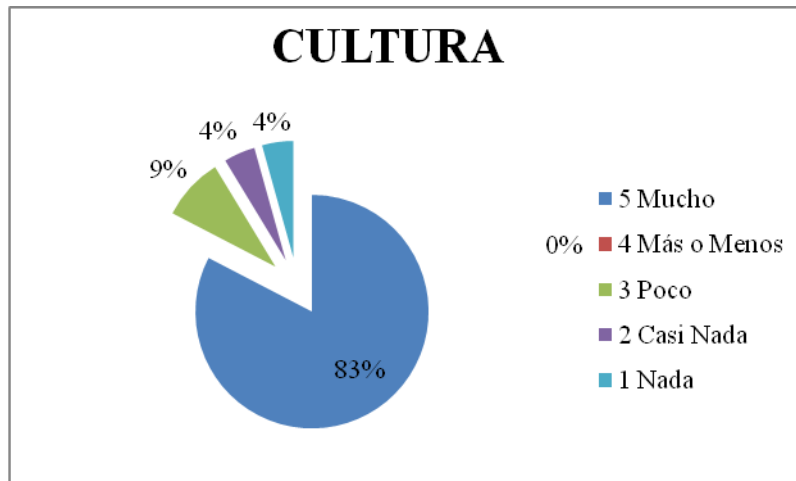


De la Yumba el último personaje del que se les preguntó a los encuestados, el 44% expresa conocer mucho, un 8% saben poco y casi nada y un 48% desconocen quien es la Yumba.

El nivel de conocimiento que poseen los encuestados acerca de estos tres personajes es medio, siendo los protagonistas de tres de las leyendas más populares del sector se podría considerar apropiado tomar en cuenta a uno o a los tres actores en la elaboración del producto de acuerdo al formato radiofónico a trabajarse.

Cuadro # 16

| CULTURA | | | | |
|----------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| <h1>16</h1> | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 19 | 83 |
| | 4 | Más o Menos | 0 | 0 |
| | 3 | Poco | 2 | 9 |
| | 2 | Casi Nada | 1 | 4 |
| | 1 | Nada | 1 | 4 |
| | Total | | 23 | 100 |

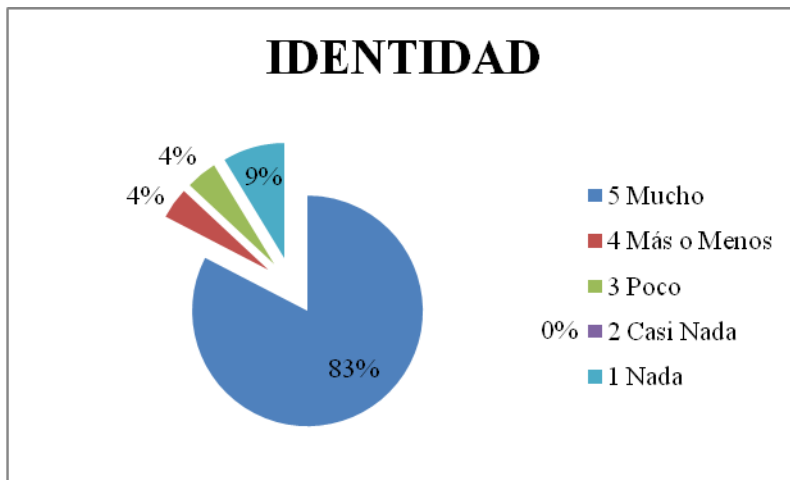


Para conocer la percepción del nivel de importancia de la cultura en la comunidad se les presentó a los encuestados un concepto sencillo que ejemplifique los rasgos que componen la cultura, a lo que un 83% respondió que la cultura importa mucho pero también un 17% expresó que su importancia está comprendida en un rango de poco, casi nada y nada.

Es observable que los encuestados se interesan por la cultura y su rol en la comunidad en la que viven por lo que fortalecer la misma a través de los medios de comunicación es una opción viable.

Cuadro # 17

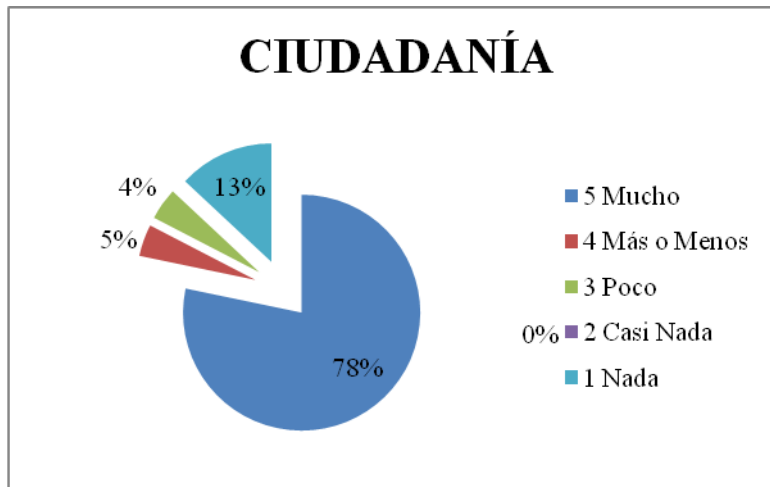
| IDENTIDAD | | | | |
|------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 17 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 19 | 83 |
| | 4 | Más o Menos | 1 | 4 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 0 | 0 |
| | 1 | Nada | 2 | 9 |
| | Total | | 23 | 100 |



De la mano con la cultura viene la identidad por lo que se buscó conocer en qué grado es importante este aspecto para los encuestados como un rasgo inherente a las personas que viven en una misma comunidad. Un 83% le otorgo mucha importancia, un 8% más o menos y poco y a un 9% no le pareció importante.

Cuadro # 18

| CIUDADANÍA | | | | |
|-------------------|-------------------|-------------|-----------|------------|
| 18 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Mucho | 18 | 78 |
| | 4 | Más o Menos | 1 | 4 |
| | 3 | Poco | 1 | 4 |
| | 2 | Casi Nada | 0 | 0 |
| | 1 | Nada | 3 | 13 |
| | Total | | 23 | 100 |

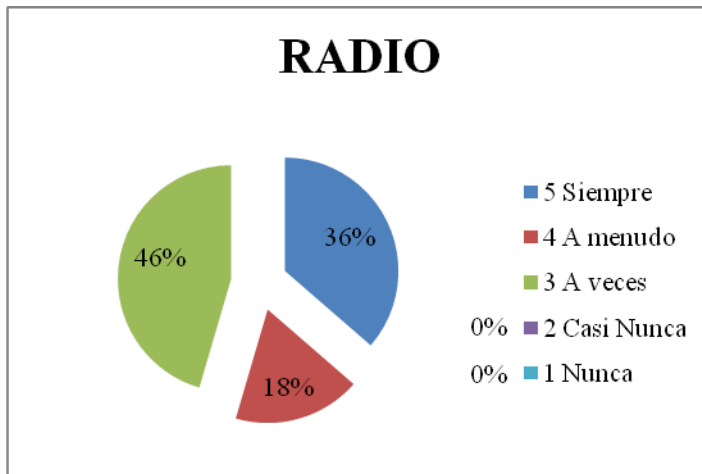


La ciudadanía entendida como la participación activa en la convivencia diaria de una comunidad fue el último aspecto de interés para esta investigación dentro de la muestra perteneciente a los niños y niñas para quienes en un 78% ejercer su ciudadanía en este ámbito importa mucho, para un porcentaje menor de 9% más o menos y poco, mientras que para un 13% no importa.

ANEXOS II

Cuadro # 1

| RADIO | | | | |
|--------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 1 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 4 | 36 |
| | 4 | A menudo | 2 | 18 |
| | 3 | A veces | 5 | 46 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |

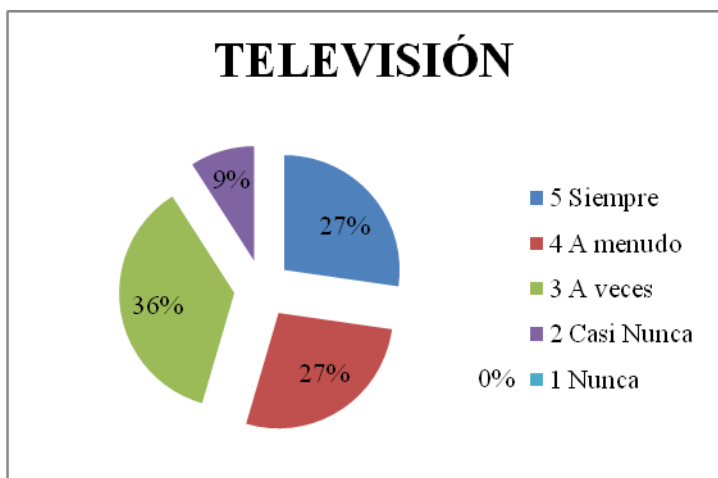


Un 36% de los encuestados escuchan radio en compañía de sus hijos siempre, un porcentaje menor del 18% escuchan a menudo la radio con sus hijos, mientras que el 46% la escucha a veces.

La radio es un medio de comunicación que los habitantes del sector suelen escuchar con un grado de frecuencia bastante regular en compañía de sus hijos.

Cuadro #2

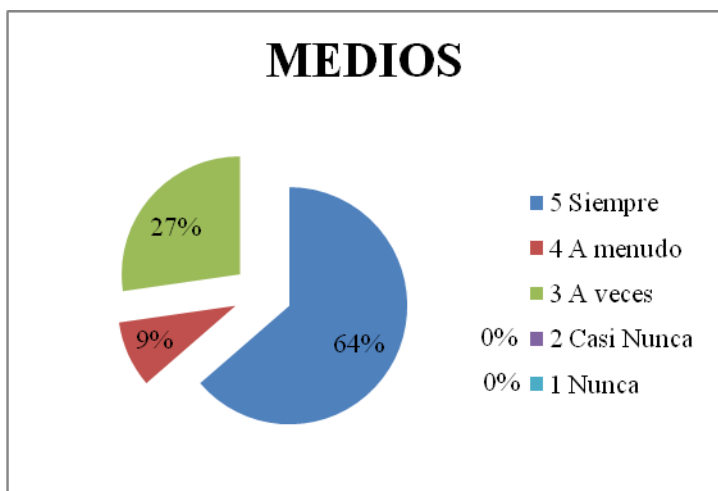
| TELEVISIÓN | | | | |
|-------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 2 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 3 | 27 |
| | 4 | A menudo | 3 | 27 |
| | 3 | A veces | 4 | 36 |
| | 2 | Casi Nunca | 1 | 9 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



Por su parte, el 27% de los encuestados ven televisión con sus hijos en un rango de siempre, otro 27% lo hace a menudo y el 45% restante observa televisión en compañía de sus hijos a veces y casi nunca.

Cuadro # 3

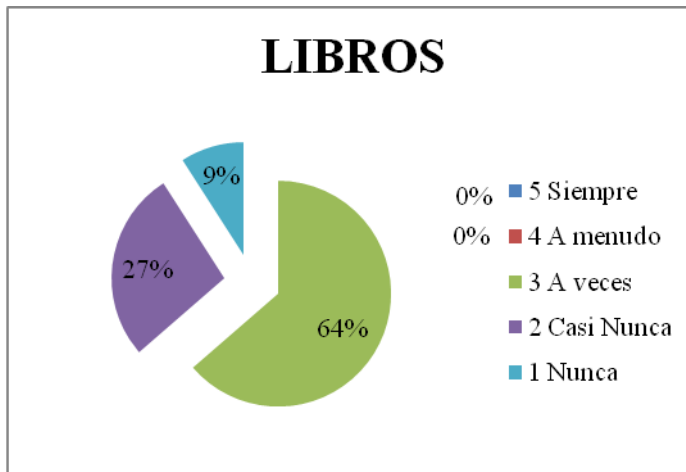
| EXPLICACIÓN DE MENSAJES DE MEDIOS | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|------------|
| 3 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 7 | 64 |
| | 4 | A menudo | 1 | 9 |
| | 3 | A veces | 3 | 27 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



El 64% de los encuestados afirma explicar siempre a sus hijos los mensajes que les transmiten los medios de comunicación y un 36% lo hace a menudo y a veces.

Cuadro # 4

| LIBROS | | | | |
|---------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 4 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 0 | 0 |
| | 4 | A menudo | 0 | 0 |
| | 3 | A veces | 7 | 64 |
| | 2 | Casi Nunca | 3 | 27 |
| | 1 | Nunca | 1 | 9 |
| | Total | | 11 | 100 |

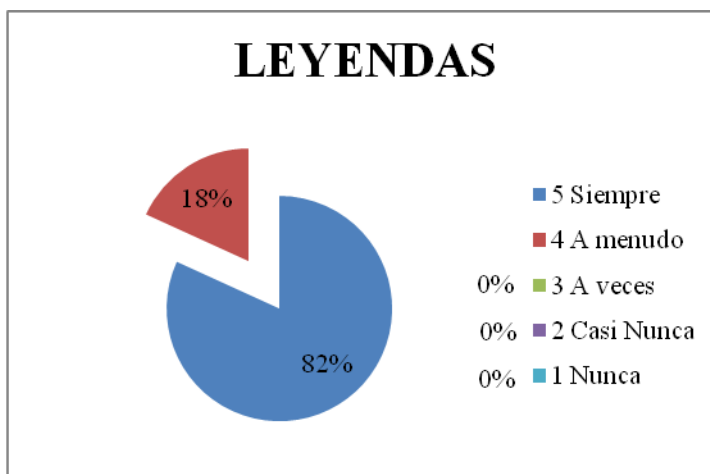


La frecuencia con la que los padres les leen libros a sus hijos es de un 64% que lo hace a veces mientras que un 36% lo hace casi nunca e inclusive nunca.

La lectura es un hábito que se desarrolla en los niños y niñas por la curiosidad que los padres, no únicamente la escuela, puedan implantar en ellos y ellas al ser participes del mismo, sin embargo es claro que esta práctica se está perdiendo en el seno familiar por lo que será beneficioso a través del producto educacional generar un impulso investigativo que lleve a los estudiantes a retomar la lectura por sí mismos.

Cuadro # 5:

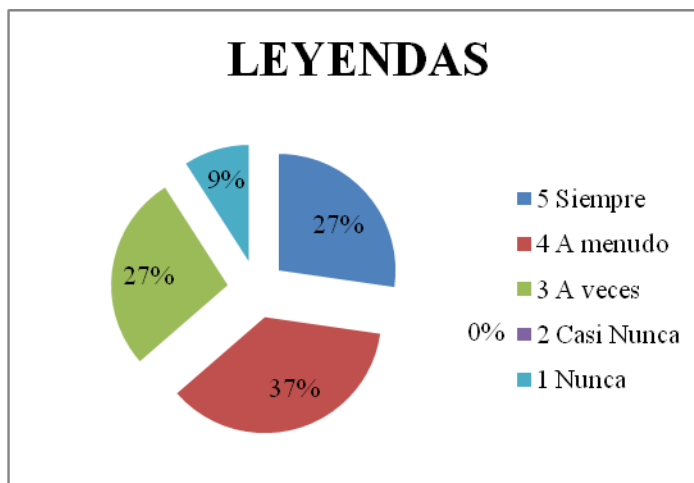
| TRANSMISIÓN DE LEYENDAS GENERACIONAL | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 5 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 82 |
| | 4 | A menudo | 2 | 18 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



Al 82% de los padres les fueron contadas leyendas en su infancia siempre y en un porcentaje menor del 18% a menudo.

Cuadro # 6:

| TRANSMISIÓN DE LEYENDAS GENERACIONAL | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 6 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 3 | 27 |
| | 4 | A menudo | 4 | 36 |
| | 3 | A veces | 3 | 27 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 1 | 9 |
| | Total | | 11 | 100 |

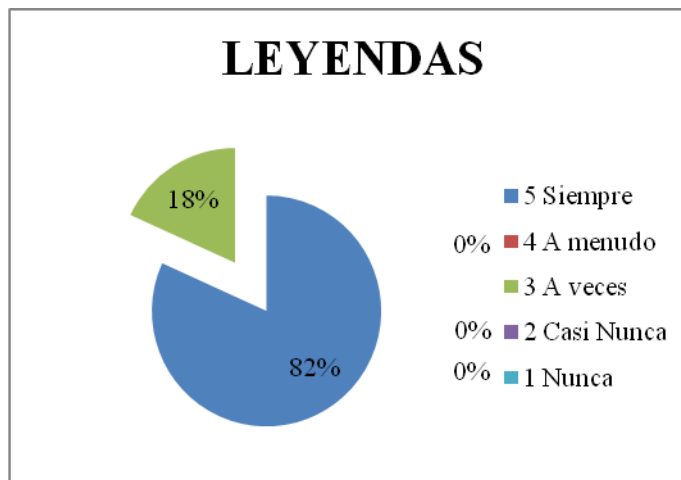


Un porcentaje del 27% de los encuestados les cuentan leyendas a sus hijos siempre, a menudo lo hace el 37%, mientras que el 36% de los padres lo hacen a veces o no lo hacen nunca.

Con los datos que brinda el cuadro cinco y el presente cuadro es notorio como la costumbre de contar leyendas que mantengan viva la memoria histórica del sector se ha reducido con el pasar de los años y con las nuevas generaciones, es así que generar una medida desde los medios de comunicación para conservar las leyendas, parte de la cultura de los habitantes de la zona, es una necesidad evidente.

Cuadro # 7

| IMPORTANCIA DE LAS LEYENDAS EN LA CULTURA | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|------------|
| 7 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 82 |
| | 4 | A menudo | 0 | 0 |
| | 3 | A veces | 2 | 18 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |

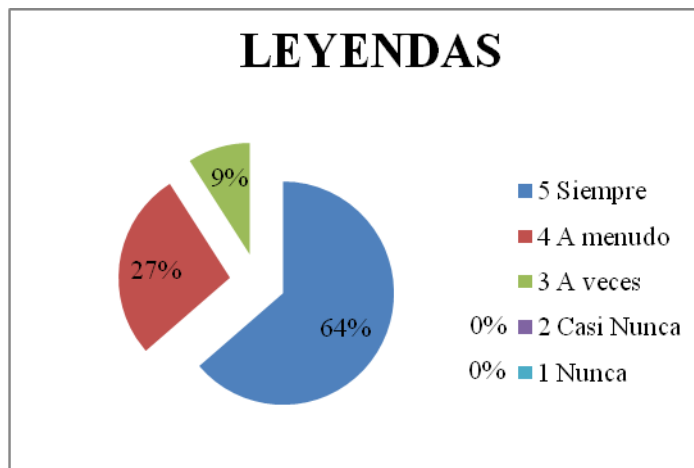


Para un 82% de los encuestados las leyendas son importantes siempre para el fortalecimiento cultural de una comunidad. Un porcentaje menor del 18% expresa que en relación a la cultura las leyendas a veces son importantes.

A pesar de que los padres ya no transmiten leyendas a sus hijos con la misma frecuencia con la que sus padres solían compartirlas con ellos, los datos indican que en un alto grado aun las consideran de gran importancia.

Cuadro # 8

| LEYENDAS Y MEDIOS | | | | |
|--------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 8 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 7 | 64 |
| | 4 | A menudo | 3 | 27 |
| | 3 | A veces | 1 | 9 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |

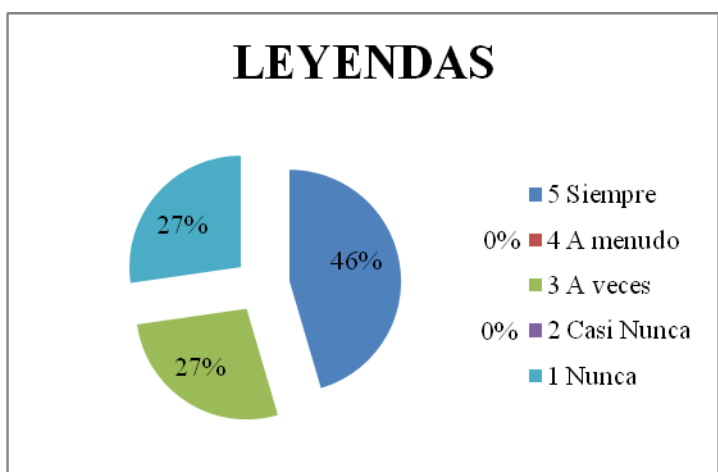


El 64% de los encuestados creen que los medios de comunicación masivos deberían transmitir leyendas siempre, el 27% opina que lo deberían hacer a menudo y un 9% que se las debería transmitir a veces.

El rol que juegan los medios en la cotidianidad de los pobladores de la zona se evidencia en su deseo de que éstos también formen parte de su fortalecimiento cultural transmitiendo rasgos propios de su cultura como lo son las leyendas.

Cuadro # 9

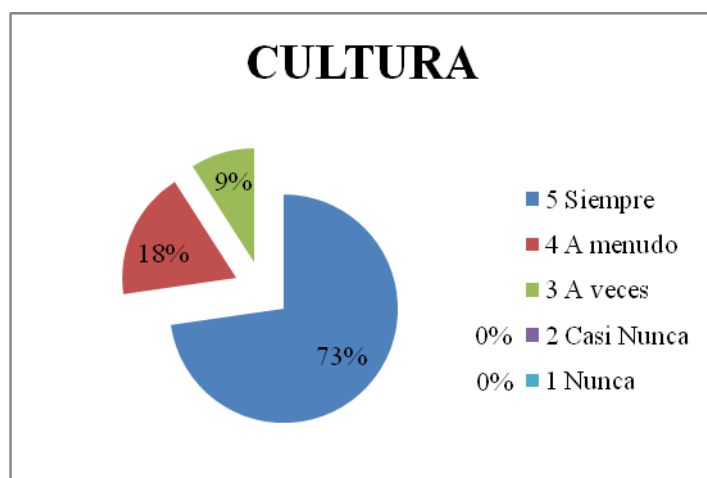
| IMPORTANCIA DE LEYENDAS DE POMASQUI | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|------------|
| 9 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 5 | 45 |
| | 4 | A menudo | 0 | 0 |
| | 3 | A veces | 3 | 27 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 3 | 27 |
| | Total | | 11 | 100 |



Los encuestados expresan escuchar en un 46% siempre las leyendas de Pomasqui en su ambiente cotidiano, un 27% las escuchan a veces mientras que el 27% restante no escucha nunca nada acerca de las leyendas de Pomasqui.

Cuadro # 10

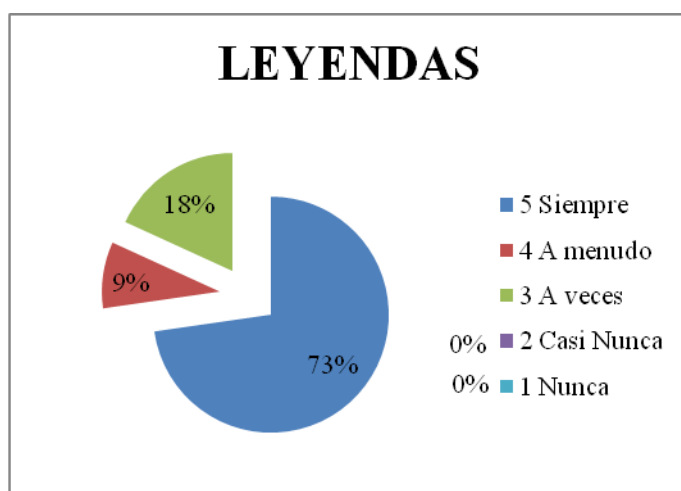
| LEYENDAS COMO RIQUEZA CULTURAL | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| <h1>10</h1> | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 8 | 73 |
| | 4 | A menudo | 2 | 18 |
| | 3 | A veces | 1 | 9 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



El 73% de los encuestados consideran que las leyendas son parte de su riqueza cultural siempre y el 27% consideran que lo son en los grados menores de a menudo y a veces.

Cuadro # 11

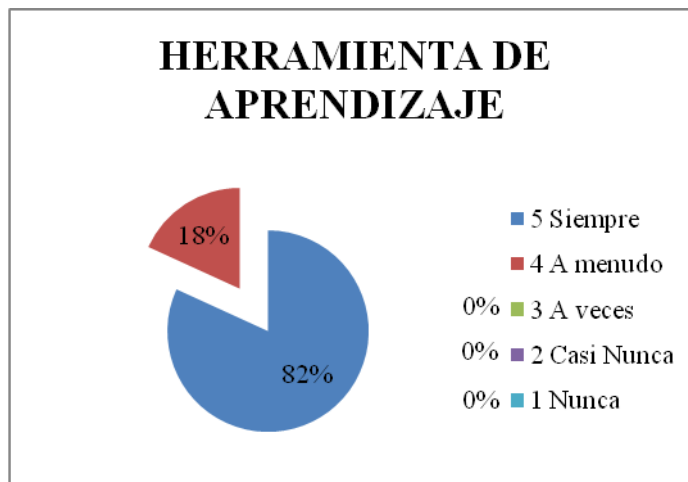
| REPRODUCCIÓN DE LEYENDAS A LAS NUEVAS GENERACIONES | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 11 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 8 | 73 |
| | 4 | A menudo | 1 | 9 |
| | 3 | A veces | 2 | 18 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



Los encuestados expresan que es importante reproducir las leyendas a las nuevas generaciones siempre en un 73%, a menudo y a veces en un 27%.

Cuadro # 12

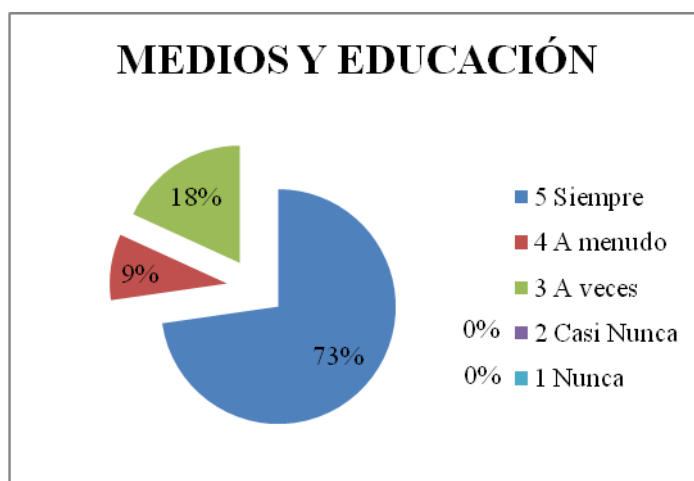
| ADAPTACIÓN DE LAS LEYENDAS DE POMASQUI COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 12 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 82 |
| | 4 | A menudo | 2 | 18 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



Los encuestados consideran que de realizarse una adaptación de las leyendas de Pomasqui mediante los medios de comunicación este producto podría ser de utilidad en el proceso de aprendizaje de sus hijos en un rango de siempre en un 82%, el 18% restante cree que lo sería a menudo.

Cuadro # 13

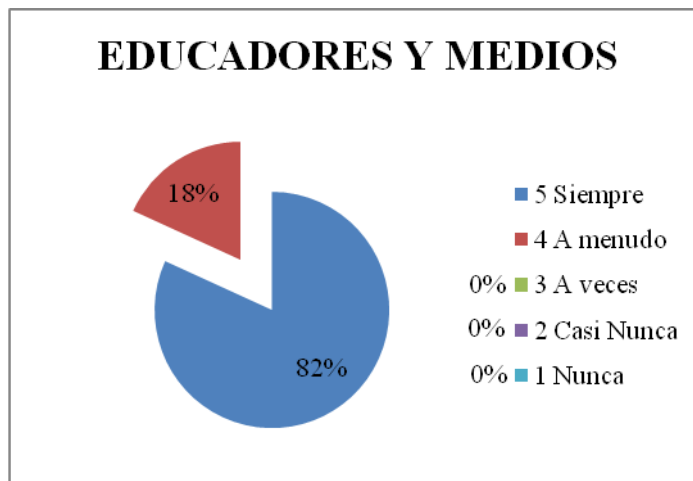
| MEDIOS Y EDUCACIÓN | | | | |
|---------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 13 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 8 | 73 |
| | 4 | A menudo | 1 | 9 |
| | 3 | A veces | 2 | 18 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



El 73% de los padres encuestados expresan que los medios de comunicación pueden ser utilizados como parte de una educación integral para sus hijos siempre, y un 27% considera que pueden serlo en un rango de a menudo y a veces.

Cuadro # 14

| EDUCADORES Y MEDIOS | | | | |
|----------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 14 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 82 |
| | 4 | A menudo | 2 | 18 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 11 | 100 |



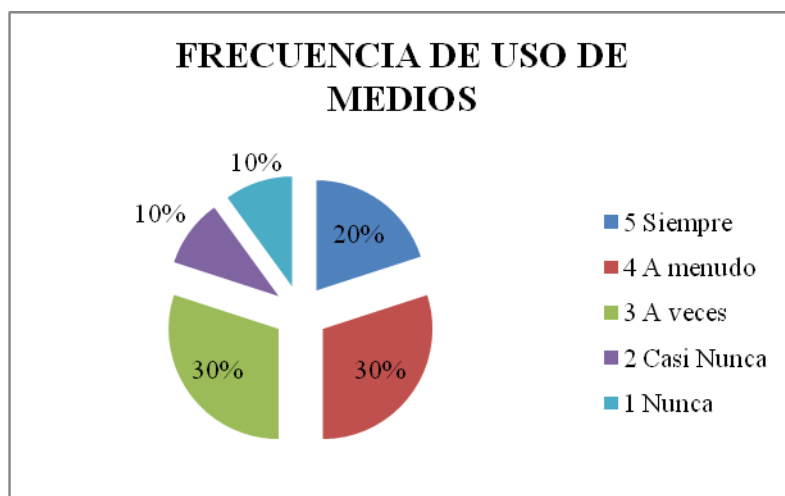
Un 82% de los encuestados cree que los educadores deberían recibir capacitación siempre para utilizar los medios de comunicación como instrumentos en el proceso de aprendizaje, mientras que al otro 18% le parece que la capacitación se la debería recibir a menudo.

Los padres de familia concuerdan, según los datos, en la importancia de la implementación de técnicas de enseñanza que integren a los medios de comunicación en la educación. Este proceso requiere tiempo y capacitación constante pero puede alcanzarse, un paso para empezar es el transformar rasgos propios de la cotidianidad de la comunidad, como lo son las leyendas, en productos comunicativos adecuados para el aprendizaje.

ANEXOS III

Cuadro # 1

| FRECUENCIA DEL USO DE LOS MEDIOS EN LA ENSEÑANZA | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 1 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 2 | 20 |
| | 4 | A menudo | 3 | 30 |
| | 3 | A veces | 3 | 30 |
| | 2 | Casi Nunca | 1 | 10 |
| | 1 | Nunca | 1 | 10 |
| | Total | | 10 | 100 |

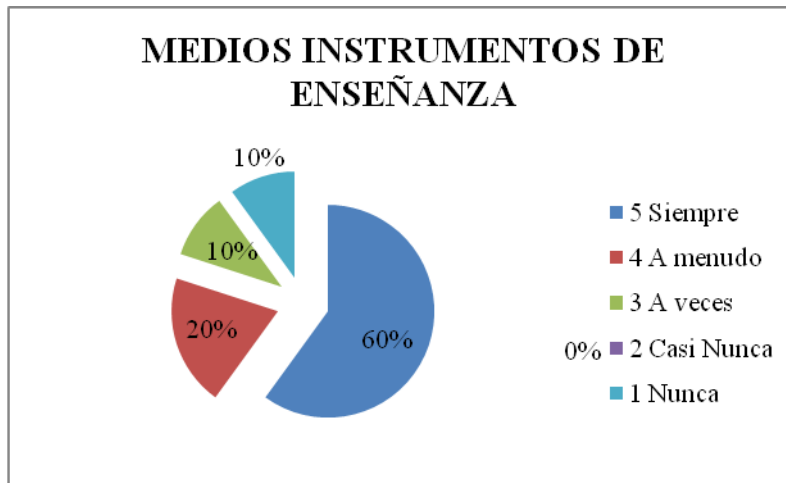


Los encuestados expresan utilizar los medios de comunicación como instrumentos de enseñanza siempre en un 20%, el 60% lo hacen en rangos de a menudo y a veces. El 20% restante utiliza los medios en clase casi nunca y nunca.

A pesar de haberse comprobado la naturaleza educacional que poseen los medios es claro que la mayoría de educadores aun desconocen la forma adecuada de utilizarlos en el proceso de enseñanza y por ello no los integran con mucha frecuencia en las clases, es por esto que sería apreciable que mediante la validación del producto educomunicativo a presentarse se demuestre la forma más apropiada de trabajar con los medios, específicamente la radio en este caso, a favor de la educación.

Cuadro # 2

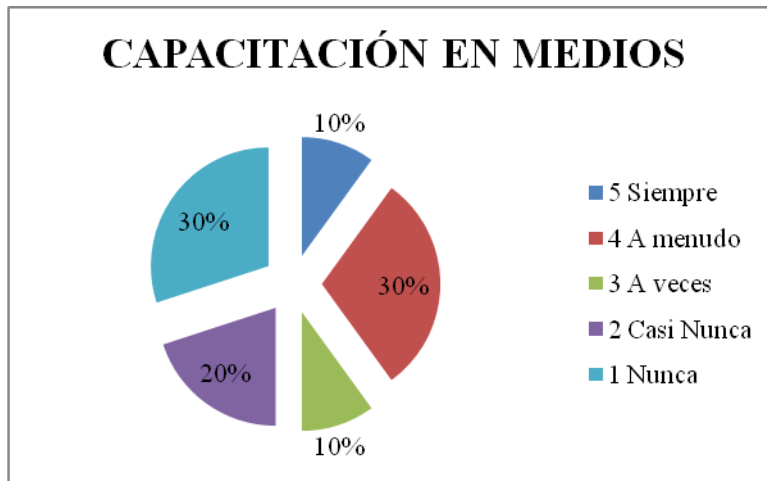
| MEDIOS INSTRUMENTOS DE ENSEÑANZA | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 2 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 6 | 60 |
| | 4 | A menudo | 2 | 20 |
| | 3 | A veces | 1 | 10 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 1 | 10 |
| | Total | | 10 | 100 |



El 60% de los encuestados expresa que los medios les pueden ayudar en el proceso de enseñanza siempre, mientras que un 20% opinan que lo hacen a veces y el 20% restante cree los medios pueden ser utilizados como herramientas para la enseñanza en un rango de a veces y nunca.

Cuadro # 3

| CAPACITACIÓN EN MEDIOS | | | | |
|-------------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 3 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 1 | 10 |
| | 4 | A menudo | 3 | 30 |
| | 3 | A veces | 1 | 10 |
| | 2 | Casi Nunca | 2 | 20 |
| | 1 | Nunca | 3 | 30 |
| | Total | | 10 | 100 |

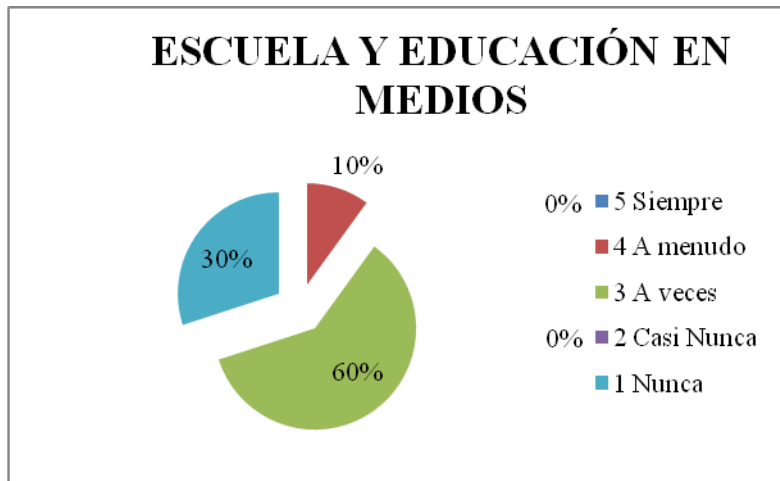


Los encuestados han recibido capacitación para utilizar los medios como herramientas de enseñanza siempre en un 10%, a menudo y a veces en un 40%, y casi nunca y nunca en un 50%.

Los datos muestran el bajo e inclusive nulo nivel de capacitación que poseen los encuestados en materia de medios de comunicación en relación con la educación, por ello es apreciable impulsar el interés de los educadores por la naturaleza educativa que poseen los medios a través de un producto educomunicacional de manera que reconozcan la utilidad de los mismos, y por ende la necesidad de una capacitación constante en este aspecto.

Cuadro # 4

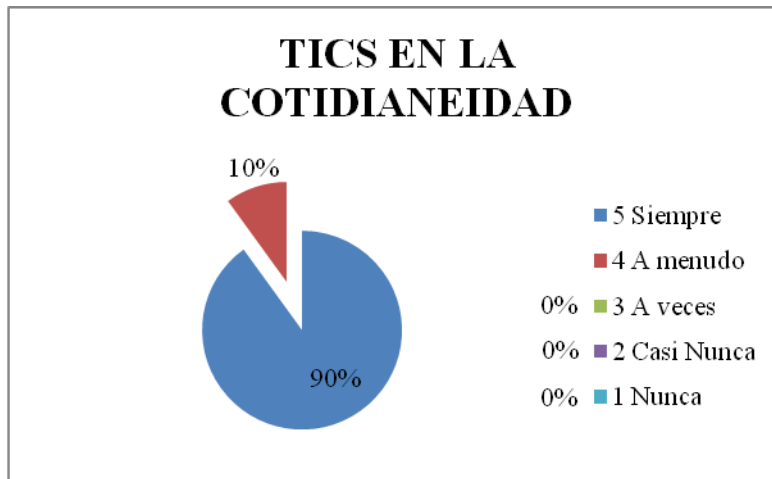
| ESCUELA Y EDUCACIÓN EN MEDIOS | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 4 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 0 | 0 |
| | 4 | A menudo | 1 | 10 |
| | 3 | A veces | 6 | 60 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 3 | 30 |
| | Total | | 10 | 100 |



Los encuestados expresan que la educación en medios debe ser promovida a menudo en los estudiantes exclusivamente desde la escuela en un 10%, un 60% cree que a veces y un porcentaje menor del 30% opina que no debe ser impulsada solo desde la escuela nunca.

Cuadro # 5

| TICS EN LA COTIDIANEIDAD | | | | |
|---------------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 5 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 90 |
| | 4 | A menudo | 1 | 10 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 10 | 100 |

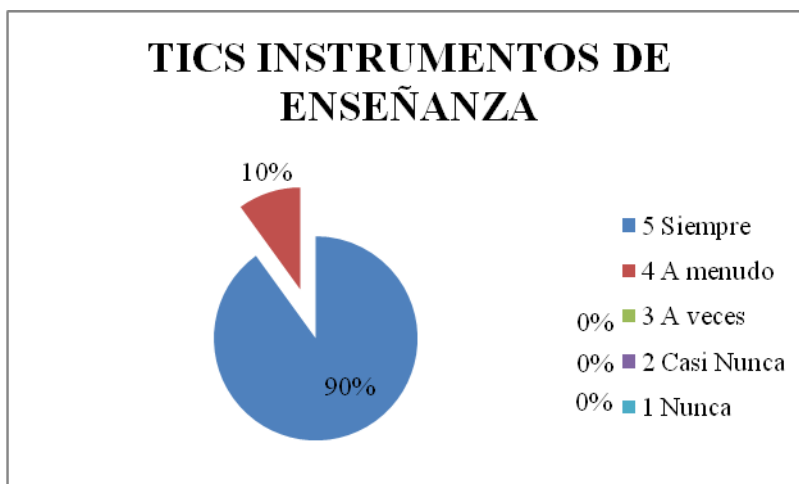


El 90% de los encuestados consideran que las nuevas tecnologías de la comunicación son parte de la vida diaria de sus estudiantes siempre y un porcentaje mucho menor del 10% creen que lo son a menudo.

Es evidente como los encuestados, al ser maestros que están en contacto constante con sus estudiantes, son testigos del rol que juegan los medios y las Tics en las actividades cotidianas de sus educandos, esto a su vez los hace conscientes de la influencia que ejercen éstos sobre los niños y niñas a quienes educan.

Cuadro # 6

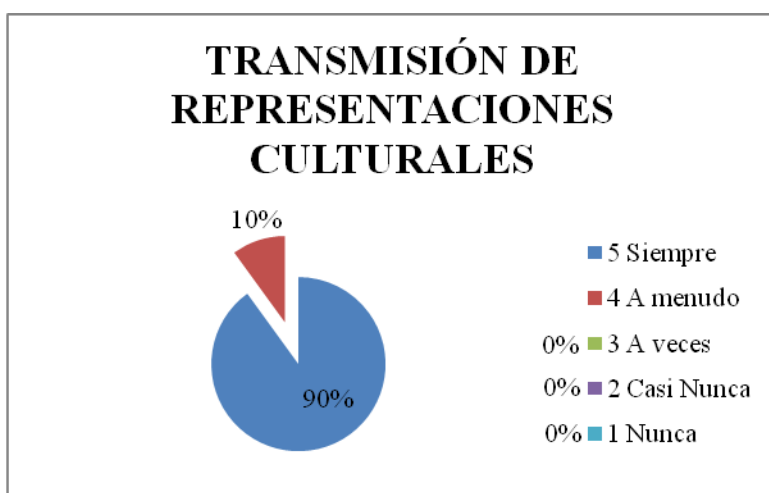
| TICS INSTRUMENTOS DE ENSEÑANZA | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 6 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 90 |
| | 4 | A menudo | 1 | 10 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 10 | 100 |



Los encuestados expresan que las Tics pueden ser utilizadas como herramientas en el proceso de enseñanza siempre en un 90% y a menudo en un 10%.

Cuadro # 7

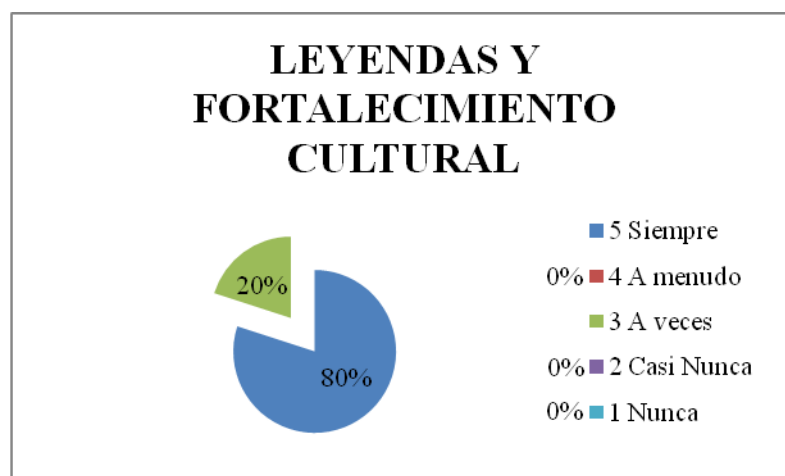
| TRANSMISIÓN DE REPRESENTACIONES CULTURALES | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 7 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 90 |
| | 4 | A menudo | 1 | 10 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 10 | 100 |



Un porcentaje del 90% de los encuestados expresan que los medios de comunicación y las Tics deberían transmitir representaciones culturales como las leyendas siempre, mientras que un porcentaje menor del 10% opinan que lo deben hacer a menudo.

Cuadro # 8

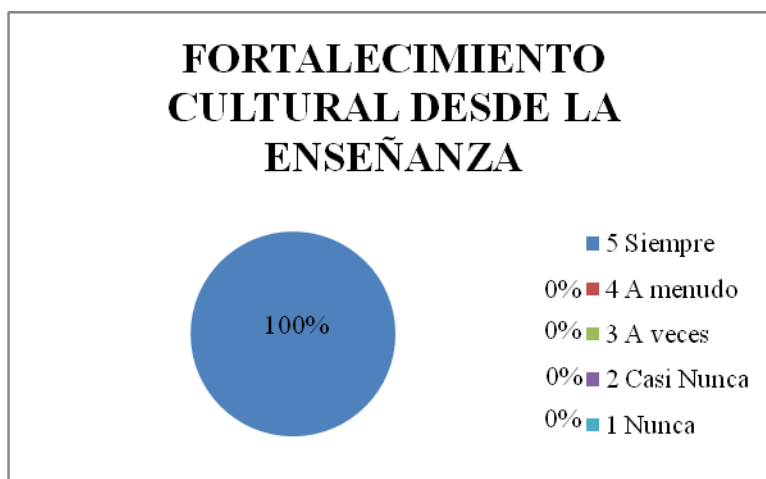
| LEYENDAS Y FORTALECIMIENTO CULTURAL | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|------------|
| 8 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 8 | 80 |
| | 4 | A menudo | 0 | 0 |
| | 3 | A veces | 2 | 20 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 10 | 100 |



Un 80% de los encuestados expresan que las leyendas son siempre importantes en el proceso de fortalecimiento cultural en la comunidad y un 20% cree que lo son a veces.

Cuadro # 9

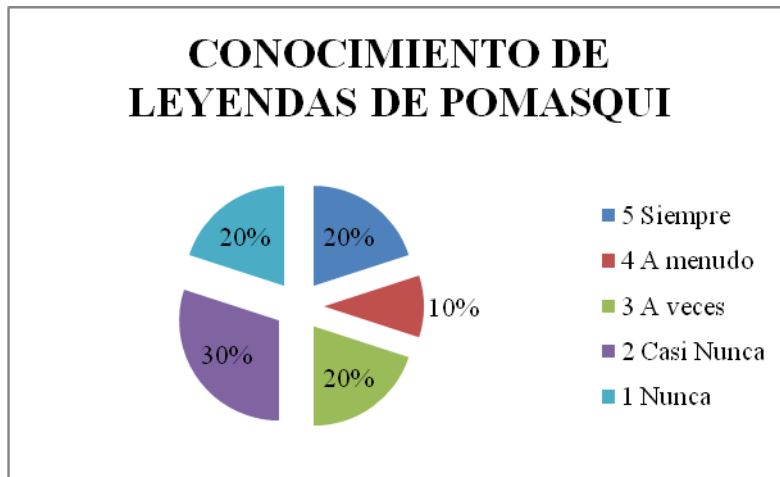
| FORTALECIMIENTO CULTURAL DESDE LA ENSEÑANZA | | | | |
|--|-------------------|------------|-----------|------------|
| 9 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 10 | 100 |
| | 4 | A menudo | 0 | 0 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 10 | 100 |



El 100% de los encuestados expresan que la cultura es un ámbito importante a ser fortalecido desde el proceso de enseñanza.

Cuadro # 10

| CONOCIMIENTO DE LEYENDAS DE POMASQUI | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|-----------|
| 10 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 2 | 20 |
| | 4 | A menudo | 1 | 10 |
| | 3 | A veces | 2 | 20 |
| | 2 | Casi Nunca | 3 | 30 |
| | 1 | Nunca | 2 | 20 |
| | Total | | | 10 |

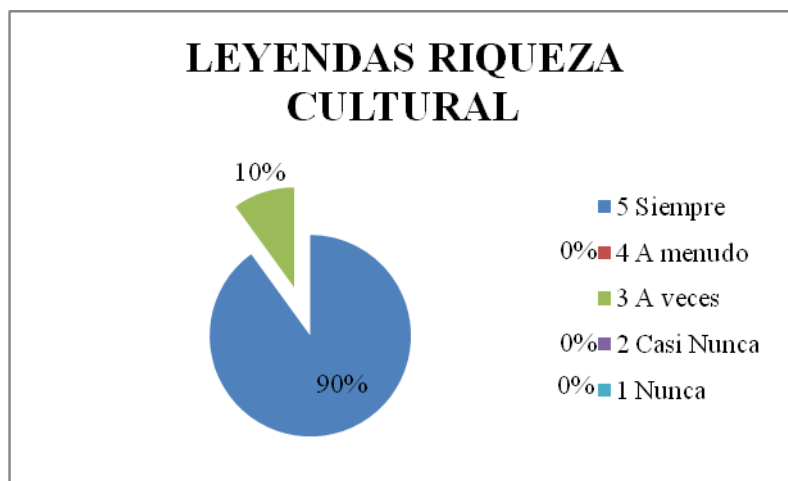


Un porcentaje del 30% de los encuestados ha escuchado acerca de las leyendas de Pomasqui siempre y a menudo, otro 50% lo ha hecho a veces y casi nunca, mientras que el 20% restante no ha escuchado de las leyendas nunca.

A pesar de que el porcentaje de encuestados que desconocen sobre las leyendas de Pomasqui no es muy alto es considerable que los maestros conozcan temas culturales del sector en el que viven sus estudiantes de forma que puedan impulsarlos a interesarse e investigar sobre los mismos y así les sea posible apropiarse de su realidad cultural.

Cuadro # 11

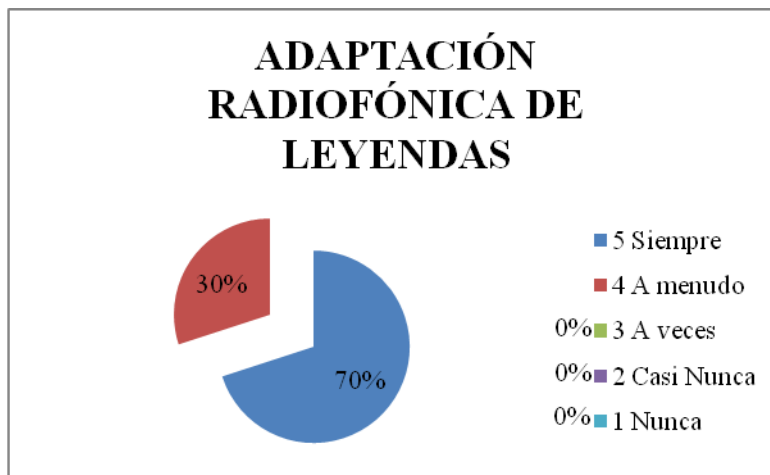
| LEYENDAS RIQUEZA CULTURAL | | | | |
|----------------------------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| 11 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 9 | 90 |
| | 4 | A menudo | 0 | 0 |
| | 3 | A veces | 1 | 10 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 10 | 100 |



Para un 90% de los encuestados las leyendas son parte de la riqueza cultural de Pomasqui, siempre. Y para un 10% lo son a veces.

Cuadro # 12

| ADAPTACIÓN RADIOFÓNICA DE LEYENDAS | | | | |
|---|-------------------|------------|-----------|------------|
| 12 | Valoración | | fi | % |
| | 5 | Siempre | 7 | 70 |
| | 4 | A menudo | 3 | 30 |
| | 3 | A veces | 0 | 0 |
| | 2 | Casi Nunca | 0 | 0 |
| | 1 | Nunca | 0 | 0 |
| | Total | | 10 | 100 |



El 70% de los encuestados expresan que de realizarse una nueva adaptación radiofónica de las leyendas de Pomasqui este producto educomunicativo podría ser utilizado como un instrumento de enseñanza siempre, mientras que un 30% creen que lo sería a menudo.