



# **UNIVERSIDAD DE CUENCA**



**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tesis de Grado previa a la obtención del Título de  
Licenciado en Ciencias de la Información**

**TEMA:**

**“IMPACTOS CULTURALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA  
COMUNIDAD DE HUAYRAPUNGO (SAN JOSÉ DE MASANQUI), CANTON  
CAÑAR”**

**AUTORAS:**

**GINA LUISA BELTRÁN CUESTA**

**MARÍA DE LOURDES PILLAGA DÉFAZ**

**DIRECTOR:**

**MSc. DIEGO OSWALDO SAMANIEGO DUMAS.**

**CUENCA – ECUADOR**

**JULIO 2013**



## **RESUMEN**

Al intentar acercarnos a una realidad concreta, es imprescindible la búsqueda, la recolección, y el análisis de la información que nos hará profundizar en el tiempo y en el espacio de aquello que queremos dar a conocer. Con nuestra investigación que titula, **IMPACTOS CULTURALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD DE HUIRAPUNGO (SAN JOSÉ DE MASANQUI), CANTÓN CAÑAR**, pretendemos obtener una visión clara y precisa de cómo los habitantes de Masanqui han modificado su comportamiento, costumbres y modos de ver la vida gracias al modernismo tecnológico, esto es, la entrada de los medios de comunicación masivos en los hogares campesinos y su influencia negativa en las mentes de los habitantes del sector rural.

Este estudio se valió de la metodología cuantitativa y cualitativa para describir de mejor manera la problemática de aculturación del sector campesino merced a los medios de comunicación masivos. Contiene un análisis del fenómeno de la comunicación y su vinculación con la globalización; describe los medios de comunicación más representativos y el papel de la familia frente a éstos; resaltamos además la realidad social del pueblo de Masanqui y ofrecemos los resultados de nuestro trabajo de campo con sus repercusiones y sus posibles alternativas de solución.

**PALABRAS CLAVES:** Aculturación, Medios de Comunicación, Estereotipos, Globalización, Migración.



## **ABSTRACT**

When trying to get closer to a concrete reality, it is imperative the search, collection, and analysis of the information which will deepus over time and space of what we want to present. With our research titled, CULTURAL IMPACT OF THE MEDIA IN THE COMMUNITY OF HUIRAPUNGO (SAN JOSE, MASANQUI) CAÑAR CANTON, we intend to obtain a clear and accurate vision of how the inhabitants of Masanqui have changed their behavior, customs and ways to see life through technological modernism, that is, the entry of the mass media in rural households and its negative influence on the minds of the inhabitants of the rural sector. This study used quantitative and qualitative methodology to better describe the problem of acculturation of the peasant sector thanks to the mass media. It contains an analysis of the phenomenon of communication and its relationship to the globalization; it describes the most representative media and the role of the family in front of them; also the highlight the social reality of Masanqui population and offer the results of our field work with their implications and their possible solutions.

**KEY WORDS:** Acculturation, Mass Media, Stereotypes, Globalization, Migration.



## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	15
CAPITULO I .....	20
1.1.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO GENERAL .....	20
1.2.- LA GLOBALIZACIÓN .....	20
1.3.- CONSECUENCIAS DE LA GLOBALIZACIÓN .....	22
1.4.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA GLOBALIZACIÓN .....	22
1.5.- EL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN: .....	24
1.5.1.- ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN .....	25
1.5.2.- SU CONCEPCIÓN.....	27
1.5.3.- SUS ELEMENTOS .....	28
1.6.- EL LENGUAJE.....	29
1.6.1.- DEFINICIÓN .....	29
1.6.2.- FUNCIONES DEL LENGUAJE .....	29
1.7.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA .....	29
1.7.1.- DEFINICIÓN .....	30
1.8.- ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	33
1.8.1.- ESTRUCTURA FÍSICA .....	36
1.8.2.- ESTRUCTURA SEGÚN SU CARÁCTER.....	39
1.9.- UTILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	40
1.10.- CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	41
1.10.1.- CARACTERÍSTICAS POSITIVAS.....	41
1.10.2.- CARACTERÍSTICAS NEGATIVAS .....	42
1.11.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS.....	42
1.11.1.- RADIO .....	42
1.11.2.- PRENSA ESCRITA .....	43
1.11.3.- TELEVISIÓN .....	43
1.11.4.- INTERNET .....	44
1.12.- LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ADOLESCENCIA ..	44
1.12.1.- LA TELEVISIÓN.....	44
1.12.2.- EL INTERNET .....	44
1.12.3.- LOS CELULARES .....	45



1.12.4.- LA RADIO .....	45
1.12.5.- LAS REVISTAS.....	46
1.13.- PRECAUCIONES ANTE EXPLOSIÓN TECNOLÓGICA .....	46
1.14.- LA TECNOLOGÍA, PROBLEMA Y NECESIDAD DE NUESTRO TIEMPO .....	47
1.15.- LA TECNOLOGÍA Y SU BUEN USO .....	48
CAPITULO II.....	49
2.1.- LOS PUEBLOS INDÍGENAS.....	49
2.2.- PRINCIPALES CONCEPTOS.....	50
2.2.1.- INDÍGENA.....	50
2.2.2.- CAMPESINO .....	51
2.2.3.- IDENTIDAD.....	51
2.2.4.- LA CULTURA .....	51
2.2.5.- LOS PATRONES CULTURALES.....	52
2.2.6.- ACULTURACIÓN.....	52
2.2.7.- MINORÍAS .....	53
2.2.8.- DISCRIMINACIÓN.....	53
2.3.- LA LIBRE DETERMINACIÓN DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS.....	53
2.4.- INDÍGENA Y CAMPESINO, SUS CARACTERÍSTICAS .....	54
2.4.1.- SEMEJANZAS.....	54
2.4.2.- DIFERENCIAS .....	54
2.4.3.- LA MIGRACIÓN CAMPESINA.....	55
2.5.- EL BUEN VIVIR O EL SUMAK KAWSAY.....	58
2.5.1.- EL BUEN VIVIR, SU SIGNIFICADO E IMPORTANCIA .....	60
2.6.- COMUNICACIÓN Y DIVERSIDAD CULTURAL.....	62
2.6.1.- INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA POPULAR .....	62
<b>2.6.2.- COMUNICACIÓN INDÍGENA .....</b>	<b>63</b>
<b>2.6.3.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA CAMPESINA .....</b>	<b>64</b>
<b>2.6.4.- EL MOVIMIENTO INDÍGENA Y EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN.....</b>	<b>67</b>
<b>2.6.5.- CONTEXTO ESPECÍFICO EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN .....</b>	<b>71</b>
<b>2.6.6.- EL ESPACIO DEL SECTOR CAMPESINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>72</b>



2.7.- CULTURA, TRADICIÓN E IDENTIDAD.....	76
2.7.1.- ¿EXISTE AÚN UNA CULTURA CAMPESINA?.....	77
<b>2.7.2.- INFORMACIÓN, CULTURA Y CRECIMIENTO</b> .....	78
2.8.- HACIA OTRO CAMBIO DE CONCIENCIA VÍA LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN: EL MODELO DE COMUNICACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO .....	79
2.9.- LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DIÁLOGO INTERCULTURAL .....	82
2.10.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CONCIENCIA SOCIAL.....	83
2.11.- LA FAMILIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	84
<b>2.11.1.- LOS VALORES</b> .....	85
<b>2.11.2.- EFECTOS DE LA TELEVISIÓN</b> .....	86
<b>2.11.3.- ¿INFLUYE EN LA CONCIENCIA LA INFORMACIÓN DADA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?</b> .....	86
<b>2.11.4.- EL PAPEL DE LA FAMILIA</b> .....	88
CAPÍTULO III.....	90
3.- HUAYRAPUNGO – SAN JOSE DE MASANQUI .....	90
3.1.- CONTEXTO HISTÓRICO .....	90
3.2.- ENTORNO FÍSICO.....	92
3.3.- ENTORNO SOCIAL .....	92
3.4.- MIGRACIÓN .....	93
3.5.- PRÁCTICAS CULTURALES.....	94
3.5.1. FIESTAS Y FERIAS .....	94
3.5.2.- ARTESANÍAS.....	94
3.5.3.- VESTIMENTA.....	95
3.5.4.- TRADICIÓN DEL CABELLO CORTO.....	97
3.5.5.- GASTRONOMÍA .....	97
3.5.6.- RELIGIÓN.....	98
CAPITULO IV .....	100
4.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	100
4.1.- METODOLOGÍA.....	100
4.2.- INFORME.....	101
<b>4.2.1.- ENCUESTA A LOS ADULTOS MAYORES (30 AÑOS EN ADELANTE)</b> .....	101



4.3.- ENTREVISTAS A LOS PROPIETARIOS Y/O ENCARGADOS DE LAS PROGRAMACIONES EN LAS EMISORAS LOCALES.....	151
CAPITULO V .....	154
5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	154
5.1.- CONCLUSIONES.....	154
5.2.- RECOMENDACIONES .....	162
ANEXOS .....	165
ANEXO N.- 1.....	166
ANEXO N.- 2.....	181
ANEXO N.- 3.....	186
ANEXO N.- 4.....	191
BIBLIOGRAFÍA.....	197



Universidad de Cuenca

Fundada en 1867

Yo, **GINA LUISA BELTRÁN CUESTA**, autora de la tesis “**IMPACTOS CULTURALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD DE HUAYRAPUNGO (SAN JOSÉ DE MASANQUI), CANTON CAÑAR**”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de, **Licenciado en Ciencias de la Información**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, 22 de julio de 2013

---

**GINA LUISA BELTRÁN CUESTA**

C.I. 0102256724

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

---

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



**Universidad de Cuenca**

**Fundada en 1867**

Yo, **GINA LUISA BELTRÁN CUESTA**, autora de la tesis “**IMPACTOS CULTURALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD DE HUAYRAPUNGO (SAN JOSÉ DE MASANQUI), CANTON CAÑAR**”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenido expuestos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 22 de julio de 2013

---

**GINA LUISA BELTRÁN CUESTA**

C.I. 0102256724

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316  
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103  
Cuenca - Ecuador



**Universidad de Cuenca**

**Fundada en 1867**

Yo, **MARÍA DE LOURDES PILLAGA DÉFAZ**, autora de la tesis “**IMPACTOS CULTURALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD DE HUAYRAPUNGO (SAN JOSÉ DE MASANQUI), CANTON CAÑAR**”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de, **Licenciado en Ciencias de la Información**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autora.

Cuenca, 22 de julio de 2013

---

**MARÍA DE LOURDES PILLAGA DÉFAZ**

C.I. 0300882479

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

---

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



**Universidad de Cuenca**

**Fundada en 1867**

Yo, **MARÍA DE LOURDES PILLAGA DÉFAZ**, autora de la tesis “**IMPACTOS CULTURALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD DE HUAYRAPUNGO (SAN JOSÉ DE MASANQUI), CANTON CAÑAR**”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenido expuestos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 22 de julio de 2013

---

**MARÍA DE LOURDES PILLAGA DÉFAZ**

C.I. 0300882479

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



## **DEDICATORIA**

Esta tesis va dedicada:

A mis padres: Miguel y Enma, que con su esfuerzo y sacrificio hicieron posible mis estudios universitarios.

A mis hijos: Gabriel e Ismael, motivos de inspiración para continuar superándome.

Y a mi esposo, César, que con su apoyo incondicional, se logró culminar este sueño.

**Gina**



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a mis padres Elvia (+) y Ricardo, quienes con su ejemplo y sabiduría me enrumbaron por los caminos del bien, se esforzaron y sacrificaron en todo momento, a fin de que culmine mis estudios superiores y obtenga un título para superación mía y servicio a la sociedad.

A mi esposo Enrique, quien siempre me brindó su incondicional apoyo.

A mis hijos: Amanda, Paula, Enriquito y Nicol, por ser ellos el motor que mueve mi existencia y me impulsan a ser cada día mejor.

A todos ustedes, gracias, ¡con todo mi corazón!

**Lourdes**



## **AGRADECIMIENTO**

Ante todo a Dios, por permitirnos el milagro de nuestras vidas y poder realizar actos que aporten positivamente a la sociedad.

Luego expresar nuestra gratitud a la Comunidad de San José de Masanqui por las facilidades prestadas para la realización de este proyecto, de manera especial a la Directiva del año 2012, integrada por los señores:

Belardo Tacuri, Sergio Tacuri, Manuel Tacuri, y Vicente Tacuri, quienes con su liderazgo abrieron las puertas de la Comunidad, a fin de que nuestra investigación se realice con veracidad y éxito.

No podemos dejar de mencionar nuestro profundo agradecimiento al MSc. Diego Samaniego D., quien con su acertada dirección hizo posible la realización de la presente tesis.

Y a todas las personas que directa o indirectamente coadyuvaron en la viabilidad de este trabajo.

A todos... ¡Infinitas Gracias!

**Gina y Lourdes**



## **INTRODUCCIÓN**

En la sociedad globalizada, los Medios de Comunicación se han convertido en uno de los principales instrumentos de poder, gracias al manejo de la información, lo que ha generado importantes cambios en la estructura de la sociedad puesto que no solo se utiliza como un ente informativo, sino que también, ha tenido un papel de instrucción y enseñanza para todas las audiencias.

En el curso de estos últimos años ha tenido lugar una revolución mundial en el modo de percibir los valores morales, seguida de cambios profundos en la manera de pensar y actuar de la gente. Los medios de comunicación social han tenido y continúan teniendo un importante papel en este proceso de transformación individual y social, en la medida que introducen y reflejan nuevas actitudes y estilos de vida; es decir, son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo.

Tampoco son ajenos a esta realidad, los pueblos indígenas del Ecuador, a más de estar en constante vulnerabilidad y amenaza en todos los sentidos, son también víctimas de los estigmas de los medios de comunicación. La necesidad de describir y entender la influencia que ejercen estos medios en la sociedad actual y de manera particular en los pueblos indígenas, exige examinar la comunicación desde las cosmovisiones de los pueblos y nacionalidades indígenas, lo que conduce a tener en claro nuevas dimensiones analíticas.

A lo largo de estas últimas décadas se han observado cambios significativos en el comportamiento de la comunidad indígena, donde las nuevas generaciones van descubriendo un nuevo espacio y no precisamente dentro de su territorio, sino que miran con cierta lujuria lo que la ciudad les ofrece; es decir, lo que la globalización y la modernización impone: Un cambio de hábitos, cierto progreso, dejar de ser “indios”, dejar de hablar el quichua por la lengua castellana, etc. Sin lugar a dudas, este cambio es bastante apreciable que de continuar así en las décadas venideras, los indígenas habrán perdido, lo mejor que tienen, su legado ancestral, que dan cuenta de una cultura irrepetible y que no está muy lejos de perderse, al querer parecerse al común de los ciudadanos.

Al ofrecer esta tesis, en cumplimiento a nuestra profunda labor investigativa, la que a su vez permitirá revelar el grado de aculturación que los medios de comunicación ejercen en los distintos ámbitos de la sociedad y de manera especial en San José de Masanqui; y, con la finalidad de entregar un trabajo acorde a la realidad actual que vive el

pueblo indígena, aplicaremos un método de investigación, que permita penetrar en la



esencia de los fenómenos; por lo que, emplearemos una metodología mixta: la cuantitativa (donde se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables), y la cualitativa (que trata de investigar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica). Las dos van a enriquecer el objeto de estudio, facilitarán la comprensión de la realidad, al acercarnos a ella de modo diverso y complementario. Lo que va a permitir interpretar, comprender y explicar los procesos de comunicación masiva desde la perspectiva del receptor. En consecuencia, el empleo conjunto de los atributos de las dos metodologías permitirá atender mejor las necesidades y exigencias del problema de investigación abordado en el presente trabajo.

Para este cometido, indicaremos las técnicas de investigación que nos permitieron recolectar la información para desarrollar nuestro trabajo, y que son:

La bibliográfica, que facilitó la ubicación y el manejo de las fuentes de información, de acuerdo con los temas y subtemas en que se ha dividido el trabajo.

La documental, a través de ordenamiento de pruebas escritas, que consiste en documentos que registran o corroboran el conocimiento inmediato de la investigación, incluyen libros, revistas, monografías, informes técnicos, diarios y periódicos, tesis.

La técnica de campo, que radica en la observación sistemática que queremos lograr, de acuerdo con un plan de observación precisa, se establecerán variables y su relación, objetivos y procedimientos de observación.

La entrevista, que consiste en el acopio de testimonios orales y escritos de personas vivas, al ejecutarla, nos valdremos de los cuestionarios, que son conjunto de preguntas sobre hechos o aspectos que nos interesan en nuestra investigación.

El tratamiento de nuestro proyecto: Los medios de comunicación y su evolución cultural en Huairapungo, Cañar (San José de Masanqui), delimita la población que va a formar parte del estudio: la unidad familiar, la comunidad (los jóvenes y los adultos mayores), autoridades comunitarias y los medios de comunicación.

En consideración a la escasa documentación existente y que coadyuve a nuestra investigación, nuestra labor se centrará en varios aspectos como: Encuestas a los jóvenes, pues ellos por su propia naturaleza son más susceptibles a los cambios culturales, motivados por factores externos; entrevistas a las personas mayores, que son conocedoras de las costumbres ancestrales, para obtener sus puntos de vista y su reacción ante este problema de aculturación; indagar a través de las autoridades comunitarias, sobre el fenómeno que ejercen los medios de comunicación a la cultura de su pueblo; y, mantener con los responsables de las programaciones radiales locales, sus puntos de vista sobre esta problemática de aculturación, tendientes a



incentivar la conciencia cultural de la región, y que constituye un legado histórico y rico a proteger.

La alienación a la que se encuentra sometida la comunidad indígena de Huayrapungo, destaca la enajenación de los medios de comunicación en sus diversos aspectos. En este contexto nuestro estudio intenta explicar cómo se da esa aculturación propiciada por los medios de comunicación masiva.

Nuestra investigación, está elaborada en base a datos obtenidos desde la fuente misma de la información, el pueblo indígena de Masanqui, se la realizó pensando que puede contribuir, desde nuestro modesto punto de vista, a visualizar los graves problemas que atraviesa la comunidad indígena, donde el desarrollo tecnológico aunque limitado en su interior, ha hecho mella en las mentes de los jóvenes campesinos, que con su coraje intentan integrarse, si bien a un mundo desconocido, pero a la vez lleno de fascinación, y aparentemente conquistable.

Es por ello que, nuestro estudio teórico – práctico va a enfocarse en temas de actualidad dentro del campo de la comunicación y con una relación estrecha con uno de los sectores importantes de la economía, como es el indígena, y concretamente de una zona de gran interés social como representa San José de Masanqui en el cantón Cañar, provincia del Cañar, que por sus características intrínsecas, es digna de ser tomada en cuenta, para determinar en que se situación se encuentra el campesinado en relación a los medios de comunicación social.

En tal virtud, en el Capítulo I, nuestro interés se centra en revisar de manera general el fenómeno de la comunicación, en donde en primera instancia, si bien no profundizamos, pero abordamos el tema de la globalización, sus consecuencias y la relación que conlleva con los medios de comunicación. Luego, analizamos los distintos medios de comunicación, ofreciendo una concepción, como se hallan estructurados, la utilidad que representan, las características esenciales y sobre todo cuales son los más representativos y los que influyentes dentro de la sociedad. Finalmente, enfocamos las repercusiones que tienen los medios de comunicación masivos, en los niños y jóvenes que son los más proclives de caer en la enajenación, y el papel de la familia frente a estos medios masivos.

En el Capítulo II, profundizamos nuestra indagación respecto del sector indígena, donde empezamos ofreciendo, términos que nos permitan familiarizarnos y a la vez ir entendiendo a la comunidad campesina. Así mismo, damos importancia al tratamiento de un tema que está en boga por parte del actual gobierno, el Buen Vivir, y su implicación dentro del sector campesino. Posteriormente nos centramos en el papel del movimiento indígena, frente a los medios de comunicación, esto es, su problemática,



sus espacios, los logros y estrategias. Será también, de importancia destacar, el rol de la familia campesina frente a la influencia de los medios de comunicación.

El Capítulo III, exteriorizamos como se encuentra en la actualidad, la cultura de San José de Masanqui. Detallamos el contexto histórico de la región, el entorno físico y social, abordamos el problema de la migración, las prácticas culturales que desarrollan los indígenas del lugar, el tipo de vestimenta que utilizan, su gastronomía y la religión que profesan.

En el Capítulo V, realizamos el análisis de los resultados, fruto de un estudio exhaustivo (trabajo de campo, a través de encuestas y la observación directa) del comportamiento de los indígenas de Masanqui, frente a los medios de comunicación masivos.

Y por último, en el Capítulo VI, y según los objetivos generales que nos planteamos investigar, como son: Determinar el grado de impacto que tienen los medios de comunicación en la comunidad de San José de Masanqui y que ha incidido en una rápida acumulación de rasgos foráneos y pérdida de los elementos tradicionales; y contribuir al rescate de la cultura originaria en el sector de San José de Masanqui. Así como también de los objetivos particulares: Identificar los medios de comunicación que tienen mayor impacto para el cambio cultural; generar espacios en los medios de comunicación (particularmente en la radio) con programas tendientes al rescate de la cultura de la comunidad de San José de Masanqui; y, rescatar los rasgos naturales perdidos, o su revalorización a través de un diagnóstico participativo (investigadores y comunidad).

Para la consecución de los objetivos anteriormente expresados, esbozamos las siguientes hipótesis globales: Los medios de comunicación aparte de informar, han modificado los comportamientos de los miembros de la comunidad de San José de Masanqui. La comunidad de San José de Masanqui vive un proceso desintegrativo que propicia una pérdida de su identidad y conciencia étnica. De igual manera formulamos las particulares: La cultura reguetonera y roquera se está apoderando de los jóvenes indígenas, y están perdiendo su vestimenta, su idioma, en fin están perdiendo su carácter de indígena y por lo tanto su relación con la comunidad se ve afectada. Pérdida de valores culturales debido a la poca concientización de los jefes de familia a sus descendientes. Los formatos radiales y televisivos que prefieren los jóvenes no fortalecen los valores morales y menos la conservación de su cultura. Falta de espacios en los medios de comunicación para el rescate de la cultura en San José de Masanqui.

Es así, que entregamos las conclusiones a las que hemos llegado en nuestro trabajo de investigación, además que, ponemos en consideración algunas recomendaciones tendientes a frenar, sino completamente, pero al menos en parte, la apremiante



problemática de los impactos culturales (aculturación) que se vive en los actuales momentos en la población rural y concretamente, San José de Masanqui.

Confiamos que los datos que entregamos en esta tesis, constituyan un aporte para la implementación de políticas y estrategias por parte de las autoridades pertinentes, quienes tienen la custodia y la responsabilidad del tema cultural, lo que permitirá frenar la situación de desculturización del pueblo campesino, no sólo de San José de Masanqui sino del indígena en general, y se valore las costumbres ancestrales de nuestros antepasados.



## **CAPITULO I**

### **1.1.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO GENERAL**

No se puede hablar de comunicación sin pensar en la globalización y viceversa, van tomadas de la mano. Si bien es cierto que la globalización avanza rápidamente gracias a los medios de comunicación, estos medios no serían conocidos mundialmente si no fuera por el fenómeno globalizador. **(1)** Entonces, será pertinente, realizar algunas reflexiones acerca de la globalización y su repercusión en la sociedad.

Si bien este trabajo no pretende analizar a fondo los problemas de la globalización, si conviene partir de ésta a la hora de introducirnos y profundizar en el papel que la comunicación, como sector y campo de trabajo, juega en los problemas del desarrollo de los pueblos.

### **1.2.- LA GLOBALIZACIÓN**

Cuando hablamos de globalización, se piensa en un conjunto de relaciones económicas, políticas y sociales que han modificado sustancialmente a la estructura mundial. Donde más claramente se nota estos cambios son en los medios masivos de comunicación, a partir de los avances tecnológicos y de las modificaciones políticas y económicas operadas en el nivel mundial. La globalización en lo comunicacional se revela como una tendencia hacia el establecimiento de una cultura global. **(2)**.

Se trata de un proceso económico con apoyo político, militar y cultural. Es una nueva etapa de acumulación del capital en su fase neoliberal, que empezó a la mitad de los años 1970. El concepto de la globalización es básicamente: La expansión de las fuerzas del mercado, a nivel mundial profundizando en el dominio de la mercancía y operando sin la intervención pública. Es la etapa actual del capitalismo. Este proceso viene determinado por un movimiento de carácter financiero, por los avances tecnológicos, por la apertura de mercados de capitales; y por una globalización que trata las transacciones de bienes y servicios realizados a nivel mundial.

La globalización, es además, un proceso por el que la humanidad está atravesando; hay choques de culturas, los medios de comunicación toman el papel vital para que



este fenómeno se lleve a cabo, las fronteras van desapareciendo poco a poco, las ideologías se comienzan a parecer más a otras.

“La globalización ha significado una tendencia a la homogeneidad cultural cuyos patrones de conducta predominantes son aquellos asociados a la cultura norteamericana, reproduciendo símbolos tales como la coca cola, los Mc Donalds, etc., y por supuesto el idioma inglés, lo que también ha sido construido en función de un mejor flujo del capital global, la rueda del comercio se movería mucho mejor si todos bebiéramos, comiéramos, nos vistiéramos, con los mismos gustos y por supuesto si habláramos el mismo idioma” **(3)**

Esto se evidencia cuando constatamos que es en el norte donde se concentra un mayor poder político y económico a nivel mundial; se imponen modelos económicos, sociales, culturales y políticos cuya adopción está condicionada además por la posibilidad de acceder a ser parte de la economía globalizada y sus beneficios, que por cierto no son muchos. Además, el manejo de las tecnologías comunicacionales es más desarrollado que el de los países del sur, por lo que impone su cultura al resto de las regiones más pobres del planeta; no en vano el lenguaje de los negocios es el inglés y no el español.

“Según la estructura de propiedad de los principales medios de comunicación del planeta 273 de los 300 principales, son propiedad de empresas de Estados Unidos, la Unión Europea y Japón”. **(4)**

El fenómeno de la globalización, también denominado mundialización, se produce principalmente a nivel económico, pero también cultural y social, como producto de una nueva cultura planetaria, propiciada por la ruptura de las barreras geográficas y económicas que supone el uso de la Tecnología de la Información y la Comunicación, y por las políticas socio-económicas impulsadas por los diferentes gobiernos y organismos internacionales. Esta nueva etapa plantea una serie de interrogantes en relación a sus consecuencias a medio y largo plazo, siendo en muchos casos uno de los argumentos utilizados para cuestionar la "bondad" de su uso, en cuanto al riesgo de desaparición de las culturas minoritarias y con menos poder socio-económico. **(5)**



### **1.3.- CONSECUENCIAS DE LA GLOBALIZACIÓN**

Entre los peligros de la globalización tenemos:

- Crisis Financieras.
- Pérdida de conquistas sociales y sindicales.
- Disminución diversidad cultural e imposición de un solo modelo occidental y de países desarrollados.
- Pérdida de la biodiversidad natural y de alimentos.
- Desaparición del Estado de Bienestar.
- Fuerte deterioro ambiental.

Más concretamente, los riesgos de la globalización en la cultura podemos citar:

- Imposición de un solo “modelo cultural”.
- Desvaloración de otras formas de culturas.
- Pérdidas de culturas “autóctonas” a favor de la cultura “dominante”.
- Ignorancia o desprecio de culturas de países no desarrollados.

Sin embargo, para que la globalización pueda ofrecer algunos beneficios es necesario que su sustento ideológico varíe y tienda a la mejora de la calidad de vida de todos los habitantes del planeta.

Después de este breve análisis sobre la globalización, es imperativo empezar el tratamiento de los medios de comunicación y su incidencia en la sociedad. No se trata de analizar medios aislados que transmiten mensajes diversos, sino de evaluar su integralidad, debido a que en la actualidad han conseguido un marcado protagonismo en el funcionamiento social y se erigen como factores claves en el desarrollo y en la capacidad de éxito de las personas, las instituciones y los países.

### **1.4.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA GLOBALIZACIÓN**

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación, la misma que consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

“La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo



basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión”. **(6)**

La comunicación se ha dado desde siempre, de distintas maneras, gestos, gritos y luego hablando, ha sido de vital importancia. Sin comunicación, no hay transmisión de conocimientos, ideas, pensamientos, sentimientos, etc. La comunicación entre las personas era de carácter local, pero los cambios en la difusión y en las tecnologías la han intensificado y la han globalizado.

Así surgieron los medios de comunicación, como un instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación, a través del cual la información llega a una gran cantidad de personas.

Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Las tendencias actuales en el ámbito de la comunicación tienen implicaciones sociales de alcance amplísimo. La rápida evolución de las tecnologías de información y comunicación está entre los factores que más han contribuido a acelerar el proceso de globalización económica, otorgándole, como nunca antes, un carácter estratégico a la comunicación, lo que explica en gran parte por qué ésta se ha convertido en sector clave de la economía. **(7)**

Mensajes masivos, uniformes, estandarizados son recibidos en el mismo momento por personas diferentes, en distintos lugares del mundo. Esto provoca que la función originaria de la comunicación social, la de transmitir los mensajes generados por miembros de una comunidad, se pervierta. Hoy los mensajes son generados y



manipulados en un lugar lejano, por personas ajenas y con intereses ajenos a la comunidad que los recibe. Esto se evidencia aún más en los países periféricos como el nuestro. **(8)**

Se está produciendo un vertiginoso proceso de centralización y monopolización de los medios de comunicación, han pasado de tener un rol estratégico, convirtiéndose en el área a la que apuntan las mayores inversiones económicas. Para resguardar nuestra identidad social y cultural dentro de un mundo globalizado, es necesario utilizar los avances tecnológicos, de acuerdo a nuestros propios intereses. Los medios están cumpliendo funciones que deberían ejercer las instituciones. Las crisis de las representaciones políticas y sociales, el repliegue del Estado, han llevado a que la gente encuentre en ellos un canal válido para expresar sus inquietudes y necesidades. **(9)**

### **1.5.- EL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN:**

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. **(10)**

La comunicación se ha dado desde siempre, de distintas maneras, gestos, gritos y luego hablando, ha sido de vital importancia. Sin comunicación, no hay transmisión de conocimientos, ideas, pensamientos, sentimientos, etc. La comunicación entre las



personas era de carácter local, pero los cambios en la difusión y en las tecnologías la han intensificado y la han globalizado.

Así surgieron los medios de comunicación, como un instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación, a través del cual la información llega a una gran cantidad de personas.

Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Las tendencias actuales en el ámbito de la comunicación tienen implicaciones sociales de alcance amplísimo. La rápida evolución de las tecnologías de información y comunicación está entre los factores que más han contribuido a acelerar el proceso de globalización económica, otorgándole, como nunca antes, un carácter estratégico a la comunicación, lo que explica en gran parte por qué ésta se ha convertido en sector clave de la economía. **(11)**

### **1.5.1.- ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN**

La comunicación es la herramienta básica del ser humano para expresar sus emociones, sus opiniones, dar a conocer sus ideas, sentimientos, etc., prácticamente informar lo que se desee.

Los métodos de comunicación han variado durante toda la historia, antes se utilizaban señales de humo para dar a conocer a otro donde se localizaba, mientras que ahora los celulares cumplen la misma y otras tantas funciones. Antes no había entretenimiento como la televisión y ahora muchas personas dicen no poder vivir sin ella. **(12)**

Según el sociólogo canadiense Marshall McLuhan “Aldea Global”, da la idea de que, “debido a la velocidad de las comunicaciones, toda la sociedad humana comenzará a transformarse y su estilo de vida se volvería similar al de una aldea. Debido al progreso tecnológico, todos los habitantes del planeta empezarán a conocerse unos a los otros



y a comunicarse de manera instantánea y directa. Utiliza el autor para describir una sociedad futura en la que todos estarán comunicados mediante las herramientas tecnológicas. **(13)**

Creemos que en realidad, de alguna manera, esta sociedad ha comenzado a formarse, aunque no del todo, gracias a la existencia de Internet, ya que a pesar de que McLuhan no llegó a conocer la red actual, a través de ella, personas de todo el mundo no solamente hablan, sino que pueden transferir videos, imágenes e inclusive información a pesar de que no se conozcan unos a otros, porque una gran parte de la comunidad mundial utiliza Internet, estudiantes de casi todos los niveles, empresas importantes para comunicarse tanto a nivel interno como a nivel externo, dependencias de gobierno, entre otros.

Otra prueba de la enorme influencia que Internet ha tenido, es el surgimiento de comunidades virtuales como hi5, Facebook, MySpace, las cuales agrupan a una parte importante de la población, especialmente joven, lo cual implica que esas generaciones en un futuro, al crecer, estarán en un mundo totalmente tecnológico y sobretodo, estarán familiarizados con este modo de vida. Además, en estas comunidades, pueden existir grupos de acuerdo a los gustos e intereses de las personas y que de cierta manera se van haciendo más grandes sin importar el país de origen. **(14)**

El principio que impera en el tema de la sociedad actual es, el de un mundo interrelacionado con estrechez de vínculos económicos y sociales, producto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), particularmente Internet. También de las distancias y de las incomprendiones entre las personas y como promotoras de la emergencia de una conciencia global.

El estudio de los medios de comunicación cobra un valor adicional toda vez que ellos se han convertido en actores con capacidad para influir en la vida económica, política y cultural. El conocer sus lógicas de producción, sus conexiones con la cultura y el desarrollo de los pueblos debe ser un proceso permanente y transversal en los planes de la investigación social. **(15)**



Se constituyen en un instrumento de persuasión que provoca un continuo flujo de información permitiendo así un acercamiento constante a los diferentes acontecimientos sociales y económicos, tanto a escala nacional como internacional.

Según Juan Ignacio Pontón “En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea”. **(16)**

De acuerdo a lo anterior se puede decir que lo que las personas oyen, ven y/o practican es lo que constituye su forma de pensar, y es a su vez lo que va a influenciar en su actuar o elección de una o varias opciones, que corresponde al ser político de toda persona, es decir la capacidad de incidir en la toma de decisiones.

### **1.5.2.- SU CONCEPCIÓN**

En términos generales, “la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes.

Es decir, la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos”. **(17)**

“S. Giner define como comunicación masiva la comunicación dirigida a la mayor parte de la población o a grandes sectores de ella e indica que es preferible la expresión de comunicación masiva ya que la de comunicación de masas parece implicar que la transmisión de imágenes y símbolos vaya dirigida a multitudes incoherentes.

Las ciencias sociales estudian este tipo de comunicación bajo tres aspectos básicos:

- Como institución social: estudio de su organización y funciones.
- Las condiciones de su eficacia: la estructura de sus públicos receptores y sus actitudes.



- Los efectos de la comunicación masiva respecto a aquello que produce en los grupos o individuos y su influencia en el cambio social.

Janowitz, entiende por comunicación de masas; las instituciones mediante los cuales, grupos especializados utilizan instrumentos técnicos para difundir un contenido simbólica audiencias amplias heterogéneas y muy diseminadas.

D. Mc Quail estableció una serie de características de la comunicación masiva:

- Dada su proyección y tamaño necesita de organizaciones sociales para realizar la comunicación además de gran cantidad de personal.
- Dado que va dirigido a audiencias amplias obliga a la estandarización y a la estereotipación de los contenidos.
- Al ser pública se distribuye en el espacio de manera poco estructurada al no existir un conjunto de normas comunes a emisoras y público.
- Puede llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas.
- La relación entre el emisor y el público es impersonal unidireccional y vertical.
- El público es heterogéneo, es un conglomerado de individuos unidos por un cierto interés y aunque no suelen conocerse mantiene cierta comunicación”. **(18)**

### **1.5.3.- SUS ELEMENTOS**

**Emisor.-** Es la persona que emite un pensamiento.

**Receptor.-** Quién recibe un pensamiento o realiza un proceso de comprensión.

**Código.-** es el instrumento usado por ambos, para elaborar sus expresiones.

**Mensaje.-** Es el pensamiento, noticia, hecho que se desea comunicar.

**Codificación.-** Es la ordenación de las ideas que se hace quien emite un mensaje para que sea entendido por otras personas.



**Descodificación.-** Es la interpretación que hace el receptor del mensaje que recibe.

## **1.6.- EI LENGUAJE**

### **1.6.1.- DEFINICIÓN**

No existe pueblo, por primitivo que sea que no disponga de un lenguaje como medio de comunicación. Se entiende por lenguaje, “el lenguaje humano como conjunto de signos articulados por medio de los cuales se comunican las personas; o sea, un conjunto sistemático de signos que permiten un cierto tipo de comunicación”. **(19)**

El lenguaje sin duda, forma parte del individuo, de su formación integral como ser social; a través de él, cada persona participa como actor principal en los procesos sociales que le permitan afianzar su identidad, interactuar en una sociedad específica y compartir la misma cultura.

Por medio del lenguaje de los gestos, el movimiento, la pintura, la palabra, el individuo cifra y descifra el mundo, se relaciona con los demás, interpreta su ámbito social, produce cultura, se descifra el mundo, se relaciona con los demás, interpreta su ámbito social, produce cultura, se inserta en la época en que vive.

### **1.6.2.- FUNCIONES DEL LENGUAJE**

Existen 3 funciones del lenguaje:

**Función denotativa.-** o representativa cuando el emisor destaca el contenido del mensaje.

**Función expresiva.-** Cuando el emisor comunica su estado de ánimo: alegría, tristeza, indignación, sorpresa, admiración.

**Función connotativa** o apelativa.- Cuando se intenta llamar la atención al receptor impulsándolo a que actúe.

## **1.7.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

“Por más de veinte siglos, las manifestaciones culturales y artísticas que expresaban el espíritu humano aparecían de manera individualizada. Cada cuadro, escultura, obra



arquitectónica o pieza de teatro poseía trazos singulares que lo diferenciaba de los demás, inclusive aquellos concebidos por el mismo artista.

Para el sociólogo alemán Theodor Adorno, las manifestaciones artísticas del pasado apuntaban hacia la necesidad del hombre de emanciparse de todo aquello que realmente oprimía la condición humana. Según él, los avances tecnológicos, al propiciar la infinita reproducción de los bienes culturales, alteraban radicalmente la naturaleza de las manifestaciones culturales. En el pensamiento de Adorno, las manifestaciones culturales, al transformarse en productos de la industria cultural, se tornaron en mercadería y, por eso, pierden su carácter emancipador. El efecto práctico de ese proceso es la destrucción de la dimensión crítica del pensamiento humano y el fomento, en los individuos, de la conformidad con el orden social. La pérdida de esa dimensión crítica, mientras tanto, no ocurre apenas en el plano artístico. Ella también es fruto de la consolidación de la sociedad de consumo”. **(20)**

A través de los medios de comunicación, se difunde la idea de que la realización humana se fundamenta en el “tener” y no en el ser. En la sociedad de consumo la “felicidad” es colocada en venta bajo las más variadas formas: ropas, casas, coches, joyas, etc. En ella la propaganda actúa en el sentido de domesticar las energías humanas, dirigiéndolas hacia el consumo. Para Marcuse, el individuo pierde la libertad al adoptar como suyas las necesidades impuestas por la industria capitalista a través de la propaganda, y por lo tanto esas necesidades son artificiales.

### **1.7.1.- DEFINICIÓN**

“A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y, en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan que son un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinados. Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones



anteriores es falsa o verdadera sería apresurado, pues todas son sumamente relativas, dependiendo su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen, pues todas estas afirmaciones hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día.

Sin embargo, es preciso definir a los medios de comunicación desde su condición más esencial; es decir, desde el origen de su naturaleza, pues es por intermedio de esta delimitación que es posible comprender el significado y la manera en que entendemos a los medios de comunicación. Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc.

Son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica”. **(21)**

“Con el término medio de comunicación (del latín *mediūm*, pl. *medīa*), se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación”. **(22)**

“A través de los medios de comunicación se informa y se comunica de manera masiva en la sociedad contemporánea. Por medio de ellos, los individuos, miembros naciones o comunidades específicas, se enteran de lo que sucede a nivel económico, político, social, etc., tanto en su contexto más inmediato como en el contexto global.

Con los avances de la tecnología cada día estamos más cerca del resto del mundo gracias a los medios de comunicación. Los más conocidos son: Radio, Prensa escrita, Televisión e Internet. En general los medios de comunicación se caracterizan por utilizar el lenguaje formal, ya sea oral o escrito, además que son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se materializa, se expresa y se comunica. Actualmente, las redes globales, nacionales y regionales de



prensa, radio, televisión y medios virtuales, son las plataformas en las que se realiza esta materialización y se establece el vínculo directo con la sociedad”. **(23)**

“Hasta hace algunas décadas podíamos apreciar lo que se puede llamar familia “natural”, la cual se caracterizaba por ser un pequeño negocio, un lugar de trabajo, donde el padre y la madre trabajaban juntos, ya se tratase de agricultura, artesanía, comercio, etc.; los hijos veían constantemente trabajar a sus padres y desempeñaban un papel parecido, pero con menor exigencia dentro de las labores de casa, y aprendían sobre la vida y el mundo externo a través de la conversación y la lectura.

Hoy en día en cambio vivimos la era de la comunicación y difícilmente encontramos un hogar donde no haya entrado alguno de los medios de comunicación: la radio, Internet, las revistas, los videos, periódicos y en especial la televisión que se ha convertido en un “miembro” más de la familia que roba y acapara la atención de todos.

Sin duda alguna los medios de comunicación dejaron de ser una mera revolución técnica para convertirse en uno de los instrumentos más influyentes de nuestras sociedades, los cuales han introducido en nuestros hogares multitud de imágenes, ideas, valores y “amistades” que ostentan una pretendida autoridad. Debido a ello la relación natural de los padres con los hijos se ha complicado y se ha alterado además el proceso formativo por la presencia de estas “amistades” extrañas en el hogar: actores, cantantes, estrellas deportivas, políticos, profesionales, presentadores de noticias, etc.

Nadie puede atreverse a negar que la presencia de los medios de comunicación, y la publicidad en específico, han modificado los hábitos de convivencia en nuestros hogares a tal punto que pueden gobernar nuestras vidas o la forma de organizarnos: horarios, los planes de trabajo, las salidas, las formas de entender la vida, nuestras conductas de consumo y ocio y hasta las formas de comportarnos en el matrimonio y en el hogar.

Ante esta realidad de que los medios de comunicación gozan de una enorme capacidad para influir en las familias y en la sociedad y a la vez que gozan de una



enorme “libertad”, por la falta de controles y regulaciones se convierten y entrañan de por sí en un riesgo al que se debe prestar atención, por lo que es misión nuestra, el saber defender y proteger a toda costa los derechos de nuestras familias de las formas subliminales en que los medios operan en las personas, influyendo en su manera de pensar y de actuar. Es fundamental entonces, que conozcamos como interpretar críticamente las ideologías dominantes y los antivalores que nos ofrecen.

La familia, pues, es el lugar privilegiado para el aprendizaje y para la transmisión de valores. Por ello, la vigilancia, sensatez, cordura e inteligencia ante esta realidad magnífica en sí misma, pero tan destructora en tantas ocasiones, conviene estar siempre alertas”. **(24)**

## **1.8.- ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

La estructura de la comunicación estudia la relación entre los medios de comunicación y la sociedad. Toda comunicación mediática afecta al poder, a la identidad social, al desarrollo y tiene siempre unas bases económicas y políticas. La comunicación y la sociedad han sufrido unos cambios importantes en los últimos años, especialmente en aspectos económicos y políticos (con la llegada de la globalización ha dado un giro a la manera de vivir). Desde la estructura de la comunicación de masas contemplamos el funcionamiento de los medios de comunicación, sus relaciones con el poder político, el poder económico y su influencia en la sociedad. La información se ha convertido en una mercancía más, muy valiosa para las élites del poder y es la base del dominio de las compañías transnacionales en el mundo globalizado actual. **(25)**

“Los medios masivos de comunicación han seguido un proceso en el que la principal tendencia ha sido la de convertirse en grandes conglomerados multinacionales. Desde un comienzo la prensa, la radio y la televisión se originaron en proximidad a los asuntos o los proyectos políticos de la época. Luego, poco a poco, estas empresas (muchas de ellas familiares) se insertaron en la lógica del capital y los medios de comunicación pasaron de ser proyectos familiares a ser industrias comercialmente activas.



En este proceso de cambio, los medios de comunicación no sufrieron una gran transformación en la naturaleza de sus estructuras de propiedad. En sus orígenes fueron monopolios familiares relacionados con la política y el Estado, que crearon una concentración de propiedad coaccionada por los gobiernos de turno, lo que promovió que la existencia de la libre competencia fuera casi nulo. Esto dio lugar al mantenimiento de estas estructuras cuando los medios se convirtieron en empresas. Sólo se produjo la fragmentación de su organización interna o la inserción de nuevos sujetos dentro de las empresas, lo que creó un panorama oligopólico en el que unas cuatro o cinco empresas manejan el total de los medios masivos de comunicación”. **(26)**

“La internacionalización de la comunicación, es el fruto de dos universalismos: la ilustración y el liberalismo. Se da una asociación de lo universal desde el punto de vista de la industria, más adelante se inventa la noticia y la idea de la instantaneidad de información.

Las grandes agencias de prensa son creadas entre 1830 y 1850. Los grandes grupos de prensa se constituyen a partir de 1875 y se encuentran en el centro del sistema mundial de noticias. Van tejiendo sus redes de corresponsales en todo el mundo y también intervienen en los proyectos de cableado submarino. Las primeras plataformas de observación y de análisis del mercado internacional van siendo establecidas paralelamente al desarrollo de las informaciones de prensa. La literatura por entregas, o “literatura industrial”, toma su forma definitiva en Francia a partir de la década de 1830 a 1840. Nacen las industrias fonográfica y cinematográfica, que logran de inmediato una dimensión internacional.

La llegada de la prensa dirigida a amplios sectores de la población establece el marco de un debate sobre el surgimiento de una democracia basada en la opinión pública.

Durante la Primera Guerra Mundial, los medios de comunicación tuvieron un papel importante en lo que se denominó “movilización de las conciencias”. La propaganda



adquiere también un papel importante en esta difusión de información y como medio para transmitir ideologías.

Se perfeccionan las técnicas de codificación y decodificación de los mensajes secretos, y se mejoraron los equipos telegráficos y telefónicos. Estados Unidos se convierte en el principal productor de películas concentrando casi el 90% de la producción, desplazando a los europeos. Las revistas norteamericanas también comienzan a desplazar a las europeas, y la industria del entretenimiento se afianza como medio para difundir a las masas la propaganda ideológica, después de la guerra.

La situación de guerra fría prolonga la concepción de la comunicación relacionada con la propaganda. Se comienzan a desarrollar los primeros ordenadores de transistores. Establecimiento de las primeras redes inter conectables.

En la lucha contra el subdesarrollo, la comunicación se convierte en sinónimo de modernización. Con las redes de comunicación en el primer plano de esta reformulación, comienza a surgir la noción de empresa multinacional. Con la modernización de las estructuras publicitarias después de la Segunda Guerra Mundial, se comienza también el proceso de transnacionalización del marketing. La publicidad se convertirá en el vector de la comercialización en el ámbito de la comunicación.

En los años 80 se inicia el proceso de globalización, que trae consigo también la creación y fomento de competencias a escala mundial, con el fin de maximizar sus beneficios y consolidar sus cuotas de mercado, se consolida la integración, en la cual la comunicación se mantiene omnipresente. La creación de un mercado único de imágenes constituye un reto en la búsqueda de una cultura denominada global. La tercera generación de redes publicitarias, las redes denominadas globales, favorecidas por la integración de las operaciones de comunicación, les siguieron los talones, respondiendo al movimiento de interconexión de los mercados.

Al problema de la dependencia de las industrias de la imagen se suman pronto el de las nuevas redes de información y el de los servicios multimedia. Con la globalización de los medios de comunicación, los mensajes masivos, uniformes, estandarizados son



recibidos en el mismo momento por personas diferentes, en distintos lugares del mundo. Los medios masivos de comunicación tienen cada vez mayor poder y tienen una influencia creciente en la vida política nacional.

La explotación comercial de los recursos de la comunicación, se convirtió en una de las más atractivas inversiones de capital. La comunicación se vuelve de gran importancia también para la industria de la guerra. En la guerra de la comunicación se inicia la guerra por el desarrollo de mejores tecnologías de la información y de la comunicación, la de los “armamentos inteligentes.

La publicidad continúa jugando un papel fundamental dentro de los medios de comunicación, para que a través de ellos se consigan diversos objetivos. Debido a la publicidad y al poder de los medios de comunicación, la sociedad actual posee una inmensa capacidad para convertir las cosas importantes en secundarias y para conceder valor a las cosas secundarias”. (27)

### **1.8.1.- ESTRUCTURA FÍSICA**

Los medios de comunicación transforman a las sociedades ya que proporcionan informaciones que iluminan el proceso de toma de decisiones. Así, se otorga a los individuos el poder de decidir sobre sus destinos. En semejante contexto, la libertad de medios de comunicación debe desempeñar un papel crucial en la transformación de la sociedad al reestructurar sus aspectos político, económico y social. (28)

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

#### **1.8.1.1.- MEDIOS AUDIOVISUALES**

Los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, se basan en imágenes y sonidos para expresar la información. Son parte de ese grupo la televisión



y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último es poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, científicos y ambientales, etc., conforman la gran variedad de formatos de índole informativa que se emiten a través de estos medios. **(29)**

### **1.8.1.2.- MEDIOS RADIOFÓNICOS**

La radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir. Además, por la gran cantidad de emisoras, la radio, como medio masivo, tiene más posibilidades que la televisión, ya que su público es amplio y heterogéneo; además, a diferencia de los medios audiovisuales, ésta puede ser transportada con facilidad, pues tan sólo necesita un radio de transistores, una grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa. Así mismo, es un medio que, a pesar del tiempo, conserva una gran dosis de magia, pues puede crear imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos. **(30)**

### **1.8.1.3.- MEDIOS IMPRESOS**

Podemos englobar aquí a las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Son el medio menos utilizado por el público, pues aparte de que para acceder a ellos se necesita dinero, la mayoría de las veces implican saber leer, así como tener alguna habilidad de comprensión, cosa que desafortunadamente no todo el mundo tiene.



Igualmente requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos. Pero pese a esto, algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos que gustan de las letras para expresarse por considerarlas más fieles y transparentes, pues a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su acomodo. **(31)**

El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad.

#### **1.8.1.4.- MEDIOS DIGITALES**

También llamados «nuevos medios» o «nuevas tecnologías ». Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee un computador. No obstante, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios unas herramientas muy atractivas y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida. Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar. **(32)**



## **1.8.2.- ESTRUCTURA SEGÚN SU CARÁCTER**

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

### **1.8.2.1.- INFORMATIVOS**

Su objetivo, obviamente es, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales. **(33)**

### **1.8.2.2.- DE ENTRENIMIENTO**

Son parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir, o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes. **(34)**

### **1.8.2.3.- DE ANÁLISIS**

Son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a



dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretende comunicar. **(35)**

#### **1.8.2.4.- ESPECIALIZADOS**

Dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales.

### **1.9.- UTILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Los Medios de Comunicación sirven para:

**Informar:** a través de los medios de comunicación conocemos lo que ocurre en el país y el mundo. Por ejemplo, a través de noticieros, reportajes, noticias del diario, etc.

**Educar:** Con los medios de comunicación podemos aprender mucho. Por ejemplo, a través de documentales, programas educativos y culturales, etc.

**Entretener:** la gente opta por un medio de comunicación para pasar un rato agradable frente al televisor, escuchando la radio, yendo al cine, leyendo comics o navegando por Internet.



**Formar opinión:** toda la información que se recibe de los medios de comunicación sirven para que nos formemos una opinión propia de las cosas.

## **1.10.- CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Como sabemos los medios de comunicación son el recurso o el puente que existe entre los espectadores (público) y el remitente (emisor) con el fin de transmitir algún mensaje importante o de carácter urgente; y que por ende se requiere que llegue pronto y se expanda a todo el público.

Hoy por hoy, es casi imposible poder imaginar una sociedad sin los llamados medios de comunicación de masas (televisión, la radio, el diario, internet), ya que estos son los grandes moldeadores y creadores de opinión de las personas, estos medios han mutado de tal forma y han ampliado sus barreras de una manera tan gigantesca, que nuestra sociedad ha llegado a la llamada globalización que ha producido en nuestra sociedad una homogenización cultural. **(36)**

### **1.10.1.- CARACTERÍSTICAS POSITIVAS**

Los medios de comunicación posibilitan que amplios contenidos de información lleguen hasta lugares remotos del planeta de manera inmediata.

Hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan.

En el ámbito económico: Quien posea el uso de los medios de comunicación, puede generar un determinado tipo de consciencia sobre una especie de producto (puede generar su propia demanda, ya que los medios son formadores de opinión).

Desde el punto de vista empresarial, es un aspecto altamente positivo al hacer posible el marketing.



### **1.10.2.- CARACTERÍSTICAS NEGATIVAS**

Dentro de las negativas, recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchas ocasiones, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión (como sucede al generalizar personas o grupos).

Por lo tanto, la influencia positiva o negativa que ejercen los medios de comunicación sobre la sociedad actual produce una auténtica transformación del individuo. **(37)**

### **1.11.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS**

Destacaremos las características de los medios más frecuentemente utilizados y el lenguaje que usan para ofrecer la información.

#### **1.11.1.- RADIO**

Es un medio de comunicación cuya información escuchamos, no la vemos ni la leemos, por lo tanto se basa en el lenguaje oral, apoyándose de sonidos y música para realizarse. En la actualidad está recobrando su popularidad, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, acorde con un estilo de vida rápido. Además, los radios escuchadores tienden a prender la radio de manera habitual y en horarios predecibles.

Sus principales ventajas son: Buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo. Además, es bastante económico en comparación con otros medios, y es un medio adaptable, es decir, puede cambiarse el mensaje con rapidez. Sus principales limitaciones son: Solo audio; exposición efímera; baja atención (es el medio escuchado a medias); audiencias fragmentadas.

Sin lugar a dudas, los jóvenes escuchan bastante radio, a pesar de preferir las estaciones de Frecuencia Modulada (música todo el tiempo) en lugar de Amplitud



Modulada (más noticias). Su programación, se vuelve más interesante, cuando divulga programas musicales populares, culturales, transmitiendo a los jóvenes ese valor cultural.

“La radio, pese a los avances que han experimentado otros medios gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, la más rápida y la más instantánea, sobre todo a la hora de transmitir acontecimientos noticiosos de última hora. No ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, porque su escucha es compatible con el desarrollo de otras actividades, porque entretiene, porque no es necesario saber leer, porque es gratuita, y porque, a diferencia de la prensa, la televisión o el cine, para algunas personas discapacitadas no interpone barreras”. **(38)**

### **1.11.2.- PRENSA ESCRITA**

Conformada por historietas; diarios; revistas de negocios, deportivas, de moda, juveniles; comics; libros, etc. Es un medio de comunicación cuya información leemos y no la escuchamos, por lo tanto se basa en el lenguaje escrito para entregar la información y se apoya de ilustraciones, imágenes, dibujos, gráficos, etc. para realizarse.

### **1.11.3.- TELEVISIÓN**

Es un medio de comunicación cuya información vemos y escuchamos, no la leemos (excepto las películas con subtítulos), por lo tanto se basa en el lenguaje oral para entregar la información y se apoya de sonidos, música, imágenes y movimiento para realizarse.

La televisión es un entretenimiento peculiar de la época compleja en que vivimos. En un mundo inseguro y sin apoyos internos, la televisión es una ayuda inocua, permite matar el tiempo. El hombre común no tiene más remedio que usar a los medios. **(39)**



#### **1.11.4.- INTERNET**

Es un medio de comunicación cuya información vemos, escuchamos y leemos. Por lo tanto se basa en el lenguaje oral y escrito para entregar la información. Se apoya de sonidos, imágenes y movimiento para realizarse.

#### **1.12.- LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ADOLESCENCIA**

##### **1.12.1.- LA TELEVISIÓN**

La televisión constituye el medio de comunicación masivo y dominante, este poderoso medio audiovisual ejerce una considerable influencia sobre la estructura familiar, superior a la de cualquier otra innovación tecnológica. La televisión representa una parte de una nueva morbilidad y debemos de estar familiarizados con sus efectos. **(40)**

Entre las áreas específicas de influencia, podemos citar:

1-Televisión y violencia.

2- Publicidad y consumismo.

3- Rendimiento escolar.

4- Estereotipos.

5- Televisión pro social.

6- Obesidad.

7- Sexo y sexualidad.

##### **1.12.2.- EL INTERNET**

Entre los beneficios del internet podemos argumentar: La mayor parte de los servicios de conexión les proporcionan a los niños y jóvenes, recursos tales como enciclopedias, noticieros, acceso a bibliotecas y otros materiales de valor. Ellos pueden usar la computadora para comunicarse con sus amigos y para jugar. La capacidad de ir de un



lado a otro con un solo "clic" de la computadora le atrae a la impulsividad, la curiosidad y a la necesidad de gratificación inmediata o realimentación que tiene el niño. **(41)**

Entre los riesgos que podría conllevar el mal uso del internet, tenemos:

- Fácil acceso para los niños y jóvenes a áreas que no son apropiadas o son abrumadoras,
- Información "en línea" que fomenta el odio, la violencia y la pornografía,
- Anuncios clasificados intensivos que engañan y bombardean al niño con ideas nocivas.
- Invitación para que los niños se inscriban para ganar premios o se unan a un club que requiera proveer información personal o del hogar a fuentes desconocidas, y

Los medios masivos como el periódico bombardean cotidianamente al joven con estímulos sexuales y mensajes subliminales, y a veces, los amigos presionan para que se inicien en dichas prácticas. Ejemplo de ello es, cuando bellas chicas, semidesnudas "engalanan" una portada. **(42)**

### **1.12.3.- LOS CELULARES**

El problema de los celulares en los adolescentes está provocando daños severos ya que cada vez se reportan más niños con problemas ortopédicos por el uso desmesurado del celular para enviar mensajes de texto. Para los jóvenes hoy en día aparte de ser una moda es una necesidad el estar pegados al teléfono pero sin siquiera una necesidad válida (es una necesidad creada por ellos). "Necesitan" tener crédito y hablar a zutano y mengano, necesitan mandar mensajes de texto para no sentirse aislados, incomunicados, sin pensar en el grave daño que esto les puede provocar. **(43)**

### **1.12.4.- LA RADIO**

No es de extrañar que los anunciantes, buscando la influencia de los adolescentes a través de la radio, fijan sus objetivos en los automóviles de gama baja y en ropa juvenil



y deportiva, con especial mención a la marca. La influencia de las emisoras de radio musicales en la adolescencia tiene una fuerza muy especial en los cantantes y sus éxitos. En ambos casos es rotunda. En estos personajes populares no sólo se basa en lo que cantan, sino también como visten y hablan. **(44)**

#### **1.12.5.- LAS REVISTAS**

Las revistas al igual que las series de televisión, conforman toda una serie de valores que los adolescentes “absorben” sin apenas filtros críticos. Además de esto, los medios venden sueños de triunfo y belleza. Las revistas juveniles forman parte de esos factores de socialización ajenos a la familia y centros educativos, puesto que desde ellas se consolida una serie de roles que están siendo interiorizados por los jóvenes. Vale decir que una de las características de las revistas, es su excesiva preocupación por temas relacionados con la estética y de obesidad; olvidando otros temas muy importantes como son la salud, la cultura o el empleo. Insisten además en unos patrones físicos muy difíciles de conseguir. **(45)**

#### **1.13.- PRECAUCIONES ANTE EXPLOSIÓN TECNOLÓGICA**

Los teléfonos celulares, las computadoras, la televisión y otros aparatos han llegado a todo rincón del mundo y forman parte de la vida de muchas personas sean ricas o pobres. La revolución tecnológica en el mundo de las comunicaciones también tiene su lado negativo, entre los problemas más comunes que ocasionan los productos populares ofrecidos por la tecnología multimedia y de la comunicación (teléfonos celulares, las computadoras, la televisión e internet) están la adicción, las distracciones y las interrupciones. Pero nadie puede negar que esos mismos productos sean sumamente útiles, ya que pocos querrían regresar a los artefactos de antaño, que, comparados con los actuales, podrían considerarse rudimentarios. Hoy las computadoras nos ahorran tareas tediosas, nos ofrecen la posibilidad de realizar cómodamente compras y operaciones bancarias en línea y nos ayudan a mantenernos en contacto con los demás vía correo electrónico, correo de voz o enlaces de video. **(46)**



#### **1.14.- LA TECNOLOGÍA, PROBLEMA Y NECESIDAD DE NUESTRO TIEMPO**

En muchas familias, el primer aparato que conoce el niño es la televisión, y a veces, esta se convierte en su niñera. La exposición prematura y excesiva a la televisión puede fomentar desinterés por el ejercicio físico, crear confusión entre la realidad y la fantasía, y ocasionar problemas emocionales. También puede contribuir a que, posteriormente, los niños no presten atención en clase. De ahí que se recomiende, que los niños menores de dos años no vean televisión. Lo más importante en los dos primeros años de la vida del niño es el fuerte vínculo que se forja entre él y sus padres. Y ese vínculo se va fortaleciendo cuando los padres hablan con sus hijos, juegan con ellos y les leen. **(47)**

No obstante, no puede negarse que saber utilizar una computadora y otros aparatos puede ser conveniente, incluso fundamental, para millones de niños. Pero si nos damos cuenta de que nuestros hijos están cada vez más absortos en las computadoras, los videojuegos, Internet, etcétera, sería bueno que les ayudemos a adquirir otros intereses: iniciándolos en alguna manualidad interesante, en un instrumento musical o en cualquier otra actividad que sea absorbente y estimulante para ellos. Una actividad bien escogida no proporciona solo un poco de diversión agradable, también puede ayudar al niño a desarrollar paciencia, tenacidad, autodominio y creatividad, cualidades esenciales para abrirse paso en la vida. **(48)**

En cuestiones de tecnología, los niños y los jóvenes aprenden rápido, pero tienden a ser ingenuos debido a su falta de sabiduría y experiencia. Hay que hacerles notar los peligros que deben evitar y enseñarles cómo hacerlo, un claro ejemplo, son las redes sociales. Es verdad que pueden ser de utilidad a los jóvenes a expresar su identidad y a conocer a otras personas, pero tales sitios también son como escaparates donde los depredadores sexuales y otras personas malintencionadas encuentran fácilmente lo que buscan. **(49)**

Sin embargo surge una interrogante de muchos padres: ¿Cómo voy a ayudar a mis hijos si ni siquiera sé cómo funcionan los aparatos que usan? Pues bien, lo más indicado es que los padres aprendan aunque sea lo básico (algo que no es imposible)



en el manejo de una computadora y ser capaces de utilizar con relativa facilidad el correo electrónico y otros programas. **(50)**

### **1.15.- LA TECNOLOGÍA Y SU BUEN USO**

Si los niños y los jóvenes se aíslan por horas enteras mirando la televisión, navegando por Internet o jugando con videojuegos, ¿por qué no especificar horarios y lugares en los que no se permita nada de eso?; tales medidas pueden ayudar a sus hijos a captar el valor de que, para todo momento hay un tiempo señalado, esto significa que hay un tiempo para la familia, un tiempo para los amigos, un tiempo para hacer las tareas escolares, un tiempo para comer, un tiempo para hacer ejercicio, y así sucesivamente. Establecer reglas razonables y hacer que se respeten contribuye a que la vida familiar esté mejor organizada y a que los hijos aprendan buenos modales y sean más considerados y sociales. **(51)**

Muchos jóvenes no pueden salir de casa sin su reproductor multimedia o su teléfono. Y a medida que se ofrecen tales aparatos con más capacidad y funciones (y a precios más bajos), la avalancha de posibilidades aumenta. En consecuencia, a los padres se les dificulta supervisar, educar ya disciplinar a sus hijos. Sobre todo si se toma en cuenta que antes solo había que preocuparse de que los niños y jóvenes no vieran demasiada televisión, pero ahora hay videojuegos, computadoras y celulares. Tanta diversidad los abruma y les crea unos patrones de conducta similares a los patrones de adicción, su cerebro se acostumbra a una cantidad excesiva de estímulos auditivos y visuales, y cuando no tienen dichos estímulos, no saben en qué ocuparse. **(52)**

El hecho de que pueda afectar mental y físicamente el uso excesivo o inadecuado de la tecnología, va a depender de los adultos mayores. Los padres pueden cumplir bien su difícil misión, si se enfocan en dos cosas importantes. Primero, reconocer que la despreocupación está anclada en el corazón del niño y del adolescente y que por lo tanto, la disciplina y la corrección lo librarán de ella. Y segundo, admitir que la tecnología influye en los niños y en los jóvenes para bien o para mal, y hay que procurar que influya en ellos para bien. **(53)**



## **CAPITULO II**

### **2.1.- LOS PUEBLOS INDÍGENAS**

La perspectiva que la modernidad ha dado al mundo, constituye un elemento obligatorio a la hora de estudiar los nudos críticos culturales de una sociedad. La modernidad ha traído consigo signos sociales que se han convertido en principios: la libertad, la democracia, los derechos cívicos, pluralidad de pensamiento, etc. Estos principios se manifiestan en la política y en la economía, los cuales influyen directamente en la modernización cultural e intelectual, que conlleva a la modernización social: del arte, del pensamiento y de la educación. **(54)**

Las sociedades no se forman etiquetadas según las razas, credos o culturas, sino que coexisten dentro de ellas, entrelazados por un bien común: la convivencia. Ésta, encierra un patrón de supuestos básicos, inventados, descubiertos o desarrollados para enfrentar los problemas de adaptación externa e interna, y que habiendo funcionado lo suficientemente bien para ser considerado válido es transmitido a las nuevas generaciones como la manera correcta de percibir, pensar y sentir: la cultura. **(55)**

Cada país posee una cultura diferente, caracterizada por la región geográfica, sin embargo, dentro de cada país existen diversas áreas y grupos culturales, que se identifican con la región donde están ubicados y a las manifestaciones culturales predominantes. Los valores culturales de cada país, región o comunidad en específico, están representados por unas características que lo identifican de una u otra, manifestándose a través de su organización, su vivienda, sus costumbres, lengua, creencias. Dentro de estos estratos sociales se encuentra la cultura indígena, milenaria, que se ha mantenido, en algunos de sus grupos, invariable. Estos, primeros habitantes del continente americano, representan la cultura de un pueblo que comenzó a morir desde el encuentro de dos mundos, el autóctono y el colonizador. **(56)**

La historia de nuestro país ha propiciado que hoy convivan diversos pueblos con sus respectivas culturas. Es así que indios, afroecuatorianos, mestizos, cholos, montubios, aspiran a una convivencia fraterna mediante el respeto a sus culturas y a sus derechos, a sabiendas que en esto radica la más grande riqueza de nuestra Patria, sobre la cual se debe erigir un nuevo proyecto político original. **(57)**

Los Estados Nacionales, donde existen pueblos indígenas, como es el caso de nuestro país, deben considerar que no son países uninacionales sino plurinacionales, por lo que urge la refundación de los Estados para lograr la convivencia justa y digna entre los pueblos. Los Pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador consideran que la actual situación político-económica que sufre el Ecuador es debido a la aplicación del



modelo neoliberal y de los gobiernos oligárquicos imperantes que no han hecho otra cosa que provocar un mayor empobrecimiento de la mayoría de los ecuatorianos, de manera particular a los pueblos indígenas. . (58)

## **2.2.- PRINCIPALES CONCEPTOS**

En un primer intento y con el afán de tener una mayor comprensión de la realidad indígena, que también nos preocupa en nuestra labor investigativa, rescataremos algunos términos que nos permitirán definir y a la vez familiarizarnos con este sector desprotegido, como es el rural.

### **2.2.1.- INDÍGENA**

No existe una definición internacionalmente convenida de pueblos indígenas. Los diferentes Estados adoptan diferentes definiciones en función de sus contextos y circunstancias propios. El término indígena se suele intercambiar con otros términos como "aborigen", "nativo", "oriundo", "primeras naciones" o "tribal" u otros conceptos análogos. Pero la falta de una definición internacional no debe impedir la acción constructiva de promoción y protección de los derechos humanos de los pueblos indígenas. (59) Sin embargo ofreceremos a continuación una definición aproximada:

**Indígena** es un término que, en un sentido amplio, se aplica a todo aquello que es relativo a una población originaria del territorio que habita, cuyo establecimiento en el mismo precede al de otros pueblos o cuya presencia es lo suficientemente prolongada y estable como para tenerla por oriunda (es decir, originario de un lugar). Con el mismo sentido se utiliza, con mayor frecuencia, el término equivalente nativo, presente en expresiones como "idioma nativo". También es habitual utilizar términos como pueblos originarios, naciones nativas o aborígenes. En sentido estricto y más habitualmente, se aplica la denominación indígenas a las etnias que preservan las culturas tradicionales. (60)

El indio surge con la llegada del europeo a América, antes no había indios, sino pueblos diversos con identidades propias. Al indio lo crean los occidentales, como ser diferente e inferior. Los pueblos aborígenes (atrasados), son elegidos para ingresar al progreso quemando etapas, gracias a que otro pueblo más avanzado logra enderezarles el rumbo. La categoría de indios es supraétnica, es decir, no hace referencia de la diversidad de pueblos que quedan englobados bajo esa expresión. La política india actual es panandianista, trata de estructurar a toda la población indígena. La base de esto es el reconocimiento de su condición común de colonizados, que comparten por encima de las diferencias étnicas. Éste es el fundamento del proyecto de indianidad, que, dialécticamente, se cumplirá con la desaparición del indio. Esto



último será el resultado de la desaparición del estado colonial y cuya consecuencia será el resurgimiento de todas las etnias. **(61)**

Los indígenas luchan cada día por no perder sus raíces, muchas veces se los trata como invisibles, no se les da valor a su modo de ver la vida. Esa llamada tercera raza que fue mezclada durante la época de la conquista, pero que en otras regiones luchó por mantenerse "limpia", garantizando que por muchos siglos perduraran sus costumbres precolombinas. Llevan un largo proceso de muchos años por reencontrarse y buscar sus raíces para mantenerlas, lo que, de seguir así, les garantizaría un futuro como comunidad. **(62)**

### **2.2.2.- CAMPESINO**

El campesino es tradicionalmente definido en sociología como el miembro de una comunidad en una sociedad agraria o rural. Cuando un campesino se encuentra aislado en grandes propiedades de su dominio, o maneja su producción con una considerable orientación comercial, se transforma en un "granjero". **(63)**

### **2.2.3.- IDENTIDAD**

La identidad no es un fenómeno únicamente psicológico o personal, rebasa los límites de lo puramente psicológico. Hay que comprenderla como un fenómeno histórico, que se da en el plano de lo socio-político-cultural así como en el plano de lo nacional, regional o subregional. La identidad cultural por ejemplo, quiere decir un conjunto de creencias, modos de pensar, fines, valores, modo de percibir las cosas e incluso concepciones del mundo, que son comunes o compartidas por un conjunto de personas en un determinado lugar. **(64)**

La identidad cultural no es la suma de las conciencias individuales a pesar de que sin estas conciencias individuales la identidad no puede presentarse. Hacer esto supone una reducción de lo cultural a lo psicológico. Pensar de esta manera implica pensar que primero y antes que todo existe el hombre individual, aislado, y es este hombre aislado es el que por agregación, produce lo social. Pensar así es simplemente desconocer la esencialidad del ser humano que es su carácter profundamente social. Lo social en el hombre se hunde en las raíces más remotas de su proceso de evolución. El ser humano es el ser más social de las especies y en ello radica su poderío y también su debilidad (porque el capitalismo está destruyendo lo social en el hombre). **(65)**

### **2.2.4.- LA CULTURA**

"La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y



sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología”. **(66)**

### **2.2.5.- LOS PATRONES CULTURALES**

Son normas que se establecen en una región, ciudad, o país de acuerdo a las costumbres de un grupo de personas y van cambiando de acuerdo a los avances, modificaciones y precisamente a esas costumbres que se van volviendo comunes en algún sitio. Aunque no están establecidos como reglas estrictamente, las personas integrantes de una sociedad las aceptan como normas de comportamiento y éstas varían según la región en donde se esté. Cuando salimos de viaje es común encontrar costumbres en las personas que no coinciden con lo que estamos acostumbrados. **(67)**

Esos patrones culturales se han de establecer de acuerdo a cada persona, ya que por el hecho de que se pertenezca a una región no necesariamente se tendría que seguir todo lo que el común de la gente lleva en sus costumbres sino las que uno quiera adoptar. Pero ciertamente tienen gran influencia los patrones que ya están establecidos porque los practica la mayoría de las personas de la región, porque es más fácil que nos adaptemos a la sociedad apegándonos a ellos.

Y es aquí cuando, la relación entre valores y cultura tiene sentido, tienen mucho en común, ya que se necesita de ambos para poder tener un buen desarrollo en la sociedad y a su vez los seres humanos tenemos una identidad propia ya que los valores son los creadores de la integridad y la responsabilidad, son los forjadores del autoestima, y de las definiciones de quiénes somos. Se vuelven manifiestos y vivos mediante la acción. Las culturas se alimentan de la comunicación de valores, y su vitalidad y subsistencia proceden de su capacidad de permanecer. **(68)**

### **2.2.6.- ACULTURACIÓN**

La aculturación es el resultado de un proceso en el cual un pueblo o grupo de gente adquiere una nueva cultura (o aspectos de la misma), generalmente a expensas de la cultura propia y de forma involuntaria. Todos los días se producen procesos de aculturación en diferentes niveles y en distintos espacios. Durante la aculturación hay un intercambio de elementos culturales entre grupos debido al contacto directo continuo. Los diferentes procesos de aculturación se han generado por la necesidad de algunos pueblos indígenas de incorporarse a los sistemas de intercambio comercial y a la vida profesional de manera de procurar los medios necesarios para la subsistencia. **(69)**



### **2.2.7.- MINORÍAS**

“Una minoría puede definirse como un conjunto de personas que se sienten, y son consideradas por el resto de la sociedad mayoritaria en la que viven, como diferentes por uno o más rasgos singularizadores. Estos rasgos pueden ser la lengua, la religión, la nacionalidad, la cultura, la raza o el nivel de ingresos.

La separación de la mayoría homogénea implica, a menudo, que los miembros de la minoría sean excluidos de algunas actividades y derechos de la sociedad debido precisamente, a sus diferencias con el grupo dominante. Esta situación tiende, por su parte, a acrecentar aún más las actitudes de discriminación y los prejuicios hacia la minoría, comportamiento que, por mimetismo oportunista, puede también ser observado por otros grupos minoritarios menos discriminados. Como consecuencia de ello, los recelos entre la mayoría dominante y la minoría pueden incrementarse y conducir a que las minorías sean consideradas enemigas o poco solidarias con la sociedad y sufran mutilación de sus derechos e, incluso, persecuciones” **(70)**

### **2.2.8.- DISCRIMINACIÓN**

La palabra "discriminar" proviene del latín *discriminare* y en su primera acepción alude a seleccionar algo o a alguien excluyendo a los demás. Discriminar consiste en dar trato de inferioridad a una persona por motivos raciales, religiosos, políticos o económicos. Generalmente, al hablar de discriminación nos referimos a la discriminación en sentido negativo, pues se está tratando indebidamente a una persona por causas injustificadas.

La discriminación consiste en clasificar a los seres vivos en distintos grupos y tratar de forma distinta, y frecuentemente desigual, a los miembros de cada grupo, en cuanto a trato personal, derechos y obligaciones, cuando no es por su idoneidad. **(71)**

### **2.3.- LA LIBRE DETERMINACIÓN DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS**

Es cuando un pueblo está sometido a cualquier forma o tipo de dominación colonial y extranjera, el pueblo tiene derecho a determinarse. Es el pueblo quien tiene derecho de expresar libremente la manera en que desea conformar su condición política, su desarrollo económico, social y cultural sin discriminación por motivos étnicos, religiosos o de color de piel. Este derecho incluye el deseo de convertirse en un estado soberano e independiente. Es decir reconoce la posibilidad de determinarse como una comunidad autónoma. **(72)**

Todos los pueblos tienen el derecho a la libre determinación. En virtud de este derecho establecen libremente su condición política y proveen asimismo a su desarrollo económico, social y cultural. Según esto quiere decir los pueblos indígenas tienen derecho a determinar libremente su status político y promover libremente su desarrollo económico, social, espiritual y cultural, tienen derecho a la autonomía o autogobierno



en cuanto a su cultura, religión, educación, información, medios de comunicación, salud, habitación, empleo, bienestar social, actividades económicas, administración de tierras y recursos, medio ambiente; así como a determinar los recursos y medios para financiar estas funciones autónomas. **(73)**

Se debería buscar un equilibrio entre la participación indígena en el Estado y sus instituciones por una parte y, por la otra, el respeto para la autonomía de las instituciones indígenas. Las demandas indígenas se concentran en ganar el acceso a las instituciones políticas del Estado, mientras al mismo tiempo buscan fortalecer sus propias instituciones para así hacer factible su participación. **(74)**

También debemos decir que la cuestión no se agota en las demandas territoriales o de la autonomía territorial. No podemos permitirnos olvidar que en muchos casos los pueblos indígenas se encuentran estrechamente inmersos en mercados de productos y mercados laborales y que una buena proporción de los indígenas está ligada de una forma u otra a la economía y la vida urbana. Por ello, las cuestiones que enfrentan los pueblos indígenas a menudo rebasan la cuestión territorial. Ellos tienen que concebir su lucha como una lucha verdaderamente nacional, o tal vez post-nacional, en todos sus sentidos y como una búsqueda de una alternativa al paradigma neoliberal prevaleciente. **(75)**

## **2.4.- INDÍGENA Y CAMPESINO, SUS CARACTERÍSTICAS**

### **2.4.1.- SEMEJANZAS**

1. Ambas palabras son adjetivos en cuanto califican o dicen algo de sujeto o sustantivo.
2. Ambas palabras personifican a ecuatorianos que ocupan áreas rurales.
3. Tienen como actividad económica la producción agrícola y/o pecuaria. **(76)**

### **2.4.2.- DIFERENCIAS**

#### **Campesino:**

- Ocupa la tierra con un sentido de suelo que hay que hacer producir y/o como recurso económico.
- La actividad agropecuaria sustenta su vida; constituye su ingreso económico más importante.
- Hay pequeños, medianos y grandes campesinos porque es una categoría socio-económica
- Está arraigado en el área rural (no hay campesinado que realice su actividad en la ciudad)
- Generalmente es monolingüe (castellano)



- Su vestimenta es igual o muy parecida entre las distintas regiones del país e inclusive entre los países
- No se reconocen étnicamente
- Sus autoridades, formas de organización y leyes son las del país, entre otros porque son sujetos individuales. **(77)**

### **Indígena:**

- Ocupa la tierra con un sentido de territorio (madre tierra) donde él mismo es parte.
- La actividad agropecuaria es una de sus estrategias de auto-sostenimiento. Su economía es diversificada.
- No hay pequeños, medianos ni grandes indígenas porque es una categoría socio-cultural.
- No necesariamente realiza sus actividades en el campo. Hay indígenas arraigados fuera de su territorio.
- Generalmente es bilingüe pues maneja una lengua materna distinta al castellano.
- Su vestimenta los identifica.
- Se adscriben étnicamente a un grupo o nación o pueblo.
- También respeta a sus propias autoridades, sus formas de organización y sus normas, entre otros porque son sujetos colectivos. **(78)**

### **2.4.3.- LA MIGRACIÓN CAMPESINA**

El proceso de globalización y sus efectos sobre las sociedades y los individuos alcanzan también al mundo rural. Las contradicciones, paradojas y riesgos de este proceso se dejan sentir con fuerza en la vida de los campesinos y en sus comunidades. La globalización es un fenómeno que avanza por distintas vías, dentro de las que destacan: a) lo económico, representado por el mundo financiero, el desarrollo y expansión de empresas transnacionales, la consolidación de grandes acuerdos comerciales y la proliferación de acuerdos bilaterales; en resumen, la internacionalización de una economía liberal y consecuencias; b) lo sociocultural, representado por la expansión de los medios masivos de comunicación, la industria cultural y masificación de las pautas de consumo y los estilos de vida. En ambos ejes el mundo rural ha tomado parte y ha sido afectado por el proceso de globalización. **(79)**

La globalización contemporánea acarrea la simultánea concurrencia de procesos de inclusión y exclusión de países, regiones, comunidades y personas. A nivel territorial, es muy claro que los territorios rurales sufren las consecuencias esperadas de un proceso de marginalización en el que no caben ni la innovación local ni la sustentabilidad ambiental. **(80)**



El éxodo rural o éxodo campesino se refiere a la emigración, generalmente de gente joven (adolescentes y adultos jóvenes) del campo a la ciudad. Este proceso es muy antiguo y se aceleró con la Revolución industrial y, sobre todo, a partir de la segunda mitad del siglo XX. Se suele considerar como un tipo especial de migración porque en ella, no sólo se cambia de lugar de residencia, sino también de profesión, por motivos más que evidentes, dadas las diferencias geográficas tan grandes que existen entre las oportunidades, número y características de los diferentes tipos de empleo que existen en el campo, con relación a la ciudad. **(81)**

A más de las huelgas y protestas, ningún otro hecho ha servido como indicador de la frustración de los ecuatorianos en tiempo de crisis, como son las olas masivas de migración, en los últimos dos años, las redes de migración tradicional que unían al Ecuador y a los Estados Unidos se han intensificado, mientras los ciudadanos han forjado nuevos lazos con España y otros países de Europa. **(82)**

La migración laboral (como una estrategia de supervivencia en tiempos de crisis financiera) a menudo no toma la forma deseada por aquellos que se involucran en ella. Para las familias campesinas de la sierra, la migración frecuentemente forma parte de una estrategia para generar múltiples ingresos que pueden incluir la producción agrícola y artesanías, adicionalmente a la migración laboral interna e internacional. De aquí que, la migración frecuentemente vincula la separación de los miembros de la familia en la medida en que algunos de ellos viajan hacia fuentes de trabajo fuera de los dominios familiares, mientras otros deciden quedarse, para desarrollar otro tipo de trabajo cerca de sus hogares. Cualquiera que sea la configuración de las ganancias económicas de esta estrategia, usualmente genera costos emocionales y sociales para los miembros de la familia involucrados. **(83)**

La migración cada vez más importante de los individuos se ha vuelto la única alternativa para la supervivencia de los hogares campesinos. Sin embargo, si participa al mejoramiento de las condiciones de vida campesinas, solo lo hace en un plan material, y al contrario, provoca la degradación de las esferas sociales y culturales. Hoy día, la conciencia colectiva ha perdido mucho de su importancia porque la emigración, como estrategia aislada e independiente, tiene por objetivo servir el interés familiar ante todo. Además, aunque "cada cultura se reinventa" porque "nunca hay tradición pura". De hecho, en el futuro, podríamos asistir a la progresiva desaparición de las unidades campesinas de producción. **(84)**

#### **2.4.3.1.- EL ATRACTIVO DE LAS CIUDADES**

Las ciudades ejercen un atractivo muy poderoso sobre la población rural. Muy a menudo, los campesinos de todo el mundo, quedan "deslumbrados" por la vida urbana, la cual se manifiesta en la oferta de todos aquellos elementos que suelen ser más difíciles de lograr en el campo. Además que en las ciudades existe una mayor



diversidad de empleo; en contraste, en el medio rural, casi no existen empleos fuera de las actividades relacionadas con las labores agropecuarias. Existe también una mayor diversidad y disponibilidad de servicios. Los centros urbanos, sobre todo los más grandes, tienen un nivel superior al del medio rural en lo que a oferta de servicios se refiere (servicios asistenciales, educativos y culturales, transporte y comunicaciones, servicios informativos, recreacionales, etc.). Empleo poco cualificado. Muy a menudo, las ciudades necesitan mano de obra para aquellos empleos de escasas exigencias y de menor remuneración y estos empleos tienden a ser cubiertos por los inmigrantes del medio rural. **(85)**

#### **2.4.3.2.- LAS CONSECUENCIAS DE MIGRAR**

La emigración internacional de los campesinos andinos constituye la dinámica más importante de las recomposiciones territoriales en el medio rural. La disminución lógica de la mano de obra, que corresponde en definitivo a la marginalización progresiva de la agricultura familiar, provoca una transformación del paisaje agrario con nuevas prácticas campesinas y una recomposición del tejido socioeconómico, gracias a las remesas que favorecen las inversiones. **(86)**

La primera consecuencia de la emigración en el medio rural es la disminución lógica de la mano de obra. Por consiguiente, los grupos que se quedan manejan nuevos sistemas de producción. Con una emigración cada vez más importante, el espacio cultural de los territorios rurales evoluciona, crea el contacto entre las culturas occidental y andina, y permite la importación de un modelo de consumo proviniendo del exterior. Por ejemplo, la aparición de casas “en duro” no contrasta con las costumbres cotidianas, pero pone de relieve una demarcación clara respecto a un modo de vivir pintoresco. Ahora, las viviendas son construidas con materiales industriales como el cemento y pintadas con colores chillones que perturben el paisaje agrario, mientras que en el pasado, eran en adobe y con tejas fabricadas localmente de manera artesanal. Eso significa que estas nuevas construcciones solo son “apariencias”, y que dentro, el espacio doméstico es más típicamente andino todavía, a pesar de que los elementos tradicionales de decoración son cada vez más raros teniendo en cuenta que las nuevas generaciones ya no aprenden a tejer. Hoy en día, lo que anima a los jóvenes de estas regiones es emigrar y la mayoría de ellos se va al colegio solamente para aprender el inglés y ya no habla quichua. El objetivo de irse a trabajar a Estados Unidos, para reunirse con un familiar, corresponde a la voluntad de acceder a todos los bienes de consumo modernos que descubren cada día al mirar la televisión que fue comprada gracias a las remesas. La música y el cine norteamericanos han reemplazado los cuentos y los cantos populares, mientras que los jeans y las zapatillas son los únicos vestidos que les gustan llevar, con la indispensable gorra yankee en lugar del sombrero de paja toquilla o de lana de borrego (el famoso cañarejo). Así, cuando migren, estarán listos para entrar en el mundo occidental. **(87)**



En este sentido, podemos hablar de “nueva ruralidad”, porque a través de lo que hemos visto con lo geográfico, lo social y lo cultural, constatamos que los Andes rurales viven actualmente una mutación completa, y que ahora, se caracterizan por una amplia variedad de dinámicas al origen de la transformación de la sociedad campesina que vive cada vez más al ritmo de la globalización, pero con su lote de desregulaciones y de desigualdades. **(88)**

Resumiendo, podemos recalcar que las consecuencias de la migración son:

**Consecuencias Positivas:** disminuye la presión de la población sobre los recursos, disminuye el desempleo y la miseria. Se reciben las remesas de dinero enviadas por los emigrantes a sus familias. Mejoran las técnicas empleadas en las actividades agropecuarias, como una manera de contrarrestar los efectos de la emigración. **(89)**

**Consecuencias Negativas:** disminuye la vitalidad de la población (empobrecimiento demográfico, envejecimiento), desequilibrios en la composición de la población por edad y sexo, etc. En el éxodo rural emigran, precisamente, las personas con mayor afán de superación, cuya labor en el campo podría ser más positiva que la de los que permanecen en él. Al quedar la población de mayor edad, esta se va volviendo más reacia al cambio y no mira con buenos ojos las adaptaciones que tiene que hacer para acostumbrarse a una vida cotidiana cada vez más compleja.

Este fenómeno en mayor grado o en menor grado afecta a la identidad cultural de los pueblos, que difícilmente podemos tapar bajo pretextos de desarrollo, bajo afanes de la búsqueda de más capital económico; aunque en muchos casos también se puede ver con ojo positivista a la migración. **(90)**

Después de aclarar algunos conceptos que tienen que ver con las variables a ser tratadas en este trabajo de investigación, conviene resaltar lo que se comprende por el Buen Vivir, que el actual gobierno está impulsando.

## **2.5.- EL BUEN VIVIR O EL SUMAK KAWSAY**

Vivimos en un momento histórico de cambio en todos los órdenes, que sin duda apuntan a reconsiderar la aplicación de nuevos paradigmas de vida en lugar de aquellos del Estado liberal y que causaron tanto daño en las relaciones interpersonales y sociales, pues hoy vivimos en un Estado constitucional de derechos y justicia.

Cada quien a su manera, todos buscamos la felicidad. Puesto que somos animales sociales nuestras vidas se desenvuelven en comunidades de las que somos partes y frente a las que tenemos derechos y obligaciones.

Fundamental para acercarnos a la felicidad son las posibilidades que nos ofrece el entorno humano en que vivimos y que, en términos políticos, se denomina bien común.



Los estados, fundamentados en ideologías, organizan la sociedad con miras a ofrecer a los habitantes el mayor número de opciones para que puedan satisfacer sus necesidades con las menores limitaciones posibles dentro de un entorno de igualdad para que todos tengan oportunidades de acuerdo con sus intereses y aspiraciones. **(91)**

“El régimen de desarrollo que escogimos los ecuatorianos en la Constitución, está basado en el principio del buen vivir, que implica un modelo de sociedad en armonía con la naturaleza, vida con dignidad, solidaridad, sustentabilidad, integridad, realización y respeto de los derechos y deberes, plenitud de salud, acceso al conocimiento, interculturalidad, participación democrática para resolver los problemas de la comunidad, una sociedad de paz y seguridad”. **(92)**

“El punto de partida para el Plan Nacional para el Buen Vivir, que se prefigura como un instrumento para el cambio social, no puede únicamente constatar los males del país en el presente. Debe demostrar cómo las instituciones y estructuras existentes, sus características específicas y sus decisiones de política pública han incidido en tales problemas y han perjudicado sistemáticamente a la gran mayoría de la población”. **(93)**

El Plan Nacional para el Buen Vivir se sustenta en un diagnóstico crítico de la evolución de los procesos económicos, sociales y políticos que caracterizan al fallido desarrollo del país en las últimas décadas. Esta visión busca describir la crisis, la evolución del pensamiento y de los esquemas económicos dominantes, las opciones institucionales y las decisiones políticas que derivaron en grandes problemas para el desarrollo humano de la sociedad ecuatoriana. **(94)**

Desde la esfera de gobierno se ha diseñado el Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir, con el que se busca responder a estos sentidos comunes en la opinión pública y al nuevo marco legal (artículo 280 de la Constitución vigente). Éste define, como objetivo básico de la estrategia de desarrollo del país el buen vivir o Sumak Kawsay. En función de ello propone que las políticas, los programas y proyectos públicos y la programación y ejecución presupuestaria sean acordes al Plan Nacional del Desarrollo. **(95)**

En el Ecuador, el buen vivir rural, la soberanía alimentaria, el apoyo a la agricultura familiar y la agroecología son temas que se han incorporado en la opinión pública en los tiempos recientes, como elementos básicos vinculados al desarrollo rural. La realidad del mundo rural en el Ecuador está asociada con pobreza, según las recientes estadísticas nacionales; el 55% de quienes viven fuera de los centros urbanos son pobres, mientras que en las ciudades ese porcentaje es de 22.3%. De hecho, el 70% de pobres viven en las zonas rurales. La pobreza en las zonas rurales es más dura: 25.3% de los pobres no tienen ingresos suficientes para asegurar la canasta alimenticia básica (viven en la indigencia) y 58% tiene sus necesidades básicas insatisfechas.



Además, los pobres son proporcionalmente más en hogares cuyos jefes son mujeres y/o indígenas, tienen familias más numerosas, han completado un número de años de escolaridad y se dedican a la agricultura y ganadería. **(96)**

Aunque, otros datos oficiales revelan que la pobreza rural se redujo de 82% en 2000 a 53% en 2010. En un reciente informe, Los cien logros de la revolución ciudadana, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) señaló que la pobreza rural disminuyó en siete puntos, de 60% a 53%, entre 2007 y 2010, lo que representa, según las autoridades, que más de medio millón de ecuatorianos han salido de la pobreza. Estas cifras positivas no han estado exentas de críticas. Los críticos del régimen indican que la reducción se debe en buena parte a transferencias condicionadas, por medio del Bono de Desarrollo Humano, pero no reflejan mejora en los ingresos percibidos por los hogares rurales. **(97)**

No obstante, el esfuerzo más importante se ha centrado en adecuar el concepto del Buen Vivir Rural a la diversidad territorial del país. A pesar de ser un país pequeño, Ecuador es muy heterogéneo, como resultado de los procesos de ocupación del territorio a lo largo de varios siglos; de la adecuación de esta ocupación a la geografía y a los diferentes contextos ambientales, y de la construcción conflictiva de relaciones entre actores. Por tanto, la visión normativa de políticas públicas debe adaptarse a esas realidades. **(98)**

### **2.5.1.- EL BUEN VIVIR, SU SIGNIFICADO E IMPORTANCIA**

“El Buen Vivir, parte de una larga búsqueda de modos alternativos de vida que han impulsado particularmente los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, demandando reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal. En el caso ecuatoriano, dichas reivindicaciones fueron reconocidas e incorporadas en la Constitución, convirtiéndose entonces en los principios y orientaciones del nuevo pacto social. **(99)**

El Buen Vivir, es por tanto, una apuesta de cambio que se construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar una visión más amplia, que supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo, que permita la aplicación de un nuevo paradigma económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva una estrategia económica incluyente, sustentable y democrática. Es decir, una visión que incorpore a los procesos de acumulación y (re)distribución a los actores que históricamente han sido excluidos de las lógicas del mercado capitalista, así como a aquellas formas de producción y reproducción que se fundamentan en principios diferentes a dicha lógica de mercado. **(100)**



También, El Buen Vivir se construye desde las reivindicaciones por la igualdad y la justicia social, y desde el reconocimiento, la valoración y el diálogo de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida”. **(101)**

El derecho al buen vivir, está basado en principios y valores ancestrales, de tal manera que la sociedad ecuatoriana en este contexto, debe generar espacios para la expresión tanto de lo material como de lo mental, lo emocional y lo espiritual, a partir de la identidad, en un contexto no solamente individual antropocéntrico sino comunitario, que integra a todas las formas de existencia que son parte de la comunidad.

El concepto del buen vivir, emerge desde la cosmovisión de los pueblos originarios ante la crisis global que ha generado occidente; y es así que los pueblos indígenas plantean una nueva forma de valorar los Estados y sus sociedades, considerando indicadores en un contexto más amplio, con el propósito de cuidar el equilibrio y la armonía que constituye la vida.

De tal modo, que el buen vivir va mucho más allá de la sola satisfacción de necesidades o el acceso a servicios y bienes, más allá del mismo bienestar basado en la acumulación de bienes. El vivir bien no puede ser equiparado con el desarrollo, ya que el desarrollo es inapropiado y altamente peligroso de aplicar en las sociedades indígenas, tal y como es concebido en el mundo occidental. **(102)**

De lo expresado anteriormente, se desprende que el buen vivir, es a la final: “Vivir en armonía y equilibrio; en armonía con los ciclos de la Madre Tierra, del Cosmos, de la vida y de la historia, y en equilibrio con toda forma de existencia”, de tal modo que lo importante es vivir en armonía con la naturaleza y la vida, para poder salvar a la humanidad y a la Madre Tierra de los peligros que una minoría individualista y sumamente egoísta representa. “El vivir bien no es lo mismo que el vivir mejor, el vivir mejor es a costa del otro. Vivir mejor es egoísmo, desinterés por los demás, individualismo, sólo pensar en el lucro, porque para él vivir mejor, frente al prójimo se hace necesario explotar, se produce una profunda competencia, se concentra la riqueza en pocas manos”. **(103)**

“Antes que un concepto acabado, el Buen Vivir expresa un proceso, una construcción paulatina donde intervienen una amplia variedad de voces.

Por lo tanto existen distintas versiones, cada una de ellas con sus énfasis y respondiendo a coyunturas específicas. Nadie puede reclamar obediencia a un decálogo, y todavía hay mucho camino para recorrer. Esta diversidad no es necesariamente un aspecto negativo, ya que permite nutrirse de los mejores aportes de cada corriente, y a la vez revitaliza el debate sobre las políticas en desarrollo. Además, estos primeros pasos han tenido efectos positivos concretos, y el mejor ejemplo es el reconocimiento de esta idea en las nuevas constituciones de Ecuador y Bolivia”. **(104)**



Difícil resulta decir exactamente cómo debería ser la forma de una nueva estructura de gestión pública, y cuáles las características de su relacionamiento con lo social. Pero consideramos, que para lograr cambios profundos en el país; debe existir un diagnóstico crítico de la evolución de los procesos económicos, sociales y políticos de las últimas décadas, con la finalidad de describir la crisis, la evolución del pensamiento y de los esquemas económicos dominantes, las opciones institucionales y las decisiones políticas que derivaron en grandes problemas para el desarrollo humano de la sociedad ecuatoriana; y por ende, debe propenderse el debate y la aportación de propuestas para el buen vivir. De manera singular se debe partir de una sociabilización del sector rural para abrir las puertas al diálogo, y así conocer cuáles son las mayores preocupaciones de los campesinos para brindarles una eficiente asistencia.

## **2.6.- COMUNICACIÓN Y DIVERSIDAD CULTURAL**

### **2.6.1.- INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA POPULAR**

Lo deseable, lo imaginable y lo pensable de la sociedad actual encuentra definición en la comunicación pública. La comunicación es el principal espacio de formación y construcción de la identidad. Es como un ente generador de otras realidades, deseos e imágenes del mundo simbólico que contemplan la diversidad y que generan valores de diversidad. **(105)**

Por ello, se sugiere la necesidad de crear una comunicación plural y participativa, que contribuya a generar un nuevo orden simbólico del mundo. Sólo una revisión y un replanteamiento de los conceptos existentes construirán una comunicación que contemple la diversidad cultural en su forma más compleja. **(106)**

Si bien los medios de comunicación son un elemento fundamental para la transmisión de la diversidad cultural y la construcción plural del nuevo imaginario, éstos, a su vez, pueden ser una barrera y un filtro de la propia diversidad. Los medios de comunicación deberían contribuir a la diversidad promoviendo el uso correcto del lenguaje y la contextualización y reflexión necesarias que permitan lanzar mensajes correctos sobre la diversidad. Los medios de comunicación se encuentran subyugados a un sistema dominante basado en los intereses del poder ideológico y económico que sirven como herramienta hegemónica de las elites y no permiten el acceso a las minorías. **(107)**

El auge inusitado de los medios de comunicación y su consecuente penetración ideológica, han contribuido a fortalecer nuestras costumbres y los principios de moral pública y privada, al tiempo que han presentado el proceso educativo como factor decisivo para la cristalización de una sociedad verdaderamente nacional. La



televisión, el cine y la radio deben fortalecer en forma progresiva el amor por la familia, la comunidad, la patria y por aquellos valores que nos identifican. **(108)**

Los medios de comunicación social difunden las costumbres y tradiciones que se manifiestan en la vistosidad, diversidad y contrastes de su música, danzas y bailes y en la variedad y tradición de su cocina que conjuga los más diversos platos y bebidas de la gastronomía de sus diferentes regiones.

Para conseguir un sistema mediático comprometido con la diversidad es necesario apelar a la ética periodística, además de generar políticas públicas que garanticen un acceso más amplio a la producción y distribución de la información.

## **2.6.2.- COMUNICACIÓN INDÍGENA**

Los escasos medios de comunicación que han sido implementados, o apropiados, por las organizaciones indígenas han jugado un papel fundamental en la promoción y defensa de los derechos humanos, en el fortalecimiento de la identidad cultural, en la educación bilingüe, en la interculturalidad, así como en la movilización social. **(109)**

Hablar de comunicación es hablar de culturas y si hablamos de culturas es hablar de diferencias de relaciones, de percepciones y del habla. No se puede comprender la comunicación sin comprender los procesos históricos, sociales, económicos, políticos y culturales, toda vez que este componente atraviesa toda relación y construcción social. En esta diversidad cultural se inscriben los pueblos y nacionalidades indígenas como sociedades diversas. **(110)**

Para los pueblos indígenas la comunicación ha constituido, y constituye, una parte esencial en el proceso de formación de la cultura. Del conjunto de formas de comunicación creadas desde los pueblos indígenas, el habla ha sido la más importante y a partir de aquello se ha configurado otras formas de comunicación, como son los dibujos, las cerámicas, tejidos, etc. La comunicación de los pueblos indígenas, tiene una estrecha relación con su entorno, es decir, se entiende la comunicación en una relación constante con la Pacha Mama o Allpa Mama; esta relación se da a través de los rituales para la cosecha y la siembra – con las concentraciones comunitarias, por el uso de los instrumentos propio de alertas y llamados como es el churu (concha), las piedra, rondador, pingullo y otros instrumentos [Chela]. **(111)**

Además, la comunicación en el mundo indígena se la concibe como ese espacio vivo de secuencias que se concretan en la transmisión, intercambio, re-generación de conocimientos ancestrales y actuales, como una 'herencia oral' viva de la sabiduría acumulada de los antepasados "La comunicación es una práctica social cotidiana y milenaria de los pueblos indígenas que es fundamental para la convivencia armónica entre los seres humanos y la naturaleza...la comunicación tiene como fundamento la



ética y una espiritualidad en el que los contenidos, los sentimientos y los valores son esenciales...” Este detalle del sentido y concepción de la comunicación es lo que le distingue, la comunicación indígena de la comunicación moderna occidental. **(112)**

Los pueblos indígenas viven la comunicación como un hecho cotidiano de seres humanos mientras la sociedad moderna no puede entender la comunicación fuera de los medios. Este contraste se la entiende principalmente en la época moderna, donde los medios están por sustituir la comunicación personal, ya que la oralidad es y ha sido una de las prácticas que se han dado en toda cultura sea esta occidental, oriental, Abya Yala, etc. Es en la actualidad en que los medios vienen a ser para los pueblos indígenas instrumentos que facilitan esa comunicación. **(113)**

### **2.6.3.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CULTURA CAMPESINA**

La comunicación juega un papel determinante para el desarrollo de los pueblos indígenas, ya que es parte integral de los procesos de producción, reproducción y transmisión del conocimiento. Es además uno de los principales factores de cambio en la cultura y en la identidad étnica que influye profundamente en relaciones inter e intra étnicas. Por muchos siglos, la comunicación en el pueblo indígena ha sido principalmente oral. **(114)**

Los medios de comunicación se estructuran a partir de diversos estereotipos que se conjugan dentro de una determinada estructura de poder y aparecen como funcionales a los requerimientos de la estructura de poder, generando universos simbólicos que sirven de referentes para las sociedades. En cuanto a los indios, estos referentes no han comprendido el valor de la interculturalidad, y folklorizan lo indígena asimilándolo a mecanismos de mercado. Esta folklorización se inscribe dentro de una estrategia más amplia que cierra los espacios de la comunicación a las comunidades indígenas, y a los pueblos y naciones ancestrales. **(115)**

Hoy por hoy, los medios de comunicación del Ecuador, son el fiel reflejo de una sociedad que no ha entendido todavía el valor de la diversidad cultural y sigue manejando un discurso racista y discriminatorio dominante. "Los medios de comunicación de masa", "las sociedades de flujos", "las sociedades red, las nuevas tecnologías, la sociedad de la información, del Internet, etc., no han dado cabida a la diversidad étnica, cultural, de género o generacional en su verdadera dimensión. **(116)**

Tanto la prensa, la radio y, más aún, la televisión han tenido un papel decisivo en la producción de los significados culturales, y referentes simbólicos en la formación de la imagen de lo indio, lo femenino, lo masculino, lo joven, y hasta de la sociedad nacional, etc. La explosión masiva de la publicidad, propaganda y programas en los "modernos"



medios de comunicación, condiciona fuertemente el comportamiento de hombres y mujeres. La "tortura" de sujetarse a la imagen estilizada y de facciones estereotipadas, muchas veces deforma nuestras características étnicas y culturales. **(117)**

Los flujos de información no son democráticos, son flujos de poder, sustentados en la idea de la "identidad nacional única" que invisibiliza y tergiversa al "Otro". Sin embargo, en el contexto actual de "nacionalidades con derechos", se buscan espacios o canales alternativos de información enmarcados en la diversa realidad étnica del país, y dentro de ésta están también los conceptos de igualdad. **(118)**

Debe ser prioridad del gobierno de turno, para que los pueblos y comunidades indígenas del Ecuador no sigan excluidos de los beneficios del resto del país, es indispensable establecer condiciones para que los pueblos y las comunidades indígenas puedan adquirir, operar y administrar medios de comunicación, en los términos que las leyes de la materia determinen. Esto en razón, a que las Naciones Unidas propugna que se debe promover, de forma creciente, los derechos de los indígenas que conforman más de 300 millones de personas, que forman alrededor de 5000 poblaciones indígenas en 70 países del mundo y han estado sometidos a la opresión, exclusión de los procesos de toma de decisiones, marginación, explotación, asimilación forzosa y represión cuando tratan de pugnar por sus derechos. **(119)**

Es hoy cuando se plantea un reto y se exige un mayor esfuerzo a las naciones del mundo para que traten de resolver los problemas de las poblaciones indígenas en los ámbitos de derechos humanos, medio ambiente, educación y salud. Vivimos en tiempos de globalización. La sociedad de información que domina hoy al mundo, ha hecho que gracias a los medios de comunicación (radio, TV, Internet) el mundo se haya vuelto pequeño; ha acercado a todos ese futuro que tardaba en llegar. Nuestra generación vive hoy en la era de las innovaciones, tenemos Internet, TV de bolsillo, teléfono celular, etc. **(120)**

Estas innovaciones tecnológicas rompen las barreras del tiempo y del espacio, pero al mismo tiempo establecen nuevas desigualdades para la población mayoritaria que no tiene acceso a estos nuevos servicios. Pero también, la globalización tiende a destruir un valor importante: nuestra identidad como nación. En este contexto se debe legislar para asegurar a los pueblos y comunidades indígenas su acceso y la oportunidad de adquirir, operar y administrar medios de comunicación. **(121)**

Tenemos que trabajar todos, incondicionalmente por fortalecer la composición pluricultural de la nación. La preservación y enriquecimiento de sus lenguas, conocimiento y todos los elementos que constituyan su cultura e identidad, serían imposibles de alcanzar o el proceso seguiría siendo lento, conflictivo y problemático, si los pueblos y comunidades indígenas no tuvieran posibilidades de adquirir, operar y



administrar medios de comunicación. Ya que se puede discriminar no sólo mediante un trato desigual, sino como lo vemos en el caso de los pueblos indígenas, existe discriminación cuando hay la omisión de legislar en lo que respecta a sus derechos ya reconocidos. **(122)**

“Como personas, instituciones y organizaciones, preocupados por los problemas que atañen a nuestro mundo, y especialmente a los pueblos indígenas, debemos trabajar intensamente por propiciar una información plural y justa, favoreciendo la igualdad de todos al acceso a la información y defender en todo lugar la multiplicidad de mensajes y voces”. **(123)**

### **2.6.3.1.- IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LOS INDÍGENAS**

Entre los varios campos a considerar, tenemos:

“**En lo educativo**, tenemos que reconocer el alto valor que tienen los medios en el proceso de socialización y de educación, que no es aventurado decir que educan o deseducan a veces más que las instituciones educativas. Los medios de comunicación pueden generar una sociedad más educada, más integrada y más justa, si están al servicio de la población, como es el caso de las radios comunitarias.

**En lo cultural**, los medios de comunicación pueden ayudarnos a cancelar el proceso de desaparición de lenguas y culturas indígenas. El hecho es que cientos de lenguas desaparecieron en América Latina y el Caribe en los últimos 500 años, y varias de las más de 600 que aún sobreviven podrían correr la misma suerte dentro de poco. Debido a su marginación de Internet, presiones culturales y económicas y el desarrollo de nuevas tecnologías que favorecen la homogeneización; se reconoce que la desaparición de un idioma es una tragedia, pues con ella se esfuma una cosmovisión y una cultura particulares”. **(124)**

Por los efectos negativos de la globalización y la homogenización de las culturas, podemos señalar “que existe en el mundo un "verdadero genocidio cultural", porque “en las circunstancias actuales es muy difícil que sobrevivan muchos años más, pues el llamado desarrollo niega el derecho de esos pueblos a seguir siendo pueblos. **(125)**

**En el contexto político**, el acceso o el manejo de los medios de comunicación por parte de los pueblos y comunidades indígenas, permitirá dar a conocer las violaciones de los derechos humanos que sufren. Los movimientos sociales y fuerzas políticas de los pueblos y comunidades indígenas requieren un espacio para vincular y articular sus acciones y jornadas a los procesos y espacios contra-hegemónicos que han venido forjando nuestros pueblos latinoamericanos. Hasta el momento, en la inmensa mayoría de los casos, lo que ha existido en nuestra América es un respeto puramente formal y mediatizado y que en la mayoría de los casos no ha estado ni



está garantizado en nuestros pueblos el ejercicio real y efectivo de los derechos humanos plenos, individuales, económicos y sociales, ni por tanto las verdaderas y plenas libertades democráticas. **(126)**

**En el ámbito del desarrollo y de la economía**, se hace imprescindible de una decidida oposición a las políticas neoliberales, que destrozan el medio ambiente, que criminalizan los movimientos sociales y que mantienen un peligro latente contra los pueblos indios. Además, recordar que la globalización hoy está arrasando con las economías nacionales de los países de América Latina, y por lo tanto, el modelo neoliberal no ofrece opciones de justicia ni tampoco reconoce los derechos históricos de los pueblos indios. **(127)**

**En el ámbito democrático**, si no se legisla a favor de los pueblos indígenas, por el hecho de pertenecer a la clase social más desprotegida y pobre de nuestra sociedad, esta población no logrará cumplir con su derecho de informar y de expresarse y los medios no sólo son para los poderosos sino pueden apoyar a la pluralidad y el fortalecimiento de la democracia. **(128)**

Ante estas realidades, ya no se puede seguir tolerando que la historia de los pueblos indígenas sea una historia de exclusión, de discriminación y de agravios. Por lo que es necesario impulsar políticas concretas que permitan el acceso y manejo de dichos medios de comunicación, el Estado debe garantizar a los que menos pueden, la igualdad en el aprovechamiento de un bien público, como son los medios de comunicación. Hay pues la necesidad de un orden jurídico para que estos medios puedan ser gozados por todos los indígenas y no indígenas. **(129)**

Hay muchas décadas de desconfianza hacia la capacidad del Estado de actuar a favor de los pueblos menos favorecidos por el desarrollo como es el caso de los pueblos indígenas. Pero se debe mantener la esperanza, porque si se quiere transitar por un camino de diálogo y no de violencia, se quiere abandonar los trillados caminos del dominio y del engaño. Como personas, instituciones y organizaciones, preocupados por los problemas que atañen a nuestro mundo, y especialmente a los pueblos indígenas, debemos trabajar intensamente por propiciar una información plural y justa, favoreciendo la igualdad de todos al acceso a la información y defender en todo lugar la multiplicidad de mensajes y voces.

#### **2.6.4.- EL MOVIMIENTO INDÍGENA Y EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN**

En términos generales las nuevas leyes del Estado dejan espacios para el mantenimiento de las diferencias, es decir, la posibilidad de conservar costumbres distintas. Sin embargo, como en otros países, las relaciones interétnicas involucran



decisiones políticas que influyen el acceso a la riqueza y al poder, decisiones que hasta la fecha han sido tomadas principalmente por un restringido grupo social. **(130)**

Actualmente, las relaciones y redes que conectan individuos y grupos, sociedad y culturas diferentes se han ido incrementando considerablemente, imponiendo un replanteamiento de la expresión sociedad étnica o pluralista, presupone un contexto de encuentro, interacción y comunicación continua entre individuos pertenecientes a tradiciones culturales diferentes y la creación de un proyecto de desarrollo nacional que satisfaga a todos. Esta visión del desarrollo debe darse en base a un proceso permanente de comunicación que permita la participación de todos los componentes sociales y valore las especificidades étnicas del país. **(131)**

Cuando hablamos de etnicidad en la comunicación, nos referimos, a los procesos en los cuales se reconoce y comunica la identidad cultural entre los grupos indígenas. Esto se lleva a cabo en un marco de relatividad contextual y oposiciones nosotros–ellos, en situaciones de contacto y diferenciación en las que la identificación y distinción de los demás es el instrumento para construir y afirmar la propia identidad étnica y estipular objetivos y estrategias de desarrollo propios. Al mismo tiempo, se mantiene la negociabilidad de la identidad étnica (dimensión subjetiva y creencias) que permite organizar las comunidades como áreas abiertas al contacto y a la comunicación intercultural. Este es el requisito para una verdadera sociedad pluriétnica. **(132)**

Sólo en los últimos años se ha reconocido, la importancia de la comunicación como elemento central de la identidad y de las dinámicas ligadas al desarrollo y al bienestar de la población indígena. Este aspecto ha sido considerado recientemente en varios proyectos de desarrollo que han realizado mensajes y materiales de comunicación respetuosos de las diferencias culturales y lingüísticas, así como del conocimiento tradicional del agricultor indígena. Sin embargo, son pocas las iniciativas de comunicación para el desarrollo realizadas por indígenas. Existe una carencia de programas que refuercen la capacidad de los mismos grupos indígenas en comunicación. **(133)**

Un enfoque de comunicación intercultural para el desarrollo requiere, en primer lugar, el manejo de procesos locales de comunicación por parte de los pueblos indígenas que puedan integrar también el uso de medios como la radio, el video, las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) y otros en función de objetivos de desarrollo indígena, así como también la formación de comunicadores indígenas para que se apropien de los diferentes medios al servicio de sus comunidades. **(134)**

#### **2.6.4.1.- COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

La comunicación no es una variable independiente o aislada del desarrollo, sino que por lo contrario es un elemento central de éste, sin el cual no se puede alcanzar el



crecimiento. El crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles económicos, políticos, culturales, psíquicos y espirituales de la vida de los individuos o de la población, a través de la satisfacción de sus necesidades básicas; es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales, el detonador de todos esos elementos es la adquisición de conciencia sobre las realidades o problemas que se tienen que resolver. Esto significa, que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad antes se requiere generar un previo crecimiento mental de la misma. De lo contrario, no existen condiciones apropiadas para la gestación del desarrollo: el desenvolvimiento de los individuos, comunidades o de un país, parte de la evolución de su intelecto y no de la multiplicación acumulada de simples acciones materiales. **(135)**

En este contexto político, el acceso o el manejo de los medios de comunicación por parte de los pueblos y comunidades indígenas, permitirá dar a conocer las violaciones de los derechos humanos que sufren. Ya no podemos seguir tolerando que la historia de los pueblos indígenas sea una historia de exclusión, de discriminación y de agravios. Es un agravio a la conciencia no reconocer a los que tanto han aportado para la patria.

Desde una concepción antropológica, el desarrollo debe ser descrito como un proceso de cambio, propiciado por la acción social, con el fin de mejorar la calidad de vida de todos los miembros de un grupo humano. En esta línea, "muchos cambios son posibles si se orientan a la preservación de los sistemas locales, a la vez que se hace que éstos funcionen mejor. El desarrollo eficaz se apoya en las prácticas culturales y en las estructuras sociales indígenas". Paralelamente, parte de esta acción de cambio debe consistir en remover las limitantes estructurales y sociales que inhiben el mejoramiento de la calidad de vida, entendida ésta como el conjunto de necesidades individuales y colectivas del ser humano. **(136)**

En este mismo sentido, debemos entender que para maximizar los beneficios sociales, y económicos, de cualquier acción de desarrollo, todo proyecto tiene que tener las siguientes cualidades:

- Ser culturalmente compatible.
- Responder a necesidades percibidas localmente.
- Implicar a la gente en la planificación y puesta en práctica de los cambios que les afecten.
- Aprovechar las organizaciones tradicionales, y
- Ser flexibles. **(137)**



El desarrollo indígena está ligado tanto al derecho de estos pueblos a determinar y dirigir procesos de desarrollo en sus territorios, como de negociar oportunidades más justas en el marco de desarrollo de sus estados. Esto quiere decir, mantener el control sobre sus procesos culturales, decidir sobre el uso de los recursos naturales y productivos, y tener acceso a los mercados. **(138)**

Entre los diversos factores que hacen posible el desarrollo sustentable, podemos destacar dos: Uno, la participación y toma de decisiones compartida y, dos, la apreciación de la cultura como fuerza mediadora en el desarrollo.

La comunicación se convierte en un instrumento vital para alcanzar y desarrollar estos dos elementos. En las comunidades indígenas los procesos de conocimiento, información y comunicación que tiene que ver con el desarrollo y, en general, con los procesos de modernización y cambio, se operan a través de canales diversos, tanto formales (institucionales) como informales (tradicionales). **(139)**

Los canales formales, están conformados por: las instituciones del estado, las escuelas, los sistemas de salud, los servicios de asistencia técnico-productivo, los programas de desarrollo y las ONGD (Organización No Gubernamental para el Desarrollo), los bancos y los fondos de crédito, las empresas particulares, las instituciones de carácter religioso, los medios de comunicación, y otras instancias que atienden a la población. Estos canales, mayormente actúan en función de objetivos específicos ajenos a las culturas indígenas, y tratando de orientar las decisiones de éstas (no olvidemos la base de producción agrícola de estas poblaciones) en función del mercado, del aumento de la producción y de la productividad, informando y capacitando sobre tecnologías, créditos, inversiones, formas de organización y de comercialización, etc. **(140)**

Por el contrario, los canales informales, se dan a nivel de la familia, de las unidades productivas, de la comunidad, de las organizaciones tradicionales. Se estructuran en base a sistemas tradicionales de conocimiento y comunicación, que permiten reproducir la cultura y las formas productivas y de manejo del territorio en base a recursos y métodos de alcance de la persona. Es necesario decir que los sistemas tradicionales de comunicación y conocimiento están permanentemente sufriendo fuertes procesos de cambio, los cuales varían dependiendo del proceso de aculturación por la presión de la sociedad no indígena.

En el marco de un enfoque de comunicación para el desarrollo, estos canales deben ser aprovechados para generar, integrar y difundir conocimientos e informaciones útiles y culturalmente adecuados y permitir en un proceso de retroalimentación continua entre varios interlocutores o grupos étnicos, lo que se ha dado en llamar comunicación participativa. Así, un uso planificado y participativo de los canales existentes por parte



de protagonistas indígenas en el marco de procesos de desarrollo sobre base cultural es una condición para la creación de sistemas de comunicación intercultural. **(141)**

### **2.6.5.- CONTEXTO ESPECÍFICO EL PROBLEMA DE LA COMUNICACIÓN**

Como ya manifestamos, los medios de comunicación juegan hoy en día un papel determinante, toda vez que influyen en la vida cotidiana de todas las personas y, directamente, en su capacidad de interacción en el campo social, cultural y político.

“Los medios de comunicación se han convertido en “mediadores” de las diversas actividades sociales, políticas, económicas, educativas y culturales de nuestro tiempo. Pero esta función resulta contradictoria. Por una parte, los medios de comunicación posibilitan el acceso a dichas actividades y contribuyen a la construcción de las identidades propia y del otro, pero, por otra, ponen barreras a su acceso o tergiversan la imagen y la identidad, especialmente la del otro”. **(142)**

De otra parte, las transmisiones que se dan en los medios de comunicación, visuales incluidos, siguen transmitiendo mayoritariamente imágenes estereotipadas y etnocéntricas respecto a los pueblos indígenas, cuando no suponen una invisibilidad de éstos, tanto en el plano internacional como en el local o nacional. Sin embargo, en el campo alternativo, se desarrollan intentos serios por ocupar un espacio y transmitir una realidad de estos pueblos, trabajando desde puntos convergentes (uso de lenguas, recuperaciones culturales, presentación de problemáticas sectoriales...) hacia un verdadero uso de la comunicación en el desarrollo, reivindicando el derecho a comunicar como un derecho humano fundamental y un requisito de las prácticas verdaderamente democráticas. **(143)**

Por ello, cabe indicar, que para que el mundo sea capaz de avanzar en la búsqueda del desarrollo sustentable, la paz, la justicia social, la igualdad étnica y de género, es fundamental que los grupos y organizaciones de ciudadanos a través del mundo tengan una mayor participación en las decisiones que les conciernen y desarrollen su capacidad para proponer alternativas viables y prioridades para el desarrollo económico y social. **(144)**

Esta posibilidad depende cada vez más del acceso de estos grupos a los beneficios que les ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información. No obstante, el acceso a estas tecnologías es altamente desigual en las distintas regiones geográficas y grupos sociales, lo que ocasiona el aumento de la brecha entre aquellos que tienen acceso a abundantes fuentes de información y los que se ven desprovistos de las mismas, reforzando la marginación que ya existe en términos de desarrollo y de recursos técnicos. **(145)**



En el actual momento que vive la comunidad campesina y los movimientos sociales alrededor del mundo de la comunicación, constituye el principal objetivo estratégico, debido a que esta es la principal arma que tiene el capital para fortalecerse y socializar sus modos de vida. Resulta lamentable que casi todos los medios de comunicación en todo el mundo estén al servicio del capital, en muy pocos países hay propuestas alternativas de comunicación. Por lo que, es imperativo fortalecer una comunicación autónoma trabajada desde una lógica de redes y alianzas que le permita articular a nivel internacional sus luchas y propuestas políticas, en este sentido la comunicación asume nuevos roles pues a más de informar, formar, debe movilizar y transformar.

No basta con la legislación a favor de los derechos que la Constitución ya reconoce a los pueblos y comunidades indígenas sino también legislar para establecer políticas concretas que les permitan el acceso y al manejo de dichos medios de comunicación. El que los pueblos y comunidades indígenas adquieran y manejen sus radios y tv comunitarias, o desarrollen centros digitales, centros de video indígena, propios, requiere financiamiento y apoyo técnico que debe ser previsto por esa misma situación de desigualdad. **(146)**

#### **2.6.6.- EL ESPACIO DEL SECTOR CAMPESINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Las nacionalidades indígenas ecuatorianas, han experimentado grandes cambios en sus formas de vida económica, política y cultural desde la imposición de la "modernidad" y el "progreso", imposición que significó cambios radicales en los conceptos y roles.

Las relaciones de los individuos a nivel mundial, en general mediatizadas por vías electrónicas de registro y comunicación, son día a día más crecientes e involucran diversos tipos de intercambios o articulaciones entre prácticas de actores locales y globales o incluso entre actores locales. (Franco 1990:111). Pero estos procesos han sido (por la estructura de la propiedad de los medios) generalmente unilaterales, y en los cuales han sido los emisores de los medios quienes han producido erróneamente y tergiversadamente imaginarios y símbolos sociales relacionados con lo indígena, y sobre los cuales los pueblos indios tenido ninguna participación. Las denominadas "políticas de comunicación nacional" han respondido más bien a criterios de "unidad nacional", proceso que oculta la heterogeneidad estructural del país, al tiempo que defiende los privilegios del poder económico. **(147)**

Así como hablar de la propiedad de los medios de comunicación es hablar de poder económico; hablar de los "mass media" en su dinámica audiovisual es hablar del poder ideológico. La comunicación y por tanto la cultura en la sociedad de la información está organizada, desde hace algún tiempo, en torno al sistema audiovisual y, actualmente,



la digitalización de todos los mensajes, audiovisual, impresos, e interpersonales, conforman un hipertexto globalizado o interactivo que forma parte del universo de los mass media. (Borges, Castells 1997:28). La era de la imagen nos ha rodeado de ideas que contribuyen a formar o deformar nuestra representación del mundo. **(148)**

Cada vez más nuestra percepción del mundo se remite exclusivamente a lo visual. Y la imagen del indio (hombre-mujer) se ha prestado para entrar en él. Así por ejemplo las propagandas electorales, la publicidad institucional o de productos utilizan en sus imágenes a los indígenas para reforzar sus contenidos persuasivos. De hecho, una de las aerolíneas estadounidenses había tomado la imagen del quichua (con su traje típico) para promocionar sus servicios. **(149)**

Lamentablemente estos espacios solamente buscan mayor rentabilidad, no se debe a una conciencia étnica y mucho menos de género, el hecho de que aparezca un o una indígena en sus propagandas. Si la mujer o el indio quichua vende, se le dará un espacio tergiversándolo o no; lo mismo sucede con las propagandas oficiales de gobierno que utiliza la diversidad folklóricamente para mostrarse como "pluralistas y democráticos". **(150)**

En el Estado ecuatoriano, que actualmente se dice democrático y cuya Constitución Política se muestra progresista y humanitaria, la realidad es bastante paradójica. Por ejemplo, en el capítulo de los derechos sociales y culturales, en su art. 81., sección 10 sobre la comunicación, el Estado garantiza el acceso a: "fuentes de información; a buscar, recibir, conocer, y difundir información objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa, de los acontecimientos de interés general, que preserve los valores de la comunidad, espacialmente por parte de los periodistas y comunicadores sociales". En el mismo artículo " prohíbe que por cualquier medio o modo promueva la violencia, el racismo, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y cuanto afecte a la dignidad del ser humano". (Constitución 1998:40). **(151)**

Entonces, será importante el participar en la creación de las políticas públicas del Estado, pero también al interior de los pueblos y nacionalidades ir creando políticas de comunicación propias. De hecho tanto la CONAIE (organización nacional), el Ecuarrunari (regional andina), la CONFENIAE (regional Amazonía), y en menor medida la COINCE (regional costa), están buscando sus propios espacios de comunicación, el acceso a los medios y capacitación profesional que permita el acceso al espacio global, pero con identidad. (152)

#### **2.6.6.1.- LOGROS ALCANZADOS**

A nivel interno se ha obtenido:

Un paulatino fortalecimiento de la identidad cultural y de género.



Fortalecimiento de las organizaciones indígenas con mayor participación de la mujer.

Elevar poco a poco la conciencia de los hombres en torno a la equidad hombre-mujer.

A nivel externo se ha logrado:

Conocimiento por parte de la sociedad nacional de la existencia de los pueblos indios.

Apropiarse de espacios simbólicos del mundo urbano como espacios de interculturalidad.

Más que actividades esporádicas y aisladas es necesario que los gobiernos de turno planteen políticas de comunicación "macro", que contemple varias acciones coordinadas hacia el desarrollo de la comunidad indígena. Hoy se puede manejar esto bajo la tutela de los derechos colectivos. **(153)**

### **2.6.6.2.- ESTRATEGIAS**

La generación de riqueza, el ejercicio del poder y la creación de códigos culturales han pasado a depender de la capacidad tecnológica de las sociedades y las personas, siendo la tecnología de la información el núcleo de esta capacidad (Castells 1998: 870)

Entonces se están utilizando las mismas armas de la globalización (la tecnología) para afirmar las identidades locales, no para aislarse, sino como mecanismo de inclusión de los excluidos y excluidas. Estas nuevas formas de relacionamiento también requieren de estrategias en dos direcciones, interna y externamente. **(154)**

#### **2.6.6.2.1.- ESTRATEGIAS INTERNAS**

El Ecuarunari establezca políticas de comunicación dentro para los pueblos de la nacionalidad quichua.

Fortalecer las radios y otros medios comunitarios de comunicación.

Iniciar un proceso de comunicación intracultural, es decir hacia adentro para el conocimiento, valoración y respeto de las diversidades, de género, cultura y generación.

Recuperación y fortalecimiento de los medios y formas de comunicación ancestral.

Regularizar las formas de comunicación cultural, como los festivales, ferias, exposiciones, en todas las zonas y localidades indias y no indias.

Trascender de la atención solamente del espacio rural, a la población india urbana, cuyo porcentaje es cada vez más amplio y que también se encuentra más directamente afectado por la crisis de las ciudades. **(155)**



### **2.6.6.2.2.- ESTRATEGIAS EXTERNAS**

Una política de interculturalidad, la difusión y el conocimiento de la cultura india hacia la sociedad nacional.

Iniciar con la realización y transmisión de programas con temas indígenas en radio y televisión.

Demandar espacios de prensa, y frecuencias de radio y televisión, para la democratización de la comunicación.

Tomar medidas ante el incumplimiento del derecho a la comunicación, como ciudadanos ecuatorianos, como también de los derechos colectivos como ciudadanías diferenciadas.

Demandar el acceso a las tecnologías de punta, y capacitación a profesionales indios.

Conciliar los espacios locales y globales, fortalecer las identidades locales y participar en el espacio regional y global.

Todo esto permitirá la validación del espacio local, del conocimiento local de la cotidianidad. La globalización ha validado el "conocimiento global" como sinónimo de desarrollo y se desconoce el valor del conocimiento generado a nivel comunitario y su potencial de hacer aportes valiosos al conocimiento global (Burch 1997:80); más aún cuando este conocimiento global no ha respondido a la dignificación humana ni a la convivencias de pueblos diferentes. Entonces los aportes de todas las culturas deberían ser bienvenidas en honor a la vida. Ya que el "fin de la historia" no se ha dado, y la historia humana está por construirse. **(156)**

### **2.6.6.2.3.- CONCLUSIONES**

Las programaciones y noticieros manejan discursos "racistas" solapados frente a lo indio, lo negro o lo pobre.

Se debe ir construyendo políticas de comunicaciones claras, profundas, de respeto a las diversidades e identidades, más que en actividades sueltas o esporádicas se debe crear políticas a mediano y largo plazo del Ecuatorunari.

Se trata de tener políticas comunicacionales que respeten a la mujer, al joven, al anciano, al niño, solo así será una comunicación alternativa.

El papel del Estado es muy débil en el control del acceso a los medios, encubre su monopolio, por lo tanto se debe demandar de éste un mayor control y democratización.

El conocimiento global, no ha respondido a la dignificación humana ni al respeto y convivencia pacífica de los pueblos. "La sociedad red", "la sociedad de flujos", "la aldea global" en América Latina no ha logrado el "progreso", al contrario ha acumulado más



la pobreza y la marginalidad, el "analfabetismo cibernético"; es tiempo de dar valor al conocimiento local, cotidiano, no académico de las culturas ancestrales, tal vez solo así el conocimiento global será válido si contribuye en favor de la vida. **(157)**

## **2.7.- CULTURA, TRADICIÓN E IDENTIDAD**

El mundo campesino ha experimentado notables cambios, los cuales se han manifestado en los más diversos ámbitos y niveles del sector rural. En la medida en que dichas transformaciones se caracterizaron por su globalidad, resulta obvio que este fenómeno haya impactado al sistema cultural campesino. Precisamente, por nuestro trabajo de investigación, queremos empezar definiendo lo que se entiende por cultura y cómo esta se presenta en el sector campesino.

“La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano”. **(158)**

“El tema de la cultura y el desarrollo local si se le examina atentamente en todas sus dimensiones, puede ser rico y productivo. Hay que situar el problema de la cultura de la gente (cultura local) y más específicamente de la cultura rural, en el contexto de la mundialización: Hoy en día, por muy original que sea una cultura, estará sometida a los mensajes de una información tanto inmediata como mediatizada e impregnada de lo que se denomina la cultura de masa. No es difícil comprender el fenómeno si no perdemos de vista que la cultura no comprende sólo las artes y las letras, sino que también los modos de vida, los valores, en resumen: la civilización. **(159)**

El concepto de cultura para la gente recurre a otras nociones. Se trata de la cultura propuesta como un conjunto de servicios puestos a la disposición de la población: cines, museos, teatros, etc. La organización de estos servicios, que depende muy a menudo de los poderes públicos, es el resultado de una política cultural y, como tal, depende de principios que están en permanente discusión. En la reflexión sobre el desarrollo local no se pueden separar ambos conceptos, cultura de la gente y cultura para la gente. Tampoco puede estar ausente la dimensión cultural en los proyectos de desarrollo, ya que de lo contrario, estos serían incompletos ya que se les habría privado de una parte de su eficacia”. **(160)**

El campo constituye, especialmente, una mina de culturas latentes o patentadas. Las diferencias existentes entre regiones, localidades y pueblos, entre generaciones y grupos sociales, son diferencias culturales. En vez de hacer desaparecer o de permitir



que desaparezcan estas diferencias, ¿no sería más conveniente intentar consolidarlas, promoverlas, en una palabra cultivar la diferencia? Por esta razón, una política cultural para el desarrollo debe ser una política adaptada, selectiva, decidida lo más cerca del "terreno". Con la preocupación constante de que el objetivo de las repercusiones económicas no oculte el del estímulo de las comunidades, de la gente, de los individuos en sí mismos, el deseo de cultura.

### **2.7.1.- ¿EXISTE AÚN UNA CULTURA CAMPESINA?**

Es innegable que existen diferentes culturas locales, así como también una cultura diferente, más general, la de los campesinos. Si bien es cierto que hace algunas décadas la cultura campesina tuvo una significación muy importante, hoy en día su situación es relativa, ha perdido protagonismo, será que el mundo rural no está aún impregnado de esta cultura tan especial, que es incapaz de afirmarse por sí misma. **(161)**

Si consideramos que el término comunidad se ha utilizado para describir colectivos humanos caracterizados por estar asentados en un área. Si consideramos que el término comunidad se ha utilizado para describir colectivos humanos caracterizados por estar asentados en un área geográfica delimitada, tener una población homogénea, carecer de una infraestructura importante, compartir intereses, tener prácticas colectivas y, finalmente, por su cohesión interna fundamentada en la solidaridad y la cooperación. No sería exagerado decir que la sociedad se caracterizaría en oposición a la comunidad, como la pérdida de estos valores de totalidad, profundidad, solidaridad, etcétera, y su reemplazo por relaciones de tipo contractual y mercantilista. **(162)**

Por ello que la cultura o la "subcultura" campesina, posee rasgos distintivos que la han caracterizado y que aún la caracterizan: es ésta la que da siempre un sentido a la noción de campesino. Sus rasgos distintivos se encuentran vinculados a su origen doble. Por un lado, un origen endógeno: que corresponde al contacto permanente que tienen los campesinos con la Naturaleza, con la actividad manual, al carácter artesanal y multidimensional de la actividad profesional, recurriendo a la biología, a la química, a la mecánica, a la economía, etc. Por otro lado, un origen exógeno: que corresponde a las secuelas del desprecio, a la alienación, e incluso a la opresión que han sufrido durante siglos. **(163)**

La cultura campesina no se encuentra aislada ni es independiente. Esta se encuentra profundamente penetrada por la cultura dominante, a la que acepta tal cual, la incorpora o más raramente interpreta para asimilarla. La multiplicación de contactos interpersonales al exterior del mundo rural y el acceso directo a la información difundida por los grandes medios de comunicación, ponen al campesino en la situación de verse confrontado, "como todo el mundo a los modelos propuestos por la cultura de masa". Y aunque este campesino tenga una percepción eventualmente específica de estos



modelos, no es menos cierto que su cultura distintiva se ve profundamente alterada.

**(164)**

La dificultad es siempre la misma: procurar que la población campesina asuma la iniciativa cultural y que ésta, aun cuando provenga del exterior, consolide la identidad y la cohesión social. Son muchos los festivales, las exposiciones artísticas, en los que el paisaje rural no es más que un decorado para manifestaciones prácticamente reservadas a un público urbano. Habría que hacer una elección entre una animación concebida urbano. Habría que hacer una elección entre una animación concebida como simple acompañamiento de veraneantes ociosos y una dinámica de acogida más auténtica, más difundida y más capaz de labrar en profundidad el terreno con el fin de estimular su desarrollo. **(165)**

Pero un verdadero análisis no puede quedarse en esto. Una exposición técnica, algo fría y pesada nos hace correr el riesgo de ocultar lo esencial: esto puede resumirse en una frase que servirá para afirmar que, cualquiera que sea la forma que adopte la cultura, ésta constituye el mejor y el más eficaz de los vectores del desarrollo, ya que contribuye a la valorización del potencial colectivo y favorece el crecimiento de la personalidad de los individuos. **(166)**

Es necesario, que comprendamos que las sociedades campesinas son diferentes a las sociedades "modernas", porque, la perdurabilidad de las sociedades campesinas nos demuestra que a través del tiempo, han soportado muchos fenómenos o hechos sociales que se han venido dando a lo largo de la historia. El hecho de no comprender que factores subyacentes se encuentran en la racionalidad de éstas sociedades (a nuestro criterio, ni siquiera aceptamos que son personas que prefieren hablar de solidaridad antes que de dinero) hace que pensemos que las soluciones están por el lado de "convertirlos en algo" que ellos no desean. Y si no desean es, básicamente, porque no valoran la economía de mercado ni el fenómeno de globalización. **(167)**

## **2.7.2.- INFORMACIÓN, CULTURA Y CRECIMIENTO**

“La revolución más radical de una sociedad se da a partir del momento en que los individuos que la conforman modifican su concepción del hombre, del mundo y de la vida y la llevan a la práctica. La evolución de una nación empieza con su cambio cerebral y no con la simple mutación materia de su entorno”. **(168)**

En éste sentido, el hombre y la sociedad son lo que piensan; y al principio del siglo XXI el pensamiento personal y social, cada vez más, se forma y depende del funcionamiento de los medios de información colectivos. Sin embargo, hay que tener presente que no es la simple cantidad desbocada de difusión de información la que propicia el desarrollo, sino la calidad y organicidad que guarda ésta con respecto a



realidad y las prioridades de crecimiento que se requieren resolver. La distribución irracional y saturante de información colectiva, puede generar una sociedad enajenada en su conocimiento, produciendo un estancamiento de la misma. **(169)**

Por lo tanto, hay que crear y transmitir aquellas informaciones que permitan relacionar nuestra toma de conciencia con aquellos programas de acción concreta que tiene instrumentados el aparato de gobierno y la sociedad civil para crecer. De lo contrario, de muy poco servirá la generación de conciencia social sobre nuestra problemática nacional, a través de los medios de difusión, si éstos no encuentran una canalización específica mediante los proyectos de trabajo de la sociedad y del Estado: la información puede obrar como abono del cambio social, sólo si se coloca en el campo cultural y social propicio para germinar. **(170)**

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. Es decir, la televisión se ha transformado en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la sociedad actual. **(171)**

## **2.8.- HACIA OTRO CAMBIO DE CONCIENCIA VÍA LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN: EL MODELO DE COMUNICACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO**

Queremos expresar, que para efectos de esta investigación, nuestro interés es poder exaltar cuanto mayor es hoy el peso de los medios masivos, procurar una evaluación de esa influencia e interpretar si esa influencia beneficia o perjudica a la cultura.

Nos guste o no los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades, construyen la agenda de los temas sobre los que discutimos a diario, y hasta han cambiado las formas de gobernar y hacer política.

Nosotros pensamos que los medios de comunicación masivos deben comprender a sus auditorios como complejos sectores humanos enmarcados por múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, habitacionales, étnicas, nutricionales, lingüísticas, políticas, etc., que deben resolver para subsistir. Es decir, deben ser abordadas como sectores que se encuentran en distintas fases de su desarrollo económico, político, social, cultural, psíquico y espiritual; y no como meros receptores pasivos de información y decisiones centrales que son susceptibles de ser o convertirse en sujetos de mercado. **(172)**

Por consiguiente, los medios audiovisuales deben funcionar frente a sus públicos como tecnologías culturales capaces de producir cargas informativas y atmósferas emotivas



que crean conciencia para enfrentar las contradicciones que impiden su progreso. En otras palabras, los medios deben actuar como instrumentos culturales de desarrollo nacional y regional, a través de la distribución de sensibilidades y conocimientos especializados por zonas de conflictos, y no como empresas aisladas productoras de abundante información comercial o parasitaria desvinculada de las urgentes necesidades de sobrevivencias municipales y estatales donde actúan. Situación que ha sido enormemente demandada por los diversos grupos sociales y políticos de la sociedad actual. **(173)**

“En el siglo XXI en el que el desarrollo de los medios de comunicación y el proceso de globalización marcan la tendencia del desarrollo social, las ideas y los conceptos que éstas encierran tienen un papel de primer orden. Es en este sentido, se necesita una cultura donde los derechos del hombre deben estar en primer plano. Se debe ofrecer una cultura donde esté presente como algo fundamental la tolerancia, comprensión, respeto y aceptación a los principales derechos humanos”. **(174)**

La humanidad necesita una cultura donde los valores de amor hacia el prójimo, de igualdad social, de solidaridad y de democracia sean los elementos que contribuyan a la formación de las nuevas generaciones del siglo XXI. En la entrega de esta cultura, los medios de comunicación juegan un papel relevante y de primer orden. Es por eso que entre la cultura y los medios de comunicación hay una relación dialéctica. Esta relación dialéctica también se da entre la base económica y la superestructura de la sociedad. La superestructura es dependiente de la base económica en cuanto a que es ésta la que determina la superestructura política e ideológica de la sociedad. **(175)**

En la sociedad capitalista dividida en clases antagónicas, la superestructura asegura el dominio político e ideológico de la clase capitalista, que ocupa la posición dominante en la economía. En la vida y en un sistema social, nada es tan rígido y determinado. La superestructura tiene una dependencia relativa de la base. La base económica influye en la superestructura a través de la conexión de intereses económicos y políticos representados en las diferentes ideologías, clases y organizaciones políticas que las representan. La historia de la humanidad y del desarrollo de la sociedad es el producto de la lucha de clases. Es a través de la lucha de clases que se puede cambiar la base económica de la sociedad. **(176)**

La lucha ideológica como parte integrante de la lucha de clases adquiere hoy una importancia extraordinaria considerando el proceso de globalización y el desarrollo de los medios de comunicación y la concentración de éstos en poder de la clase dominante, lo que convierte la libertad de información en una falacia. El poder mediático, al servicio del proyecto hegemónico, distorsiona la verdad, manipula la historia, fomenta la discriminación en sus diversas variantes y promueve la resignación ante el actual estado de cosas presentándolo como el único posible. **(177)**



Es fundamental contrarrestar la propaganda de los centros hegemónicos haciendo circular las ideas emancipadoras a través de todas las vías: emisoras de radio y televisión, Internet, prensa alternativa, cine, medios comunitarios y otras, y difundir los proyectos de desarrollo y las experiencias de participación y educación populares, para que puedan convertirse en referentes de la reconstrucción de las utopías que impulsan la historia”. **(178)**

Además el fenómeno de la comunicación ha sido decisivo e indispensable para la creación de la cultura. Es decir, el intercambio de los hombres entre sí y la interacción del hombre con su medio, ha generado un conjunto de hábitos, de informaciones, de elaboraciones, que se consolida en lo que llamamos “cultura”.

Los medios de comunicación son un ámbito privilegiado de la cultura, la cual les asigna hoy una enorme importancia. Nos referimos específicamente a los medios de comunicación social, es decir, a aquellos que son compartidos al mismo tiempo por muchas personas: la radio, la TV, los periódicos, internet. Porque hay medios de comunicación que son más “privados”: el teléfono, el correo, el mail, etc., y que no es nuestra intención abordarlos detenidamente. La cultura de nuestro tiempo parece dominada y plasmada por medios de comunicación novísimos y potentes (la radio y sobre todo la televisión), hasta el punto de que a veces parecen imponerse como fines y no como simples medios, incluso por las características de organización y estructura que requieren. Sin embargo, este aspecto de los mass-media modernos no debe hacernos olvidar que se trata siempre de comunicación y que ésta es por naturaleza siempre comunicación de algo. Así, pues, sobre los contenidos hay que apelar siempre al sentido de responsabilidad de los comunicadores y al sentido crítico de quienes reciben la comunicación. **(179)**

Lo importante entonces, es que la finalidad de la comunicación no está en el medio, sino en la edificación del mismo hombre. Es decir que la comunicación, si edifica, es buena; si no edifica, es mala. Vale decir que la comunicación puede ser calificada moralmente. Y lo que califica moralmente es el fin (la plenitud de la persona) y el contenido. La importancia del mensaje “Como hay un hombre comunicador al comienzo de la comunicación y un hombre receptor al final de ésta, los instrumentos de comunicación social facilitarán el encuentro entre fe y cultura si favorecen el encuentro entre las personas, a fin de que no se forme una masa de individuos aislados en la que cada uno dialogue con la página, el escenario y la grande o pequeña pantalla, sino una comunidad de personas conscientes de la importancia del encuentro con la fe y la cultura, y decididas a llevarlo a cabo por medio del contacto personal en la familia, en el lugar de trabajo y en las relaciones sociales” **(180)**



## **2.9.- LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DIÁLOGO INTERCULTURAL**

Las referencias culturales determinan nuestra identidad y las maneras en que construimos la realidad; afectan nuestra autopercepción, la forma en que nos relacionamos con los demás, y el modo en que interactuamos con el mundo. Los medios de comunicación no solo influyen considerablemente en lo que pensamos, sino también en lo que hacemos. La mundialización es no sólo un proceso económico y tecnológico. Una mayor interacción entre las personas, la libre circulación de la información y la interdependencia cultural son también consecuencias de nuestro mundo en vías de globalización. Comunicar superando las diferencias culturales es un reto básico del mundo contemporáneo. Así pues, los medios de comunicación tienen un papel de auténtico “mediador” en el fomento de la conciencia mundial. **(181)**

La Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural aprobada en 2001, considera la diversidad cultural como el patrimonio común de la humanidad y reconoce el potencial del diálogo intercultural. La Convención declara en su Preámbulo que “la cultura debe ser considerada el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. **(182)**

Teniendo presentes estos marcos, importa destacar que el uso de la información y la comunicación para asegurar que las diferentes culturas tengan espacio para expresarse libremente (en sus propios términos) es vital para promover el entendimiento mutuo entre los pueblos y entre las culturas. Los medios de comunicación tienen la capacidad de facilitar este diálogo intercultural. Oponiéndose a las actitudes predominantes y a los supuestos en relación con los numerosos “otros” de nuestro mundo, los medios de comunicación pueden superar los estereotipos, eliminar la ignorancia que alimenta el recelo y la suspicacia, promoviendo de este modo la tolerancia y la aceptación de la diferencia que valora la diversidad como una oportunidad para el entendimiento. **(183)**

Uno de los principales problemas que se plantean cuando se promueve la libertad de expresión, y un escollo frecuente en el camino de la tolerancia y el entendimiento, procede de la tensión que se genera cuando la expresión ofende la cultura o la identidad del otro, o se confronta con ella. **(184)**

Respetar la diferencia cultural preservando al mismo tiempo la libertad de expresión aparecerá siempre como un conflicto que debe discutirse y negociarse en cualquier sociedad democrática. Tenemos derecho a una expresión franca e inclusive áspera siempre que no se haga con la intención de incitar a la discriminación, la hostilidad o la violencia. Cualquier intento de restringir la libertad de expresión debe ser ponderado en



función de este criterio. Del mismo modo deben respetarse nuestros derechos relacionados con la religión y la cultura. No hay una jerarquía de los distintos derechos humanos. Existen en interrelación y es justamente este respeto mutuo por todos los derechos lo que confiere al ser humano su dignidad. **(185)**

Es de vital importancia reconocer que la diversidad cultural es enriquecida por la experiencia y las contribuciones de todas las naciones, culturas y pueblos. La diversidad cultural promueve los valores universales y establece un terreno común donde ninguna cultura puede reivindicar el monopolio. Si bien es verdad que la diversidad puede ser causa de división, intolerancia y aún violencia, un medio de comunicación libre, pluralista y profesional constituye un foro para la negociación no violenta de las diferencias. **(186)**

## **2.10.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CONCIENCIA SOCIAL**

En el siglo XXI en el que el desarrollo de los medios de comunicación y el proceso de globalización marcan la tendencia del desarrollo social, las ideas y los conceptos que éstas encierran tienen un papel de primer orden. Es en este sentido se necesita una cultura donde los derechos de la mujer en igualdad con los derechos del hombre deben de estar en primer plano, y donde los derechos de los niños deben de ir de la mano con los derechos de la mujer. Se debe ofrecer una cultura donde esté presente como algo fundamental la tolerancia, comprensión, respeto y aceptación a la diversidad sexual, y dar al derecho a la libre elección de la opción sexual la categoría y connotación de uno de los principales derechos humanos. **(187)**

La humanidad necesita una cultura donde los valores de amor hacia el prójimo, de igualdad social, de solidaridad y de democracia sean los elementos que contribuyan a la formación de las nuevas generaciones del siglo XXI. En la entrega de esta cultura, los medios de comunicación juegan un papel relevante y de primer orden. Es por eso que entre la cultura y los medios de comunicación hay una relación dialéctica. Esta relación dialéctica también se da entre la base económica y la superestructura de la sociedad. La superestructura es dependiente de la base económica en cuanto a que es ésta la que determina la superestructura política e ideológica de la sociedad. **(188)**

La función social de la superestructura consiste en defender, proteger, fortalecer y desarrollar la base. En la sociedad capitalista dividida en clases antagónicas, la superestructura asegura el dominio político e ideológico de la clase capitalista, que ocupa la posición dominante en la economía. En la vida y en un sistema social, nada es tan rígido y determinado. La superestructura tiene una dependencia relativa de la base. La base económica influye en la superestructura a través de la conexión de intereses económicos y políticos representados en las diferentes ideologías, clases y organizaciones políticas que las representan. La historia de la humanidad y del desarrollo de la sociedad es el producto de la lucha de clases. Es a través de la lucha



de clases que se puede cambiar la base económica de la sociedad. La lucha ideológica como parte integrante de la lucha de clases adquiere hoy una importancia extraordinaria considerando el proceso de globalización y el desarrollo de los medios de comunicación y la concentración de éstos en poder de la clase dominante. **(189)**

“La concentración de la propiedad de los medios masivos de comunicación convierte la libertad de información en una falacia. El poder mediático, al servicio del proyecto hegemónico, distorsiona la verdad, manipula la historia, fomenta la discriminación en sus diversas variantes y promueve la resignación ante el actual estado de cosas presentándolo como el único posible”. “Es necesario pasar a la ofensiva con acciones concretas, como crear una red de redes de información, acción artístico-cultural, solidaridad, coordinación y movilización que vincule a intelectuales y artistas con los Foros Sociales y las luchas populares, y garantice la continuidad de estos esfuerzos y su articulación en un movimiento internacional ”En defensa de la humanidad”. **(190)**

La importancia de las ideas y el rol de los medios de comunicación alternativos en la difusión de ellas, queda reflejado y señalado en que:

“Es fundamental contrarrestar la propaganda de los centros hegemónicos haciendo circular las ideas emancipadoras a través de todas las vías: emisoras de radio y televisión, Internet, prensa alternativa, cine, medios comunitarios y otras, y difundir los proyectos de desarrollo y las experiencias de participación y educación populares, para que puedan convertirse en referentes de la reconstrucción de las utopías que impulsan la historia”. **(191)**

“En esta hora de especial peligro renovamos la convicción de que otro mundo no sólo es posible sino imprescindible y nos comprometemos y llamamos a luchar por él con más solidaridad, unidad y determinación. En defensa de la humanidad, reafirmamos nuestra certidumbre de que los pueblos dirán la última palabra”. **(192)**

## **2.11.- LA FAMILIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

La familia es la base fundamental de la sociedad, ya que en ella se van formando las actitudes sociales, a través de ella obtenemos aprendizajes básicos para el desarrollo de nuestra vida en sociedad, por lo que existe una interrelación continua entre familia y sociedad y viceversa. Uno de los temas más sobresalientes en nuestra sociedad tiene que ver con la influencia de los medios de comunicación en la vida familiar, por lo tanto conviene tratarlo a continuación.

Los medios masivos de comunicación como: la radio, la televisión, los diarios, revistas, el cine, y la Internet, constituyen herramientas fundamentales de comunicación, educación y entretenimiento que facilitan múltiples aspectos de la vida familiar, en ocasiones también transmiten mensajes e imágenes que pueden generar actitudes violentas, transmitir estereotipos sexistas o crear necesidades superfluas. Esto quizás,



“apoyado” por los propios padres, quienes absorbidos por sus trabajos fuera del hogar, debido a que la crítica situación socioeconómica los obliga a tomar hasta dos empleos, lo que agrava la situación; los hijos se embelesan en los medios que saturan sus mentes ofreciéndoles un amplio panorama de opciones para pedir y nunca estar satisfechos. Por lo que es imperativo retomar la acción oportuna y orientadora por parte de los padres de familia ante: la agresividad por imitación, la alteración de los valores personales, familiares, sociales y religiosos; la ligereza para imitar e identificar con los personajes propuestos en las programaciones televisivos. Conviene pues, conocer el tiempo que miran la televisión los niños y jóvenes, conocer cuáles son sus programas favoritos, si la escala de valores de esos programas encaja con la filosofía que profesa la familia.

En definitiva, es ineludible que los niños y adolescentes conozcan que los medios ofrecen una realidad elaborada por personas, y por tanto orientada en función de sus intereses, presiones y visiones del mundo.

### **2.11.1.- LOS VALORES**

La transmisión de valores es uno de los aspectos más importantes en la vida de una persona. Aunque los valores se inculcan ante todo en el núcleo familiar, el adolescente los aprende en todo lugar o ambiente donde emplee su tiempo. También espera encontrarlos en la televisión por ser el que más fuerza e impacto tiene sobre las personas. Para el adolescente la difusión por televisión de ídolos reales como Maradona y Britney Spears lo hace caer fácilmente en lo ordinario, vulgar y lo lleva a defender conductas desvergonzadas. Y se crean hábitos más “modernas” e “informales”.

El problema está en la forma como la televisión presenta los valores al adolescente. Los ejemplos y modelos a seguir (mujeres semidesnudas, la utilización de vocabulario no adecuado, la presencia de jóvenes que escapan de la escuela para irse a divertirse, entre otros) son en la mayoría de los casos nocivos para una mente y espíritu en desarrollo. Las actitudes, las opiniones o comportamientos que se transmiten por televisión no siempre ayudan a dignificar a la persona, sino que la ridiculiza, degradan o someten, entonces se habla de difusión de antivalores.

Y cuando la televisión transmite valores rescatables estos sufren frecuentes maltratos al ser presentados por héroes que generalmente son individuos rudos y violentos como en el caso de Rambo o Rocky. Entonces se confunde la bondad con la impotencia. Casi nunca se ve el heroísmo que la bondad implica.



Y aunque muchos dicen que la televisión transmite siempre lo que el público les pide, las diversas protestas demuestran lo contrario, que la televisión no emite habitualmente lo que el público quisiera ver.

La televisión no busca Dar una lección de buenas costumbres ni de moral, y se olvida que los adolescentes necesitan principios fundamentales de honestidad, veracidad y rectitud de conciencia.

### **2.11.2.- EFECTOS DE LA TELEVISIÓN**

En toda comunicación se persigue lograr un "efecto". Puede considerarse como un "efecto de los medios, todo cuanto se quiera que ocurra como resultado de una lectura, audición o de la observación de los mismos". La TV es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos, etc., que al medio le convienen. **(193)**

Se plantea que los niños pueden volverse apáticos ante la violencia de la vida real, después de observar violencia en un programa de TV. El hecho de ver TV a una edad temprana, está asociado con menor autocontrol y más conductas agresivas en una edad más tardía.

El sector más influenciado por la televisión es la niñez, ya que su limitada comprensión del mundo impide que el niño reconozca lo bueno de lo malo, violencia y armonía, risas con llanto, etc. Estudios han demostrado que en los programas infantiles se transmiten alrededor de 25 actos de violencia por hora, y en consecuencia los niños con mayor número de exposición a la televisión, tienden a ser más agresivos.

Otro factor en el que influye la televisión es en los hábitos alimenticios de la población, como por ejemplo que un niño no quiera salir a jugar porque está viendo la televisión, o que determinada persona por estar viendo la televisión no se alimente sanamente, sino que ordene comida chatarra, como una rápida alternativa.

Un factor muy importante por el cual la televisión perjudica a la sociedad es que actualmente un individuo promedio, por día, su exposición al televisor es de 7 horas diarias. Por eso es aconsejable reducir ese número y mirar lo estrictamente necesario y conveniente.

### **2.11.3- ¿INFLUYE EN LA CONCIENCIA LA INFORMACIÓN DADA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?**

“Para empezar a contestar esta interrogante hay que entender cómo influye en la conciencia de los jóvenes la televisión, ya que ésta provoca una modificación de la



conducta con programas impactantes; y excita las emociones y pasiones con programas como las series.

La televisión siempre tiene la intención oculta de influir en otro sin que este se dé cuenta “nadie escapa a la influencia de la televisión”. (Jorge Yarce, 1995).

Claro está, no todas las personas responden igualmente a los esfuerzos de la televisión por persuadirlas. La manipulación varía según la edad, el estado anímico, el sexo, el nivel cultural, la personalidad, las costumbres y la educación”. **(194)**

### **2.11.3.1.- EL ADOLESCENTE Y LA TELEVISIÓN**

“Dentro de los grupos más expuestos figuran los niños y los adolescentes porque su edad no les permite distinguir las intenciones de los mayores. Aunque el adolescente ha pasado ya la etapa de la infancia, donde la falta de criterio al seleccionar la oferta televisiva ocasiona los mayores problemas debido a que el niño aprende por imitación, no deja de ser vulnerable a los mensajes de la televisión, porque se encuentre aun en una etapa de crecimiento.

El adolescente ya distingue la realidad de la fantasía pero aún no tiene un criterio sólido y una posición personal frente a las cosas que lo hace fácilmente influenciado. Por esta razón asume nuevas actitudes y comportamientos, buscando siempre una imagen de sí mismo que se ajuste más a su idea del comportamiento de los adultos

Es aquí donde la televisión puede influir, presentando una falsa vida de los adultos, con fuertes dosis de hedonismo y violencia, de amores imposibles, buenos y malos, justicias e injusticias, ambición, barreras de clases sociales, intrigas, venganzas, infidelidades, mentiras, etc. Pero con muy poco amor auténtico, responsabilidad y madurez. Como ejemplo tenemos las películas de acción, las dramatizaciones o ciertas mini series que tratan temas con demasiada crudeza, denuncian ciertas desviaciones de la conducta humana o cuestionan circunstancias o situaciones particulares de la sociedad o de la cultura que percibe el televidente adulto sin ser afectado pero que pueden desorientar al joven porque las situaciones para ellos no son claras”. **(195)**

### **2.11.3.2.- COMO INFLUYE EN LA CONCIENCIA DEL ADOLESCENTE**

“Lo que no entiende el adolescente es que el mundo no está conformado por dos bandos, el de los buenos y el de los malos, si no por seres humanos cuyas acciones son más complejas que los que se presenta en la pantalla.

El hombre es un ser racional, dotado de la libertad para decidir y, por lo mismo, no está libre de equivocaciones, porque nadie es eternamente bueno o malo. Por lo tanto, la



visión simplista podría ser remplazada por otra en la cual los personajes aparezcan más humanos, más reales en situaciones más próximas a las de cada día. El afán de realismo puede confundir la conciencia de los jóvenes, si no existe una buena orientación al respecto es por eso la importancia del control de los horarios de emisión de la televisión, tanto por parte de las televisoras como por parte de los padres, los cuales no se encuentran exentos de los peligros a los que están expuestos sus hijos todos los días.

Esta confusión puede manifestarse en la pérdida de la sensibilidad. Un adolescente acostumbrado a ver escenas de violencia, entre las que se encuentran no sólo series policíacas o de acción sino también ciertos dibujos animados, no tendrá la misma sensibilidad ante un acto violento real como uno que ha visto dichas escenas. Y no sólo eso, también pierde el gusto por lo que no es violento.

Por lo tanto, el área más afectada por la televisión es la conciencia, pues la caja mágica intenta promover la compra y venta de algún producto mediante la explotación del sexo y el placer, colocándolos como final feliz de toda acción. Al hacer esto la conciencia no va dirigida hacia los buenos hábitos, hacia los valores humanos, o hacia el desarrollo cultural o intelectual; sino que ocasiona una grave distorsión de valores, que al darse en forma masiva altera notablemente el equilibrio de una sociedad". **(196)**

#### **2.11.4.- EL PAPEL DE LA FAMILIA**

El núcleo familiar es el primer contexto de aprendizaje para las personas, en su seno aprenden no sólo los niños sino también los adultos. Los cambios producidos en el interior de la familia desde los años 70, han dejado de lado el modelo tradicional, con una fuerte y rígida división de roles entre hombre y mujer y entre padres e hijos. Los padres optan por una educación para la libertad, valorizando la comunicación, el diálogo, la tolerancia. **(197)**

Las funciones principales de la familia incluyen el cuidado y protección de los niños y la tarea de socialización que supone educar a los niños a ser autónomos, emocionalmente equilibrados y capaces de establecer vínculos afectivos satisfactorios. Cada vez más se habla de un proyecto educativo familiar o (currículo del hogar) en el que se establecen unos objetivos, contenidos, y una metodología que determina la seña de identidad de cada familia. **(198)**

Los pilares esenciales son la comunicación, estilo educativo democrático, relación afectiva de comprensión y respeto. Por el contrario la inconsistencia en la comunicación, la dispersión de la autoridad, el autoritarismo, la sobreprotección, y las ambivalencias afectivas son fuentes claras de conflicto para los hijos y la familia.



La familia, pues, cumplirá la función esencial que desempeña en el desarrollo del sentido de competencia de los hijos, otorgándoles así la capacidad de funcionar de forma equilibrada a nivel emocional. Un estilo educativo familiar apropiado debe tratar de:

- Poner límites al número de horas y la hora del día en que sus hijos ven televisión y que tienen acceso la computadora/Internet. Considere usted hacer lo mismo.
- No permitir que los hijos tengan una televisión o computadora en sus habitaciones.
- Enseñar a los hijos como evaluar sus propios hábitos de uso de los medios de comunicación.
- Aprovechar de los programas que existen para bloquear programas de televisión en cable y en la computadora. Póngase en contacto con su compañía de cable para mayor información sobre programas para bloquear acceso a la televisión.
- Asegúrese que sus hijos hagan sus tareas de la escuela y de la casa antes de ver televisión o utilizar la computadora.
- Prohibir a los hijos dar información personal o de identidad (ni siquiera el nombre de la mascota de la familia) a extraños cuando estén utilizando el Internet.



## **CAPÍTULO III**

### **3.- HUAYRAPUNGO – SAN JOSE DE MASANQUI**

#### **3.1.- CONTEXTO HISTÓRICO**

San José de Masanqui, es un sector de la Comunidad de Huayrapungo, que nació luego de la ruptura de lo que fue la Cooperativa Santa Teresa de Huayrapungo, acontecimiento del cual no existen referencias escritas, ni se conoce a ciencia cierta el origen de su nombre. Por consultas personales realizadas a los moradores más antiguos que quedan en el sector, se conoce que anteriormente, se llamaba solamente “Masanqui” y que es a partir del año 1996 que se da el nombre de San José de Masanqui, en honor a su patrono, San José.

En una entrevista realizada a Don Andrés Puli acerca del significado de la palabra “Masanqui”, refiere que “según han contado los mayores, se puso ese nombre porque, subiendo unas dos horas, caminando desde el centro de la comuna, donde son los terrenos de don Serafín Allaico ha habido una piedra muy grande donde toda la gente iba a amasar y golpear el hilo preparado por ellos mismos para confeccionar su vestimenta, para que quede limpio y de allí sale “amasar” y se hace “Masanqui”. Al consultar con Don Serafín Allaico, hombre de 54 años, manifiesta que realmente él no sabía esto, lo que sí conoció fue la piedra grande, cuando él era joven y que después los que arrendaban la hacienda “cuando irían llevando”.

Es todo lo que se conoce del origen del nombre de Masanqui, por referencias verbales, como se señaló anteriormente, por parte de los habitantes mayores del sector.

Cabe anotar que de todo lo expresado, las generaciones jóvenes, desconocen por completo, pues en el sector la tradición oral se ha ido perdiendo paulatinamente.

Un aspecto que marcó la historia de San José de Masanqui, fue en los tiempos de la hacienda, hasta los años 60 y 70 del siglo pasado, época en la cual, al igual que en todo el país existían los capataces despiadados que servían a los hacendados.

En el caso de San José de Masanqui las tierras pertenecían al gobierno y eran arrendadas por los señores Moisés Toral (cuencano), anteriormente por el señor Virgilio Padrón de la ciudad de Cañar.

Al entrevistar a comuneros mayores, del sector, respecto al trato que recibían de los administradores y capataces de la hacienda, comentan que era por demás despiadado e inhumano, por pequeños errores que se cometían en el trabajo diario, eran golpeados brutalmente con el “fuate” y con el garrote.

Manuel Encarnación Tenelema, anciano de 82 años, cuenta que una vez, cuando era joven (21 años más o menos), hizo caer la vasija con leche y el capataz de esa época



del señor Moisés Toral le golpeó tanto que le rompió la cabeza en 3 partes y “ahí sí me rebelé y alzando el chicote y haciendo ondas diji: “ahora sí ven y pega otra vez, a mí tan duele, a vos, a ver”. Recuerda muy claramente que todo eso que dijo lo dijo en quichua, que la cara del capataz era de susto y que no entendía nada, pero sólo viendo lo que él hizo se dio cuenta de lo que pasaba. En su memoria está también que esa fue la última vez que el capataz le golpeó, aunque los insultos no se terminaron hasta cuando se acabó la hacienda y se fundó la Cooperativa de Santa Teresa de Huayrapungo en los años 70 y 80 del siglo anterior.

Todos los entrevistados coinciden en que los arrendatarios de la hacienda casi nunca venían al sector, que lo hacían cada tres semanas o al mes y que ellos eran buenos y no les pegaban ni insultaban nunca.

Manuel Jesús Tenelema recuerda que los patrones llegaban a veces con su familia y que iban pasando en la hacienda cuatro o cinco días y que se portaban bien, que cuando ellos estaban, hasta les daban de comer “cualquier cosita convidaban a mío mujer con wuawas”, dice.

Comenta que ellos (refiriéndose a los patrones) venían en tiempo de cosechas: (saque de papas, cosecha de trigo, cebada, habas, ocas, etc.), “pues en la antigüedad aquí juin producían los terrenos y era bueno, bueno sembrar”.

Dentro de este acápite, cabe resaltar un aspecto importante en lo que concierne al contexto histórico y es el referente a la apertura del carretero de acceso a la comunidad, el cual cambió el rumbo de la producción económica, puesto que al abrirse la posibilidad de transportar la leche, la población puso su mirada y énfasis en la producción lechera, dejando de lado la agricultura casi en su totalidad, cultura que permanece hasta los presentes días.

Posterior a la época de la hacienda, el gobierno de Guillermo Rodríguez Lara retoma la administración de las tierras entregando a las comunidades la posesión legal de las tierras comunales, formándose así la cooperativa de Santa Teresa de Huayrapungo a partir del año 1975, tiempo en el cual los cuatro sectores de la comunidad de Huayrapungo: LLactahuaico, Rumiloma, Masanqui y Amanta, estaban regidos por un sistema organizativo unificado, donde todos moradores trabajaban en conjunto, persiguiendo un mismo fin. Fue una época en donde las mingas comunales tenían consolidadas su sistema, dentro de un marco de fraternidad y solidaridad. La unión y apoyo mutuo hacían de Huayrapungo una de las comunidades más grandes del Ecuador y una de las más fortalecidas y respetadas.

Con el transcurso del tiempo, con las diferentes directivas que pasaron por la Cooperativa Santa Teresa, se fueron rompiendo los lazos que al inicio sirvieron de base, sustento y mantenimiento de la organización; a decir de los comuneros de San José de Masanqui, lugar de nuestra investigación, se debió a intereses personales; Manuel Tacuri, manifiesta que “a los directivos no les importaba la gente sino sólo sacar beneficios para ellos”.



En una entrevista realizada al Dr. Ezequiel Cárdenas Flores quien fuera asesor jurídico de la Cooperativa Santa Teresa, por el lapso de 13 años se pudo conocer que legalmente, dicha Organización no está liquidada, a pesar de que en su disolución, los integrantes de ella, procedieron a repartir el ganado existente, en muchos casos con descontento porque en esa repartición se beneficiaron personas jóvenes que ingresaron a muy poco tiempo de que la Cooperativa finiquitara.

Esta información obtenida del Dr. Cárdenas, fue confirmada por miembros de la comunidad de San José de Masanqui, que hasta hoy piensan que la repartición de los bienes de la cooperativa no fue justa.

Como se anotó, es a partir de la ruptura de la Cooperativa que cada uno de los sectores se independizan y dan lugar a un esquema organizativo de acuerdo a sus intereses; en el caso específico de San José de Masanqui, forman su primera dirigencia presidida por Manuel Maria Puli, obtienen su camiones para el transporte de la leche, buscan la empresa con cual trabajar, la Nutri Leche, que es hasta la fecha con la que los comuneros vienen trabajando

### **3.2.- ENTORNO FÍSICO**

El sector de San José de Masanqui se encuentra ubicado en la parte suroriente del Cantón Cañar, a una altura de 3.480 msnm, de la comunidad de Huayrapungo, perteneciente a la Parroquia de Ingapirca del Cantón Cañar, Provincia del Cañar.

Geográficamente está limitado al norte con la Hacienda Jubal y el área C del Proyecto Culebrillas, al sur con la Cooperativa Vendeleche, al este con la Cooperativa San Carlos de Colepato y Cooperativa Virgen de la Nube, de Queseras y al oeste con la Subárea C (Cooperativa Cochapamba – El Salado y Cooperativa Santa Marianita de Chuguin).

Su clima es extremadamente frío, con vientos fuertes durante todo el año, lloviznas constantes y lluvias torrenciosas en los meses de diciembre, enero, marzo y abril. En los meses de septiembre, octubre y noviembre la presencia del sol es constante hasta el mediodía y por las tardes lluvia y fuertes vientos; sin embargo, la temperatura no varía notablemente en relación al resto del año.

Los terrenos son dedicados especialmente a la ganadería, con pastos para ganado lechero en las planicies y para ganado seco en los cerros y páramos, abarcando un 95% de su totalidad y apenas un 5% es destinado a la agricultura para autoconsumo. (Ver Anexo N.- 4)

### **3.3.- ENTORNO SOCIAL**

En el aspecto social, la Comunidad de San José de Masanqui está conformada por 450 habitantes: 245 son mujeres y 205 son hombres (según el censo poblacional del año 2010).



La población es eminentemente indígena, predominando los apellidos Tenelema Tacuri y Tacuri Tenelema, resultando por ende, que todos tienen algún parentesco.

El porcentaje más alto, el 49.00% de la población corresponden a los que oscilan entre los 15 y 49 años, seguido por el 38.00% que corresponde a los menores de 15 años, después están los comprendidos entre las edades de 50 a 64 años con el 10.00% y el porcentaje más bajo que es el de 0.03%, que lo conforman los mayores de 65. **(199)**

La sociedad de los masanquis, se caracteriza por ser solidaria; el tiempo de convivencia en la comunidad ha permitido constatar un alto sentido de solidaridad; por mencionar un ejemplo concreto, cuando ocurre un fallecimiento, toda la comunidad se reúne y apoya incondicionalmente en todo lo que puede, esto significa, contingente humano, apoyo con alimentos, apoyo religioso (con los catequistas), movilización para salir a Cañar a traer la mortuoria, la misma que se financia con dinero recogido de los comuneros, y es el caso para una familia pobre.

Otro aspecto relevante en el ámbito social es la existencia de las mingas, las que se dan en la comuna cuando el fin es común, por citar: construcción de un local para servicio de todos los habitantes del sector, para mejorar el alumbrado eléctrico, para la limpieza de canales, etc.

La Comunidad de San José de Masanqui es hermética, el acceso físico a su lugar se torna difícil cuando una persona llega por primera vez, ya que es interrogado por los directivos e investigado durante su estadía en el lugar. Esto va cambiando cuando la presencia de una persona se torna diario, tiempo en el cual, los habitantes se enteran de los motivos de su estancia y se genera cierto nivel de confianza que permite a los extraños ganar un espacio que lo debe cuidar muy celosamente pues los masanquis son desconfiados.

### **3.4.- MIGRACIÓN**

San José de Masanqui, por pertenecer al Cantón Cañar, donde los índices de migración son muy elevados, pasa a situarse como una de las comunidades donde el porcentaje de migración es del 80%, factor que ha determinado una alteración en el *modus vivendi* de los habitantes del sector, lo cual repercute en la pérdida de valores, prácticas culturales, desorganización, debilitamiento del núcleo familiar, sin dejar de lado la generación de recursos económicos que permiten (sobre todo a la población joven) un mal uso del dinero al ser gastado en la obtención de cosas innecesarias y perjudiciales.

Es común transitar por la Comunidad y encontrarse con jóvenes vestidos de negro, usando aretes y aditamentos propios de la cultura anglosajona marginal.

Además, es notoria la situación que viven las mujeres, cuyos maridos se encuentran fuera del país y se ven obligadas a enfrentar un sistema de vida sumamente difícil.



### **3.5.- PRÁCTICAS CULTURALES**

#### **3.5.1. FIESTAS Y FERIAS**

Las festividades de San José de Masanqui se llevan a cabo durante dos fechas: el 19 de marzo en honor a San José, como su patrono y el 1ro. De octubre en honor a Santa Teresita como su imagen protectora.

Para la celebración de las fiestas en el sector, todos los habitantes se reúnen y conjuntamente con los dirigentes de la Comunidad, organizan su realización, para lo cual deciden poner una cuota determinada que permitirá solventar los gastos que generan la contratación de artistas, juegos pirotécnicos, alimentación, bebida y arreglos para la capilla y la celebración de la misa con el párroco de Ingapirca.

El transcurso de los tres días de fiesta se da en un ambiente de compañerismo, camaradería y alegría entre los comuneros quienes acuden entusiastas a la celebración en compañía de gente de afuera que llegan a dicho festejo.

Según don Serafín Allaico: “es bonito oiga aquí las fiestas, todos pasamos bien y disfrutamos, a veces nomas meten la pata y hay peleas, pero siempre pasamos bien, ya con unos traguitos pasa nomas el sentimiento”

Durante la fiesta taurina que se realiza en un corral construido para esta finalidad, se puede observar el entusiasmo de los participantes y el despliegue de belleza de las señoritas madrinas.

En lo relacionado a ferias, en el sector se dan ocasionalmente cuando en coordinación con instituciones públicas se las realizan, pues en el sector mismo no se dan debido a que la gente participa activamente en las ferias de Ingapirca y del cantón Cañar.

#### **3.5.2.- ARTESANÍAS**

En forma general y objetiva, se puede apreciar que en realidad no existe trabajo artesanal en la Comunidad de San José de Masanqui, sino más bien un incipiente apego a la realización del mismo por parte de una mínima parte de la población adulta mayor ya que constituye un legado de sus antepasados y al realizarlo más bien lo hacen por el gusto de conservar esta tradición.

Uno de los pobladores de este sector, don Liberato Tenelema, anciano de 68 años, manifiesta: “a mi si me gusta tejer en el telar, pero a los demás ya no les gusta, guambras no más señorita, ya quieren nada aprender, yo su cojo hilo de lana de borrego y tejo cobeja, poncho, asiiii...y eso me gusta”.



Esta y otras prácticas artesanales como la hilada de lana de borrego en los llamados ¡huangos¡ que las mujeres realizaban en épocas pasadas, han desaparecido casi en su totalidad, pues al igual que los varones, su mirada está puesta en otra fuente económica, como es la ganadería.

Cabe resaltar que la población femenina, sobre todo la que oscila entre los 15 y 35 años, se dedican al tejido en palillos o crochet con el fin de realizar prendas de vestir, básicamente chompas y chalinis para uso propio o familiar.

### **3.5.3.- VESTIMENTA**

La vestimenta de los habitantes de la Comunidad de Hayrapungo es muy peculiar y San José de Masanqui como parte de la misma, se distingue por dicha particularidad.

A continuación daremos una descripción detallada de las prendas de vestir tradicionales que en la actualidad han sido remplazadas en su mayoría por otro atuendo.

#### **3.5.3.1.- VESTIMENTA MASCULINA**

En años anteriores, el varón de Masanqui utilizaba las siguientes prendas:

- Sombrero de lana de borrego, redondo de media copa, de color blanco y adornado con dos pequeñas borlas de colores vivos (generalmente verde y rojo), este es utilizado tanto por hombres como por mujeres.
- Pañuelo de color rojo con estampados floridos, es la prenda más relevante de la vestimenta de los huayrapungos, porque su uso es exclusivo. Este pañuelo es colocado en la cabeza, por debajo del sombrero, cubriéndola en su totalidad, protegiendo así la cabeza desprovista de pelo largo, que en su cultura no está considerado.
- La camisa es de color blanco con abertura en la parte del frente, los puños son bordados de círculos y flores en colores vistosos así como también en codos y cuello. En la actualidad es utilizado tan solo por los adultos mayores.
- El poncho suele ser de forma cuadrada, los colores más utilizados son el rojo y negro, lleva bordado flores en los filos y alrededor del cuello. Su tamaño es corto, casi no llega ni al ombligo.
- Faja o chumpi, sirve para ajustar el pantalón a la cintura y se la confecciona en varios colores.
- El chicote, es un látigo elaborado con una cuerda de cuero de vaca, prendido de un mango de madera, cuya superficie está cubierta de lata separada de manera uniforme. Es un instrumento que se lo utiliza hasta ahora para



defenderse de animales como los perros, también es muy común para arrear el ganado y en situaciones difíciles como de pelea y contienda física se la utiliza como defensa y ataque.

- Ushutas, son elaboradas de caucho de llantas y son de color negro, en la parte frontal tienen un orificio donde se puede visibilizar dos dedos del pie y en la parte posterior solamente una tira sostenida en el talón.

### **3.5.3.2.- VESTIMENTA FEMENINA**

La vestimenta de las mujeres es confeccionada en bayeta, los colores utilizados no varían mayormente de los existentes en el atuendo masculino.

- La blusa es de color blanco, corte recto y con una abertura en la parte posterior, lleva bordados con los más llamativos colores en los puños y el contorno del cuello.

- La wallkarina es de bayeta, de forma rectangular, de color negro y rojo. Se complementa con un bordado que rodea el contorno de la prenda. Que va desde pequeños y sencillos hasta los grandes motivos más complejos y son los mismos que llevan las polleras. Se la usa por encima de la blusa y se la sujeta con un prendedor conocido con el nombre de tupo.

- La pollera, es una indumentaria tradicional, propia de las zonas indígenas. En este sector, la pollera es elaborada con "bayeta" cuyo decorado inferior es bordado con diferentes motivos y colores, siendo notoria así las flores y aves. Los colores preferidos por las mujeres del sector son el negro, rojo, verde, morado, tomate y azul.

### **3.5.3.3.- VARIANTES DE LA VESTIMENTA**

Debido a la influencia externa que ha incidido en todos los aspectos, la vestimenta de los huayrapungos también ha sufrido cambios muy severos, lo cual desemboca, como lo dijimos anteriormente, en una pérdida de identidad cultural.

Anotaremos por ejemplo, que tanto el hombre como la mujer ya no utilizan sus atuendos originales o tradicionales, a excepción de un minoritario número de pobladores del sector que constituyen los adultos mayores, que si no en su totalidad, pero conservan la vestimenta original.

El sombrero de lana se ha remplazado por el de paño, el mismo que es adornado alrededor con una cinta negra y sobre el que van dos plumas de diferentes tipos, los colores más comunes son el negro, café y verde y la utiliza tanto el género masculino como femenino. Los jóvenes entre 12 y 20 años han optado por remplazar el sombrero por las modernas gorras.



En cuanto se refiere al género masculino, el pantalón puede ser de tela o el moderno jeans, los colores predilectos son el verde, azul y negro, el uso de botas de caucho y zapatos de cuero es común. En la actualidad se ha pedido el uso del poncho, ya que para ellos las casacas “pilotos” americanas son suficientes para contrarrestar el frío.

### **3.5.4.- TRADICIÓN DEL CABELLO CORTO**

El por qué los indígenas de San José de Masanqui, de la Comunidad de Huayrapungo llevan el cabello corto y cubierta su cabeza con un pañuelo de color rojo (hoy muy pocos), sigue siendo un enigma pues no existe material bibliográfico histórico que nos aclare dicha incógnita; tampoco en las entrevistas realizadas a los moradores del sector, encontramos una respuesta.

Don Manuel Tacuri manifiesta: “Para decir la verdad señorita, por qué también sería así, solo yo me recuerdo que cuando botaron cortando mi huango (cabello largo tejido en trenza) mucho lloré, mi padrino (persona escogida para este fin), llevando a Llactahuaico, ahí hizo de cortar y regaló becerrito para mí”.

Otro morador del sector, Don Belardo Tacuri cuenta que: “Desde antes mismo han sabido cortar el pelo y los padrinos tienen el “huango” colgado en la entrada de la casa guardando como recuerdo”.

Se entrevistó además a estudiantes del Colegio “Huayrapungo” y todos coinciden en no conocer esta costumbre, pues para ellos, es normal tener el cabello corto, más bien manifiestan repugnancia por el cabello largo y trenzado, dicen que de esa manera se parecerían a los indios de otras comunidades como Quilloac, General Morales y que: “Aquí todos los huayrapungos somos diferentes y los más chéveres”.

### **3.5.5.- GASTRONOMÍA**

Debido a los factores influyentes en todos los aspectos, también la gastronomía del sector ha variado notablemente, dejándose casi por completo relegada la comida tradicional andina para ser remplazada por comidas que no están dentro del ámbito cultural propio de los habitantes del sector.

En entrevistas mantenidas con moradores del sector, de manera especial con los adultos mayores, se pudo concluir que son los únicos que de una u otra manera conforman el mínimo porcentaje (2%) de personas que consumen alimentos tradicionales como: ocas, papas, habas, machica, maíz, queso, mashua, huevos de gallina “runa”, y carnes de animales de cacería como venado, conejo de monte, perdiz, huanchaca, etc.

Don Espíritu Tenelema dice: “viera que aquí los guambras ya no quieren comer nada de comidita propia, aura, solo es salchepapas con pollo y mama da juideos, chopetes, galletas, ay señorita ya no es tiempo de antes que comíamos comidita de nuestros



padres, tomábamos lechecita, papita, oca y todo lo que Diosito bendecía. A lo menos ya ni hay también, porque nadie siembra, nosotros poquito, poquito comemos”

A continuación citaremos unos de los pocos alimentos tradicionales que aún es consumida por una pequeña parte de la población:

- Sopa de harina de haba o arveja.
- Arroz de cebada.
- Caldo de gallina runa.
- Papas cocinadas.
- Caldo de vaca.
- Yanushca

Hemos mencionado al último el “yanushca”, ya que de todos los alimentos era el más consumido en épocas anteriores, el mismo consistía en un cocinado conjunto de: papas, mellocos, ocas, mashua, choclos y se lo servía en grandes cantidades en los recipientes llamados “bateas”, las mismas que eran colocadas a lo largo de la mesa, acompañadas de platos con ají y también con lavacaros de quesillo amasado.

Cabe resaltar que durante la investigación de campo, al entrevistar a la población joven de Masanqui se pudo determinar el desconocimiento de la existencia de este plato andino tradicional, tanto así que sus respuestas eran casi burlonas al decir: ¿Qué es pues eso señorita?

En la actualidad, la dieta diaria que se consume en el sector es básicamente preparada con: fideos, arroz, enlatados, embutidos, carne de pollo comprada en la Parroquia Ingapirca o en Cañar; las bebidas utilizadas para calmar la sed o simplemente como acompañamiento en las comidas, consiste en gaseosas, jugos embotellados y el yogurt comprados en las tiendas comunales o en otro lugar.

Es paradójico el hecho de que siendo Masanqui un sector lechero por excelencia, el consumo de la leche es casi nulo, puesto que el 99% de la producción es destinada a la comercialización, sin dejar de mencionar que el consumo de la machica (harina de cebada tostada) ha desaparecido de la dieta de los huayrapungos, siendo ésta reemplazada por el pan traído de las panaderías del cantón Cañar.

### **3.5.6.- RELIGIÓN**

Masanqui se caracteriza por ser una comunidad eminentemente religiosa, manifestación que se evidencia por la devoción a sus santos, de manera especial a San José y a Santa Teresita, sin olvidar que constantemente se movilizan hacia Loja en



romería a la Virgen del Cisne, al igual que a Colombia, a visitar a la Virgen de las Lajas, la Virgen del Huaico en la provincia de Bolívar.

Es interesante constatar que para el viaje a cualquiera de las romerías mencionadas, el día anterior se desarrolla una jornada muy ardua en la planificación del viaje que conlleva la preparación del fiambre que se servirán en el trayecto, a más del ritual del baño y perfumadas con agua florida de todos los miembros de los hogares que saldrán a la peregrinación.

En conversación mantenida con Mercedes Tacuri, mujer de 65 años de edad, respecto a la fe mantenida en la Virgen de las Lajas, manifiesta: “ay señorita si debe ir usted a la virgencita porque viera es bien milagrosa, pero eso sí, si va a ir dirá, o si no, mejor calle, porque si ofrece y no va, la virgencita le ha de castigar. No ve así pasó un año que yo dije y no me fui, se murió mi vaquita, borregos también murieron y yo me enfermé, juin!”.

Su religiosidad les lleva a celebrar de manera muy respetuosa la fiesta de la Navidad en sus hogares, sin olvidar que desde la navidad del 2011, con la presencia del proyecto CNH en el sector, esta fiesta se la celebros de manera diferente a los años pasados, pues las familias se sumaron al festejo en la escuela Cañar Dumak y luego con un ameno programa en el salón de la comunidad.

Es importante destacar el hecho de que con la presencia del Proyecto CNH, cumpliendo a su vez uno de los objetivos, que es el rescatar las tradiciones de los sectores participantes, se retomó lo que muchísimos años atrás se acostumbraba hacer en las casas en la época navideña y esto era la construcción de un altar en homenaje al Niño Dios; este altar constituía un agradecimiento por las bendiciones recibidas todo el año, el mismo que en su compostura contiene productos como: todo tipo de frutas de la época de todas las regiones, bebidas (jugos, colas, cervezas. Zhumir, etc.), galletas, caramelos, panes realizados en forma de figuras como burros, perros, etc.

La tradición se restableció por dos años consecutivos, quedando el compromiso de no perder esta costumbre en los años venideros y se nombró a los nuevos priostes que compondrán el altar en el año 2013, mismos que abrieron el altar el año pasado y entregaran a otros priostes para el año 2014.

Esta religiosidad navideña se mantiene latente y es motivo de entusiasmo y fraternidad entre los moradores del sector de San José de Masanqui quienes en actos como este se olvidan de toda discrepancia y forman un solo entorno.



## **CAPITULO IV**

### **4.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1.- METODOLOGÍA**

La metodología utilizada ha sido la realización de una encuesta con cuestionario, la cual fue diseñada para recoger la opinión y maneras de ver el mundo de dos sectores que nosotros prevenimos para afianzarnos en nuestra investigación, y la que nos permitirá validar o desvirtuar nuestras hipótesis planteadas con anterioridad y por ende consolidar los objetivos que nos trazamos en este estudio.

El primer grupo está conformado por los adultos mayores, es decir, personas (campesinos) desde los 30 años en adelante y el segundo grupo representado por los jóvenes de Masanqui, entre los 15 a 30 años de edad. Para la conformación de estos dos grupos, nos apoyamos en un acercamiento o contacto con la comunidad, pudimos constatar y apreciar que son los jóvenes o las nuevas generaciones, quienes están inmersos en este proceso de cambio tecnológico (modernismo de la comunicación). En tanto que los adultos mayores alegan no poder asimilar de buena manera este boom de la tecnología en los medios de comunicación y miran con cierta apatía los productos modernos que ofrece la comunicación.

Bajo esta perspectiva, procedimos a realizar las encuestas a estos dos grupos, buscando redactar las preguntas con un lenguaje sencillo y de forma directa y precisa (ver anexos N.- 1 y N.- 2), para evitar una mala interpretación a nuestro trabajo. El objetivo se logró, se dialogó con ellos y aunque sus respuestas fueron un tanto temerosas no dejan de reflejar la ingenuidad y espontaneidad del joven y adulto campesino de querer superarse y de lograr un verdadero cambio social en favor de su comunidad.

Si consideramos los datos censales del 2010, San José de Masanqui cuenta con una población total de 450 habitantes de los cuales: 170 (38%) son menores de 15 años. 220 (49%) oscilan entre los 15 a 49 años. 45 (10%) están entre los 50 a 60 años. 15 (3%) son de 65 años y más.

Con estos datos y con el propósito de obtener conclusiones representativas del colectivo, valoramos si el número de encuestas elaboradas constituyen una muestra significativa y que podrían reflejar la opinión de la comunidad de Masanqui.

Prescindiendo de los niños menores de 15 años, obtenemos una nueva población de 280 personas aptas para la investigación. Esto nos revela que las 136 encuestas



efectuadas, que representan el 48,57% de la población para el sondeo, constituyen una muestra valedera para lograr las metas trazadas en nuestro proyecto.

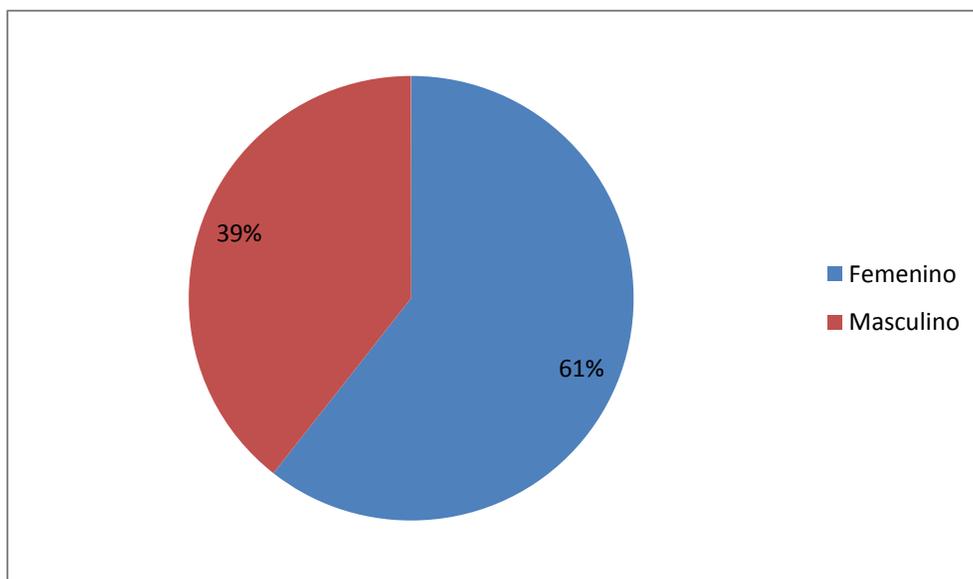
Vale también especificar, que si bien algunas preguntas coincidían para los dos grupos propuestos, la mayor parte se diferencian, ya que fueron pensadas para cada grupo, con la intención de obtener las respuestas a nuestras interrogantes y por la consideración especial, de que son los jóvenes quienes han tenido y tienen ahora un mayor contacto con el mundo exterior y son ellos además, los que tienen acceso al sistema educacional y por ende a los modernos medios de comunicación.

#### 4.2.- INFORME

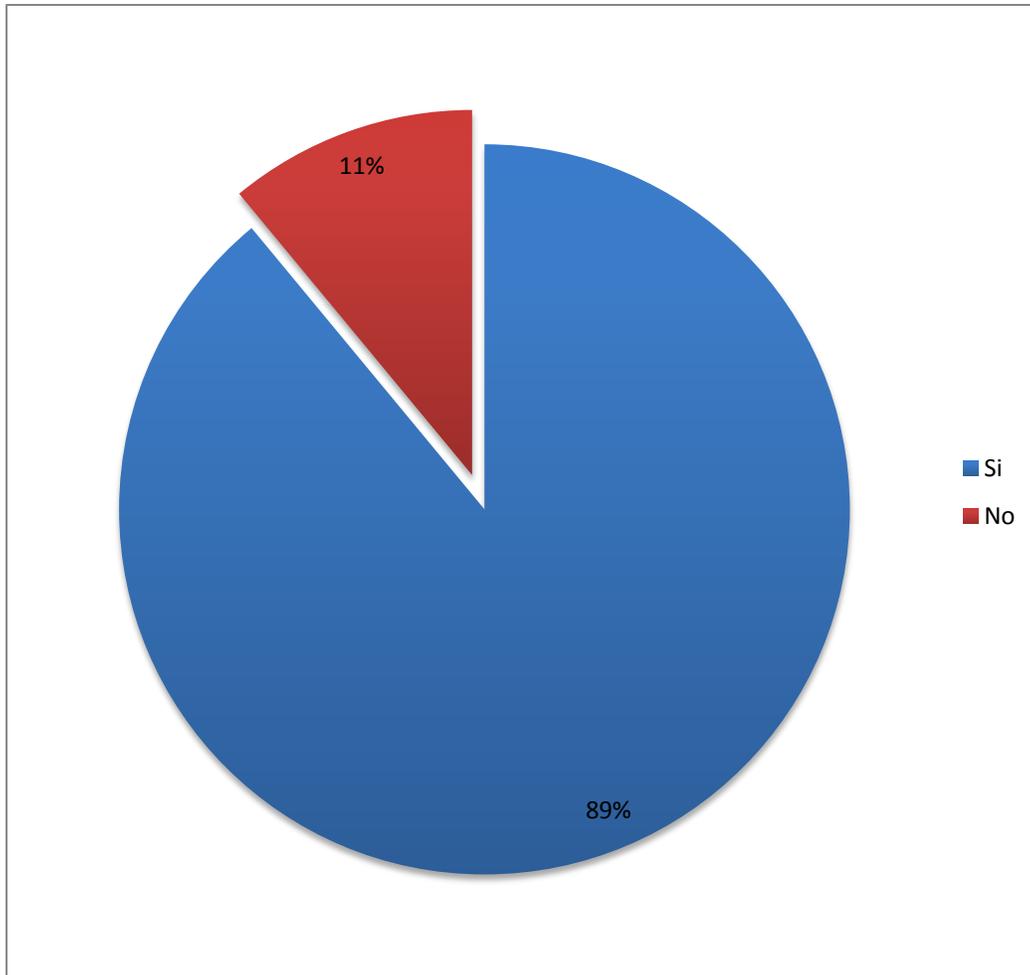
Con el fin de dar sentido a nuestro tema de investigación y de brindar una ubicación acorde, la más cercana a la realidad social respecto de los medios de comunicación actuales y su incidencia en la comunidad de San José de Masanqui del Cantón Cañar, procedemos a indicar los resultados que obtuvimos de nuestro trabajo de campo.

##### 4.2.1.- ENCUESTA A LOS ADULTOS MAYORES (30 AÑOS EN ADELANTE)

A continuación detallaremos los pormenores de los resultados de nuestra investigación.

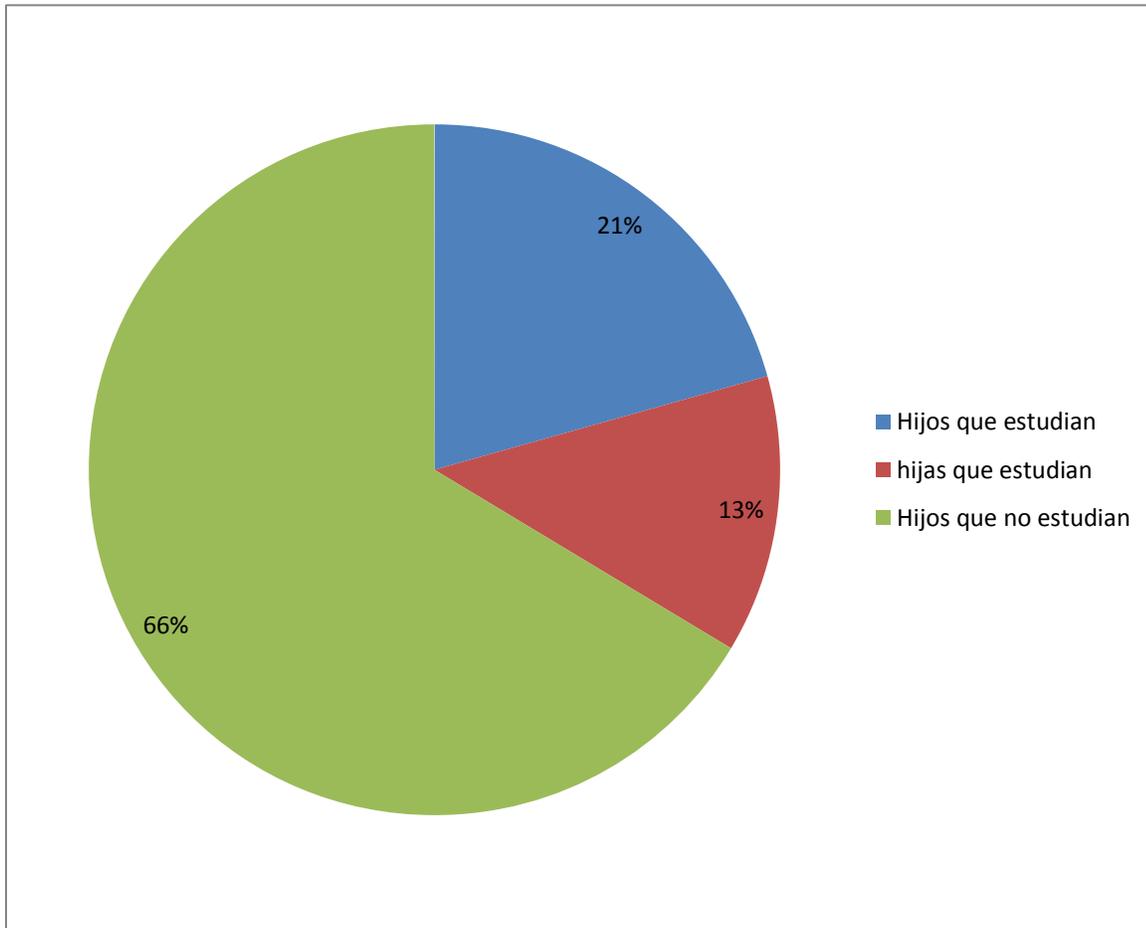


Fueron encuestadas 66 personas, de las cuales 40 corresponden al sexo femenino (60.6%) y 26 al sexo masculino (39.4%).



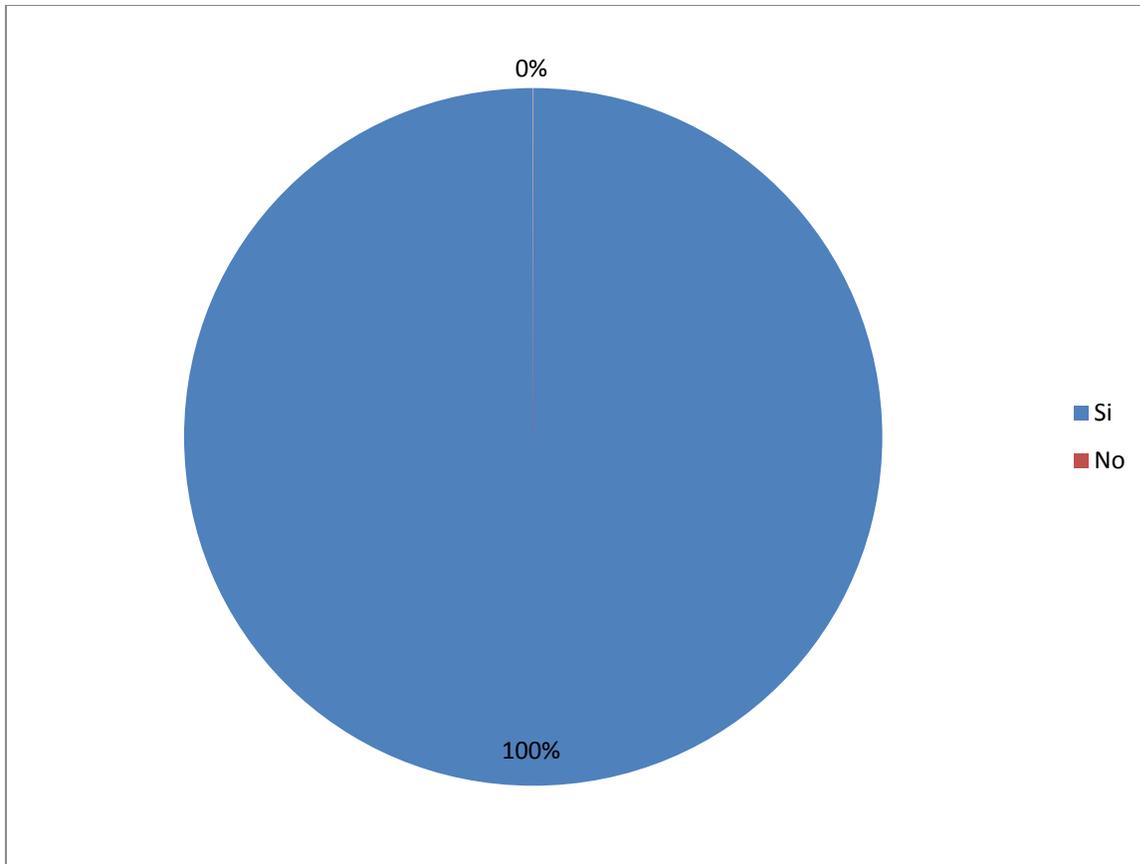
### 1.- ¿Tiene hijos? Y ¿cuántos?

Del número total de encuestados, 59 adultos indican que tienen hijos (223 descendientes) (89.00%), en relación de 7 que manifestaron no tener hijos (11.00%). Tabulados los datos de las personas que tienen descendencia, dan un total de 223 hijos.



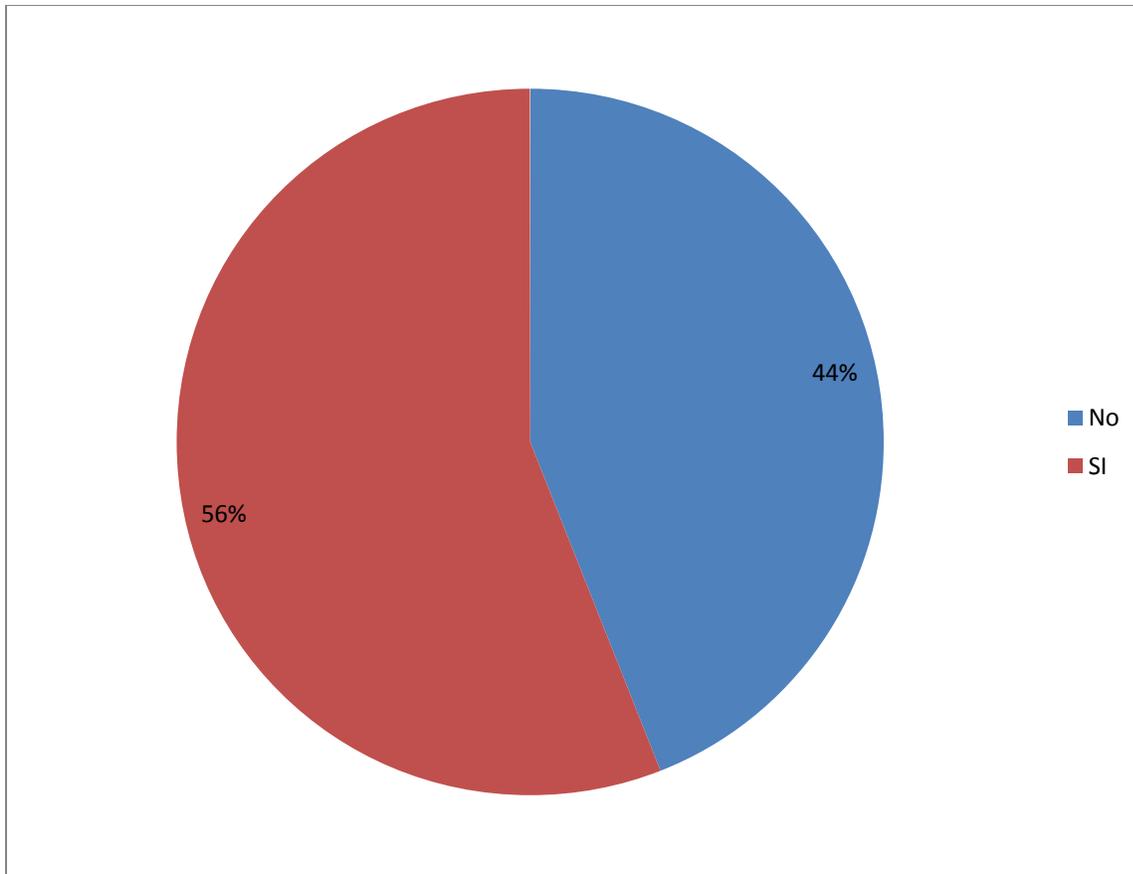
## 2.- ¿Cuántos estudian?

Si consideramos el total de 223 hijos descendientes registrados en la pregunta anterior, tabulamos que el 33.63%, o sea 75 hijos si estudian; de los cuales 46 hombres son estudiantes (20.63%), en tanto que, 29 mujeres (13.00%) se educan. Mientras que el restante no estudia (66.37%).



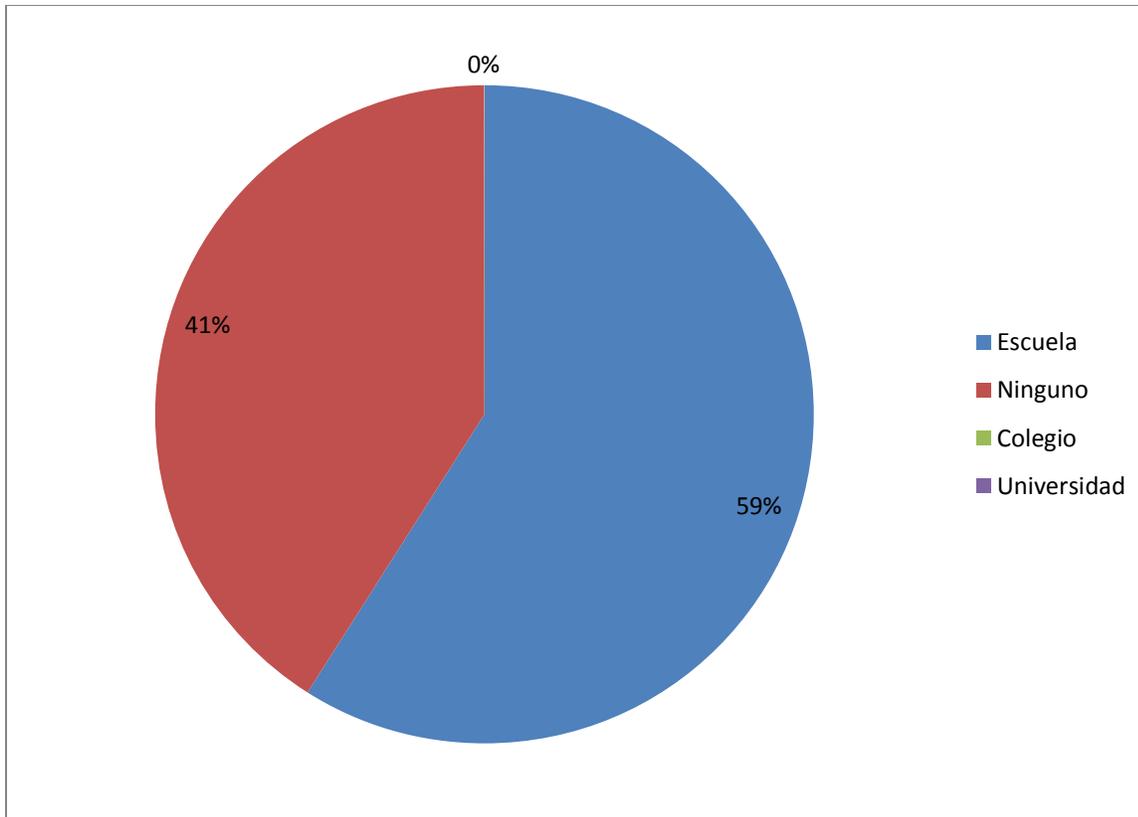
### 3.- ¿La ropa que viste, es la que usa normalmente?

Todos afirmaron positivamente a esta interrogante, es decir, el 100%. Aquí lo que queríamos era comprobar, si los campesinos tienen una vestimenta determinada para sus tareas diarias. Pero pudimos auscultar que no corresponden específicamente a la vestimenta tradicional de la comunidad. Aunque vale la pena recalcar que son las mujeres, quienes conservan parte de su vestimenta tradicional.



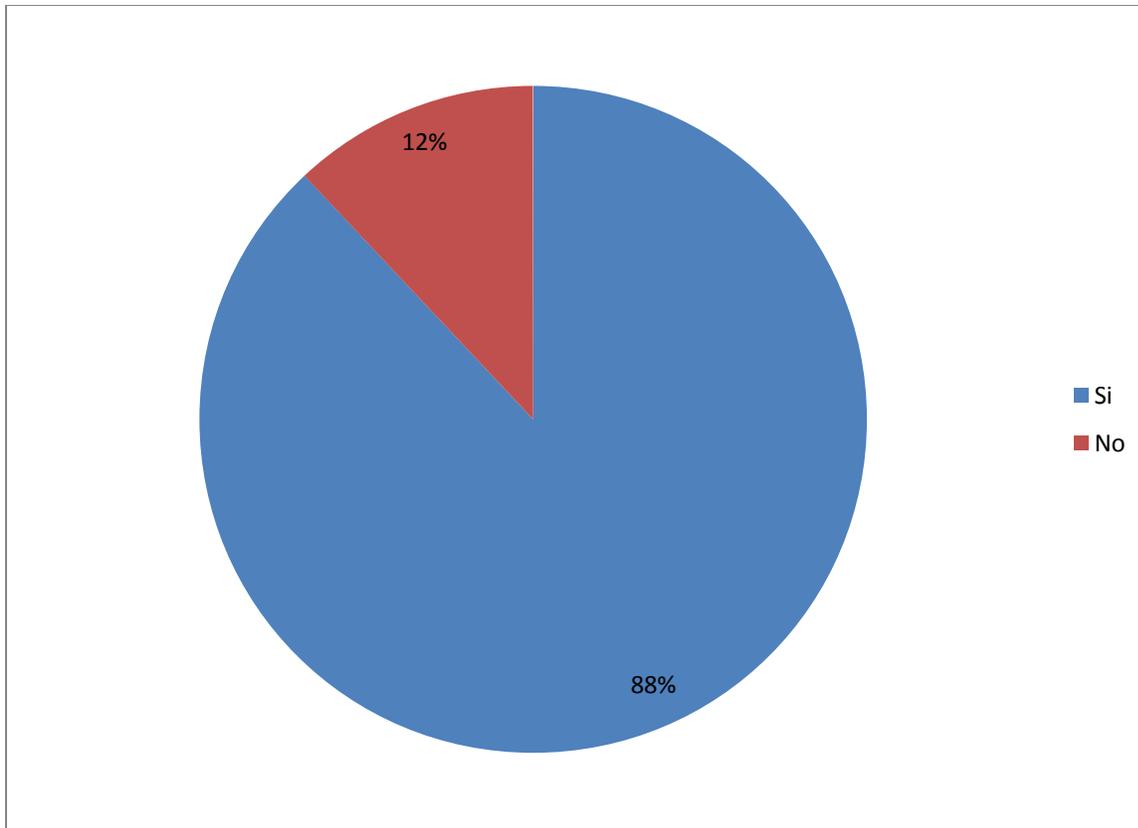
#### 4.- ¿Confecciona algún tipo de ropa?

En esta pregunta 37 personas respondieron afirmativamente, lo que equivale a un 56% de la población encuestada, debiéndose rescatar que dentro de este grupo existen algunos varones que ejecutan esta labor de confección de ciertas vestimentas. Y respondieron negativamente 29 personas, lo que representa el 44%. Lo que indica que todavía existe ese gusto de confeccionar prendas de vestir, no con la intención de proveerse de ese traje sino más bien como un complemento (gusto por hacerlo) y como una tradición que se niega a morir.



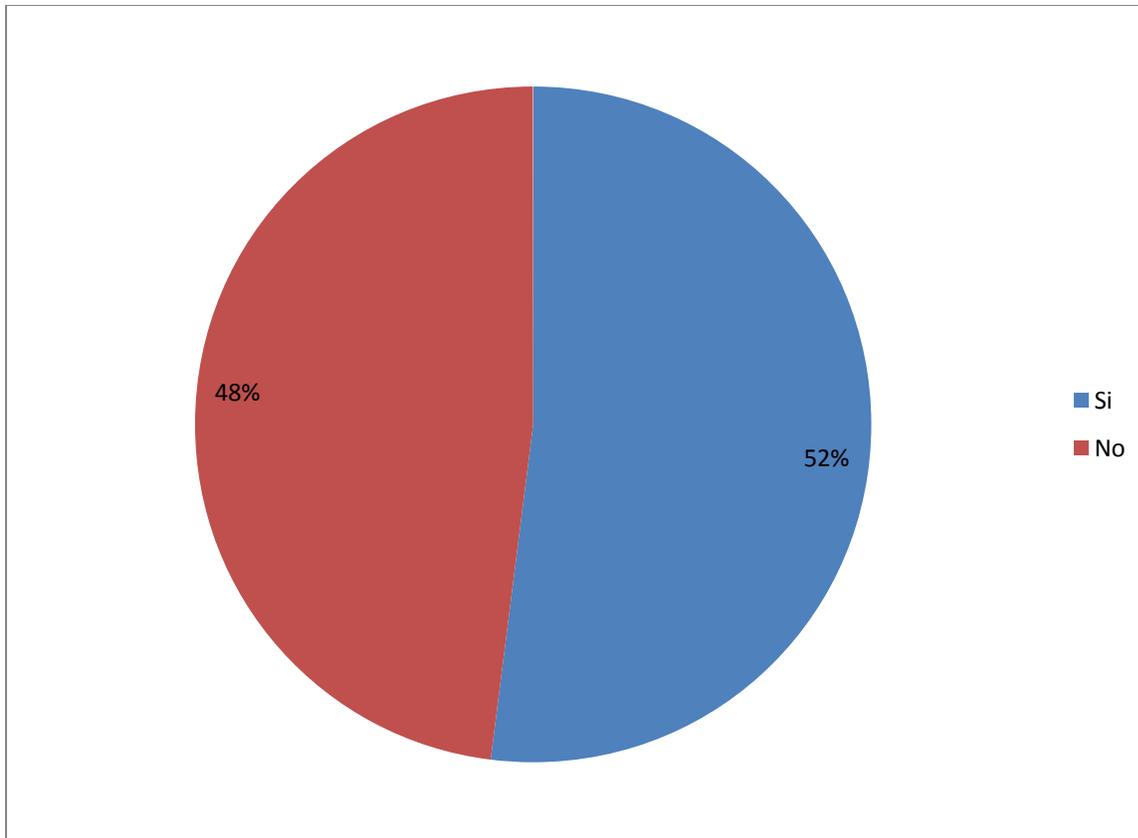
### 5.- ¿Ud. terminó sus estudios en?

Los resultados tabulados nos indican que el 59%, es decir, 39 personas no tienen ni siquiera estudios primarios, por lo que existe un alto porcentaje de analfabetismo. En tanto que, 27 personas (41%) sí han culminado la Escuela. Estos datos nos permiten corroborar el análisis previo que hicimos, en dividir a la población en dos grupos: jóvenes y adultos. Son precisamente, estos adultos mayores que por razones de trabajo y edad no están inmiscuidos, plenamente, en el mundo de los medios de comunicación.



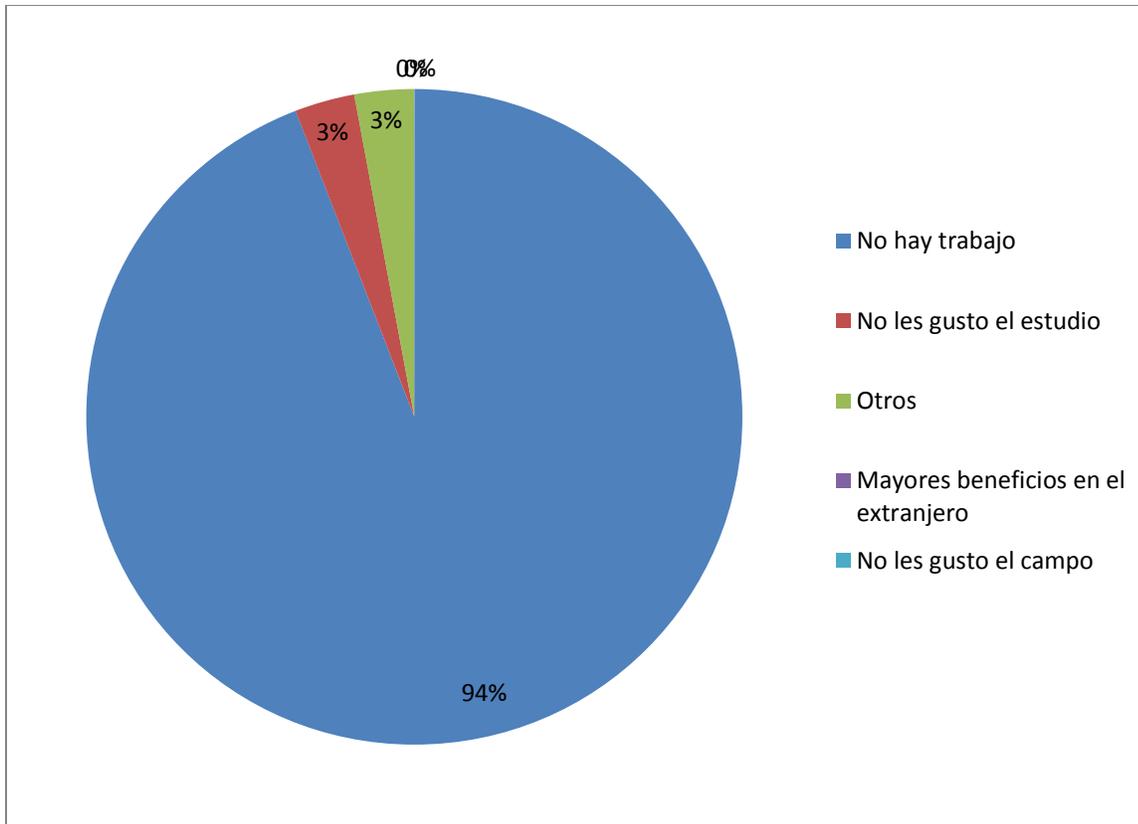
### 6.- ¿Habla Ud. el castellano?

El 88% de los informantes, que corresponde a 58 personas manifestaron hablar su segunda lengua el castellano lo que indica que la población adulta es bilingüe. Mientras, que apenas 12 personas (12%) solo habla la lengua nativa, el quichua.



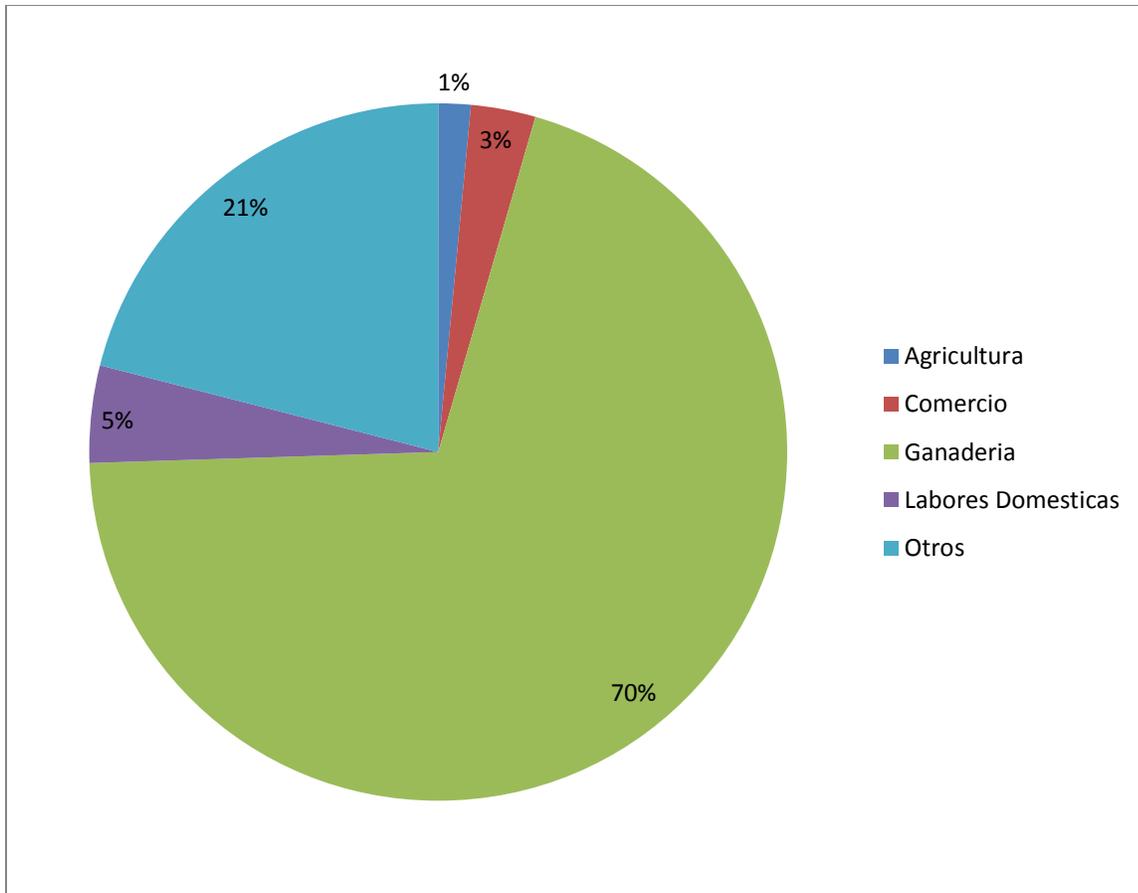
### 7.- ¿Tiene hijos en el exterior?

El análisis de los resultados obtenidos, nos dan a conocer que un 52%, es decir, 34 personas tienen hijos en el exterior. Y el 48%, que corresponde a 32 personas no tienen familiares en el extranjero. Lo que indica la posible aculturación de los migrantes, al asimilar costumbres ajenas a su comunidad. Y por ende no va a existir continuidad en la conservación de las tradiciones.



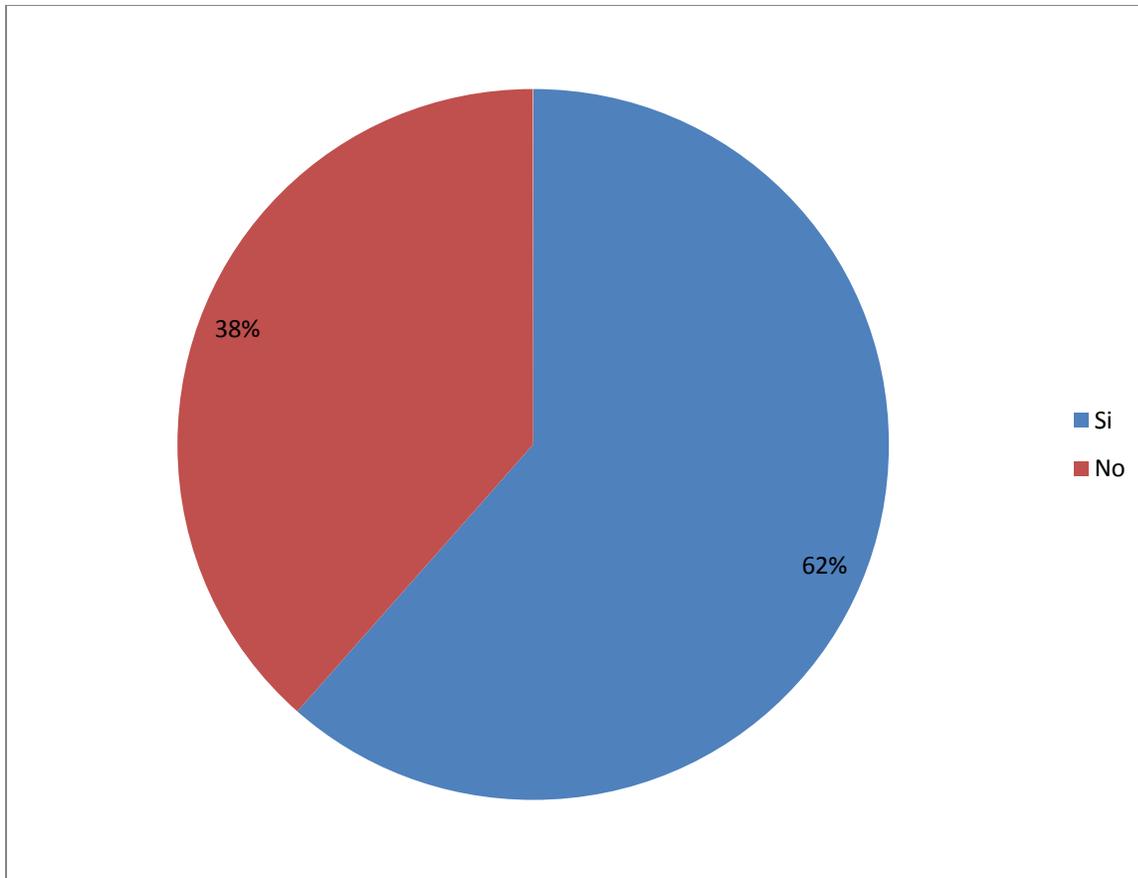
### 8.- ¿Por qué se fueron?

De las respuestas obtenidas, 32 encuestados coinciden en manifestar que la ausencia de sus hijos se debe a la falta de trabajo dentro de la comunidad, lo que equivale al 94.12%; mientras que una persona respondió que su hijo no sentía afán por estudiar, lo que representa el 2.94%; y finalmente, una sola persona indicó que el viaje al exterior se debió a que quiso formar un hogar en tierras lejanas, lo que también significa un 2.94%. Cabe indicar que esta pregunta tiene validez solamente para quienes respondieron afirmativamente que tenían hijos en el exterior en la interrogante anterior y que fueron un total de 34 entrevistados.



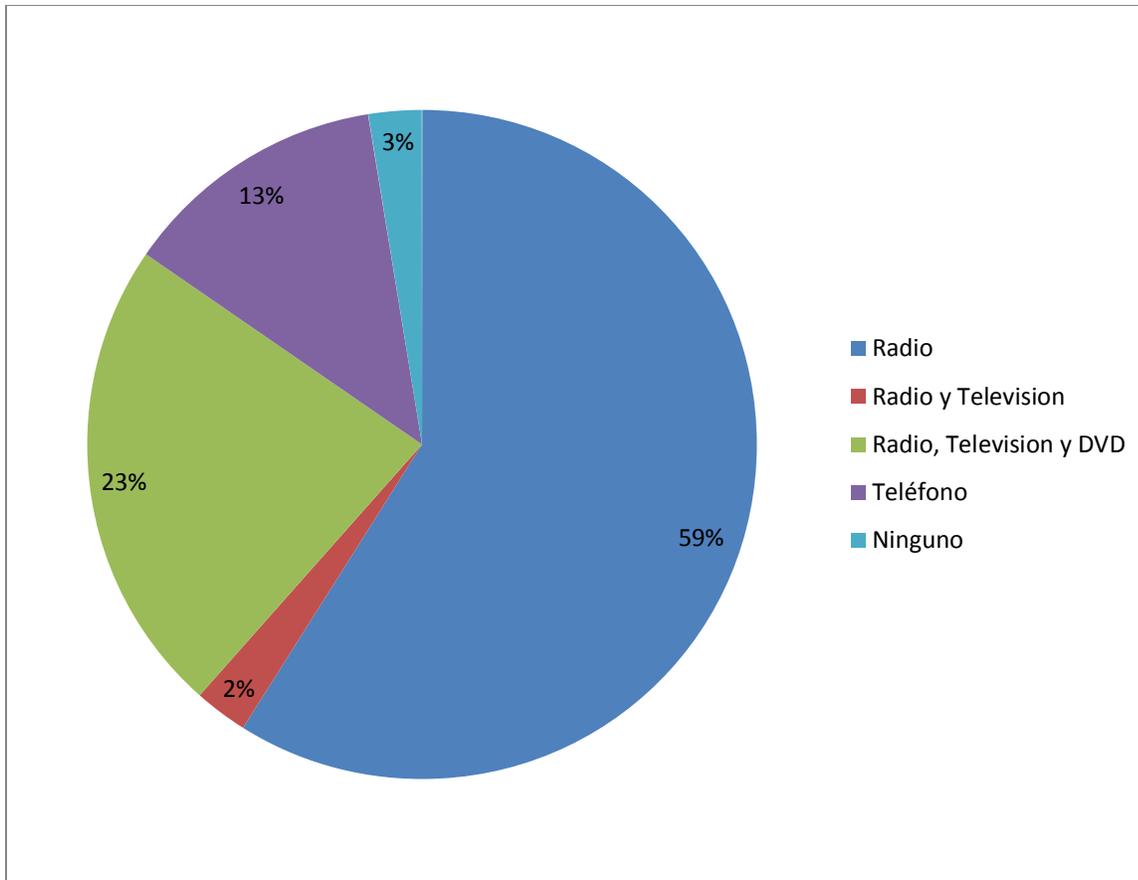
### 9.- ¿Ud. a qué se dedica?

Tenemos que, apenas 1 persona trabaja sólo en la agricultura (1.5%), 2 se dedican al comercio (3.0%), en tanto que 46 indígenas se dedican a la ganadería, lo que representa el 70% de la actividad económica en la comunidad, 3 personas expresamente a las labores domésticas (4.5%), y 14 personas, encasilladas en el rubro “otros” (21.0%), combinan la agricultura con la ganadería. Lo que podemos concluir que Masanqui es una comuna esencialmente ganadera.



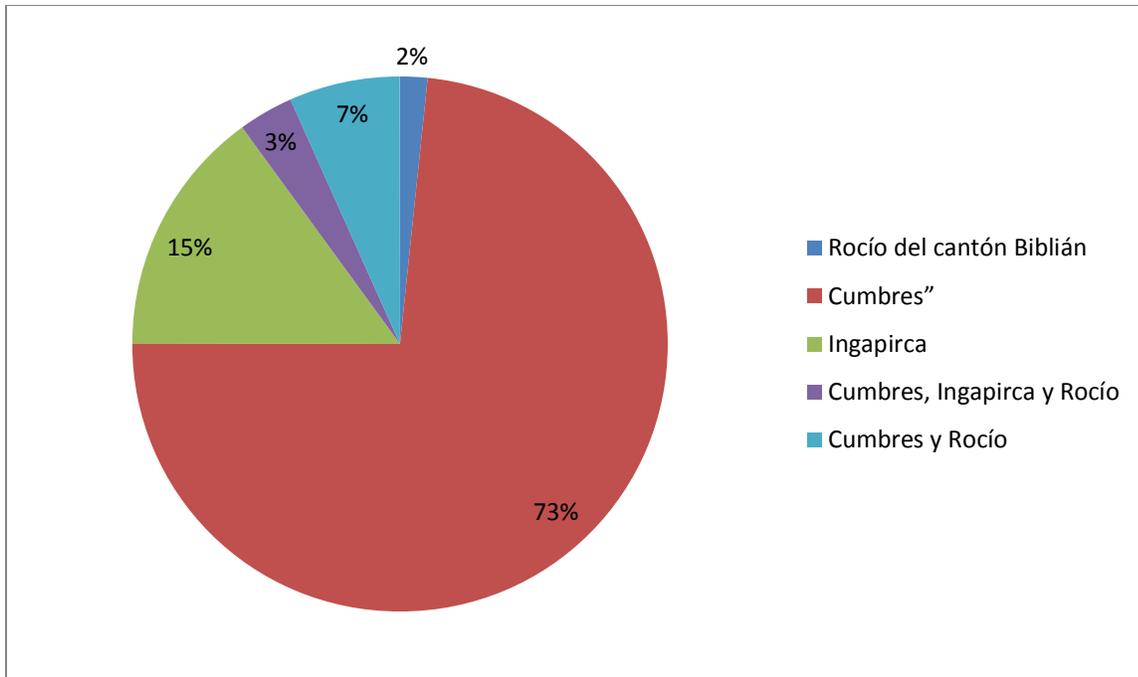
### 10.- ¿El contacto con gente de otra raza o de otro color le pone nervioso?

El motivo de esta consulta radica en que, desde un comienzo nos advirtieron que los habitantes de San José de Masanqui se han distinguido por ser un pueblo receloso, donde no es posible llegar sin autorización previa, lo que les hace muy poco sociables. Ante tal conocimiento, pudimos comprobar que efectivamente un 60.6% de los encuestados, es decir 40 indígenas contestaron que tiene cierto temor o nerviosismo con personas ajenas a su comunidad, en tanto que un porcentaje de 37.9%, lo que equivale a que 25 personas negaran que este acercamiento les cause algún inconveniente.



### 11.- ¿En casa Ud. tiene?

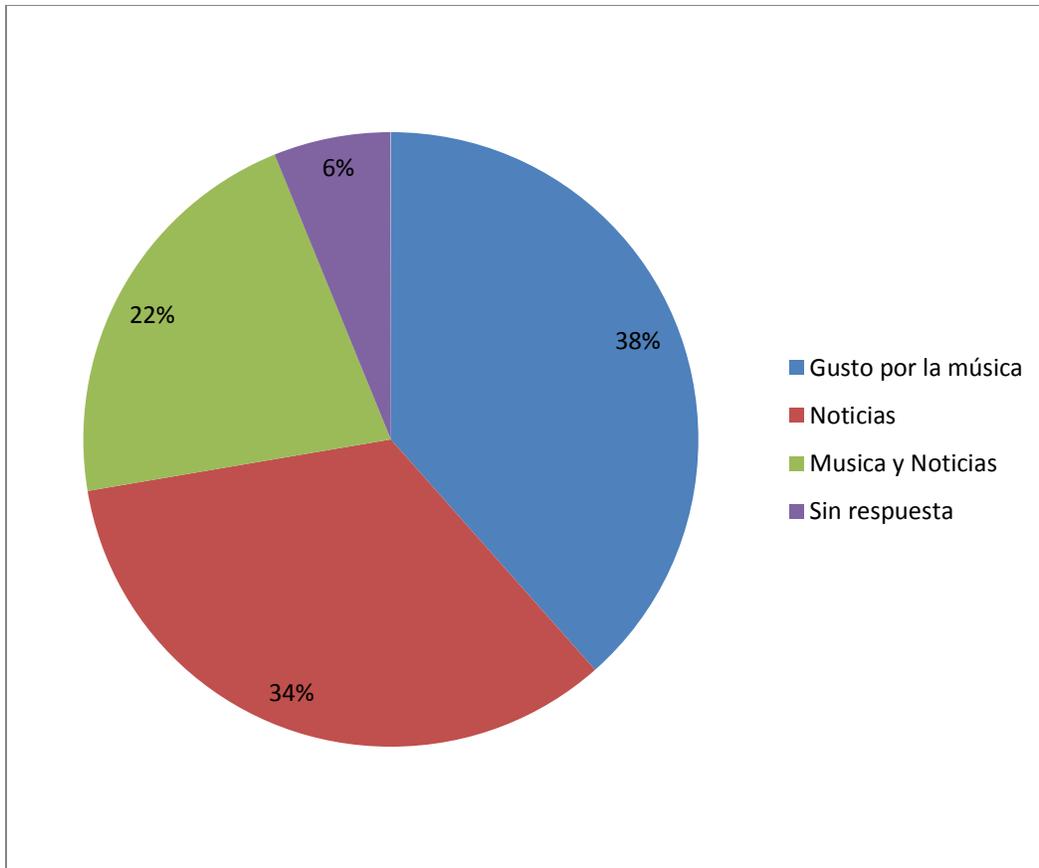
Esta pregunta (una de las medulares de nuestra consulta) nos va a permitir determinar los parámetros idóneos sobre los que nos basaremos para la interpretación del grado de aculturación que pueden incurrir los medios de comunicación en San José de Masanqui. Los datos obtenidos son los siguientes: 23 personas respondieron que disponen únicamente de radio en sus casas (34.85%); 1 hogar posee de dos medios de comunicación, la radio y televisión (1.52%); 9 consultados manifestaron que tienen radio, televisión y DVD (13.63%); 5 nos contestaron que cuentan solamente con el teléfono convencional (7.58%); mientras que 1 solo entrevistado confirmó no disponer de ningún aparato de comunicación (1.52%). De lo anterior, podemos señalar que la radio es el medio más utilizado en Masanqui por los adultos mayores, le sigue en importancia la televisión, el DVD, el teléfono celular y finalmente el teléfono convencional.



## 12.- ¿En qué emisora escucha la radio?

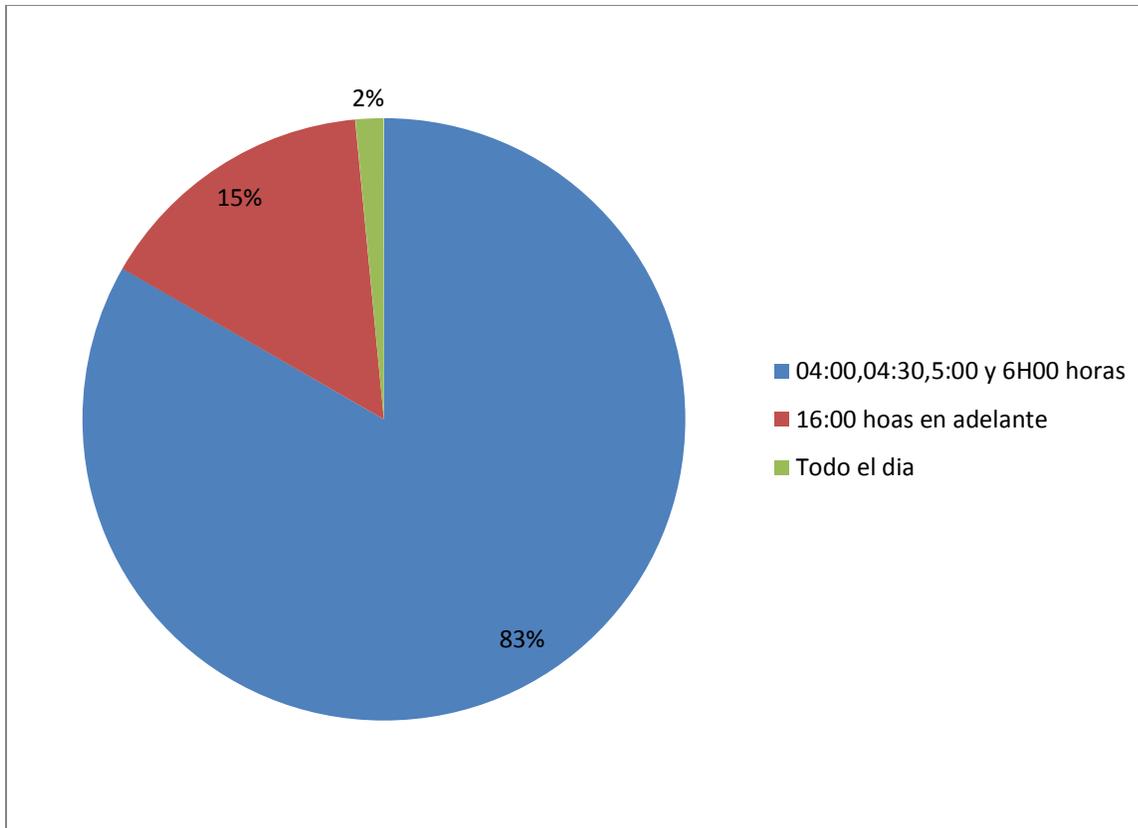
Esta interrogante la planteamos en consideración a que de antemano conocíamos que el medio mayormente difundido es la radio, por lo que quisimos investigar, qué nombre de emisora les gustaba escuchar más. La obtención de este dato nos serviría para buscar un acercamiento con los medios de comunicación radial y una posterior cita con los responsables de la programación en dichos medios para enfocar de mejor manera los impactos culturales en el sector campesino y como lograr un mayor compromiso de dichos medios con el sector rural en general.

Los datos recopilados los resumimos así: 1 persona escucha sólo la radio "Rocío" del cantón Biblián (1.5%); 44 familias escuchan sólo la radio "Cumbres" del cantón Cañar (66.7%); 2 personas manifestaron que solamente escuchan la radio "Ingapirca", también de cantón Cañar(3.0%); 9 en cambio oyen Cumbres e Ingapirca (13.6); 2 alternan la programación de Cumbres, Ingapirca y Rocío (3.0%); y finalmente, 4 escuchan Cumbres y Rocío (6.1%). Esto como ya lo puntualizamos, nos permitió tener muy en claro que la emisora líder en la Comunidad de San José de Masanqui, es Radio Cumbres, por lo que es imperativo lograr que ésta genere más programas culturales en beneficio del campesino.



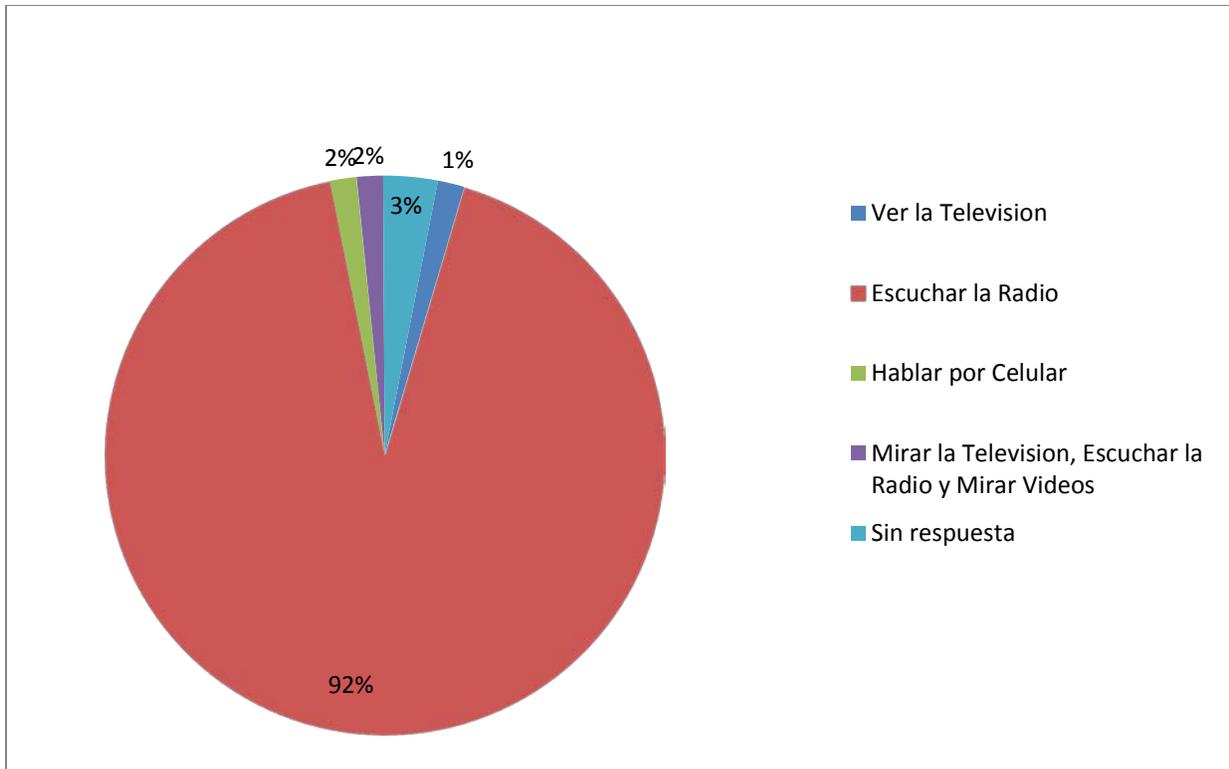
### 13.- ¿Ud. escucha la radio por?

Quienes respondieron el gusto por la música, fueron 25 personas (37.88%); los que optan por las noticias representan a 22 encuestados (33.33%); a 14 campesinos (21.21%) les agrada escuchar la música como también las noticias; en tanto que, un entrevistado (1.52%) indica que no escucha la radio; y finalmente, 4 interrogados (6.06%) no respondieron.



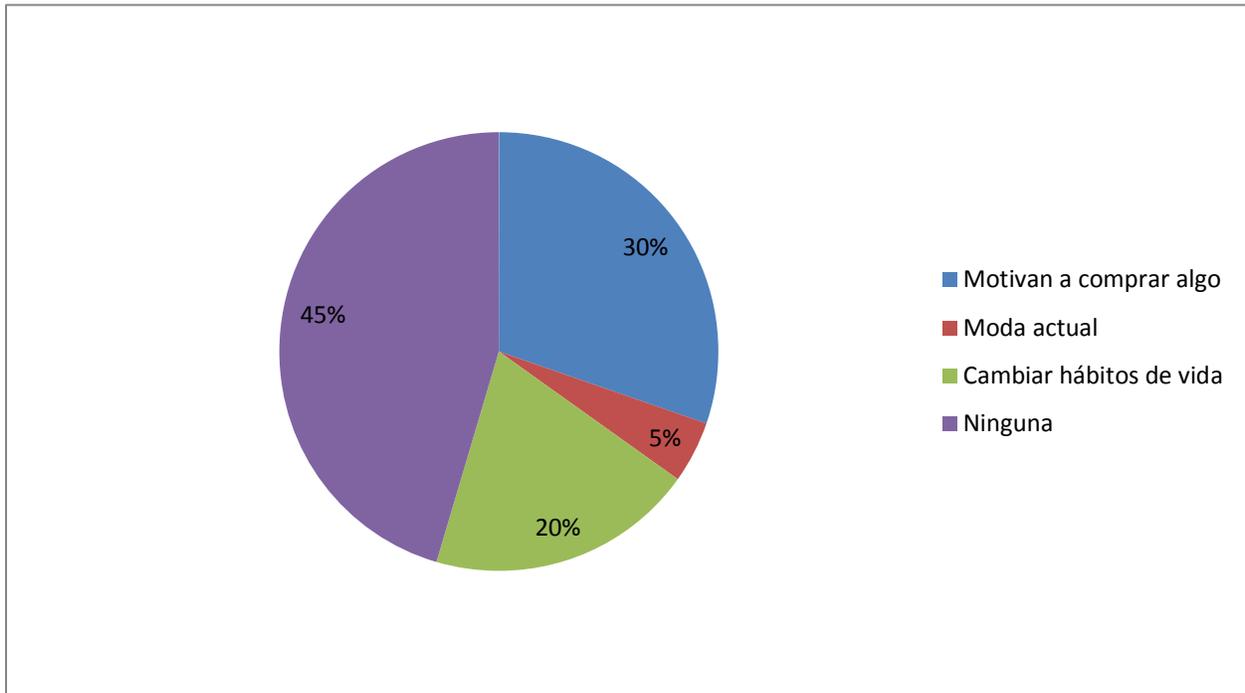
#### 14.- ¿Cuál es su horario preferido?

Los horarios que prefieren los moradores de San José Masanqui, los de mayor sintonía son por las mañanas, generalmente al levantarse a una nueva jornada laboral, hay quienes empiezan desde las 3 de la madrugada, pero la mayoría prefiere hacerlo desde las 04:00, 04:30, 5:00 y 6:00 horas, que representan a 55 consultados (83.33%); quienes escuchan la radio por la tarde y por la noche (16:00 horas en adelante) son 10 campesinos (15.15%); y solamente 1 interrogado (1.52%) lo hace de manera habitual todo el día.



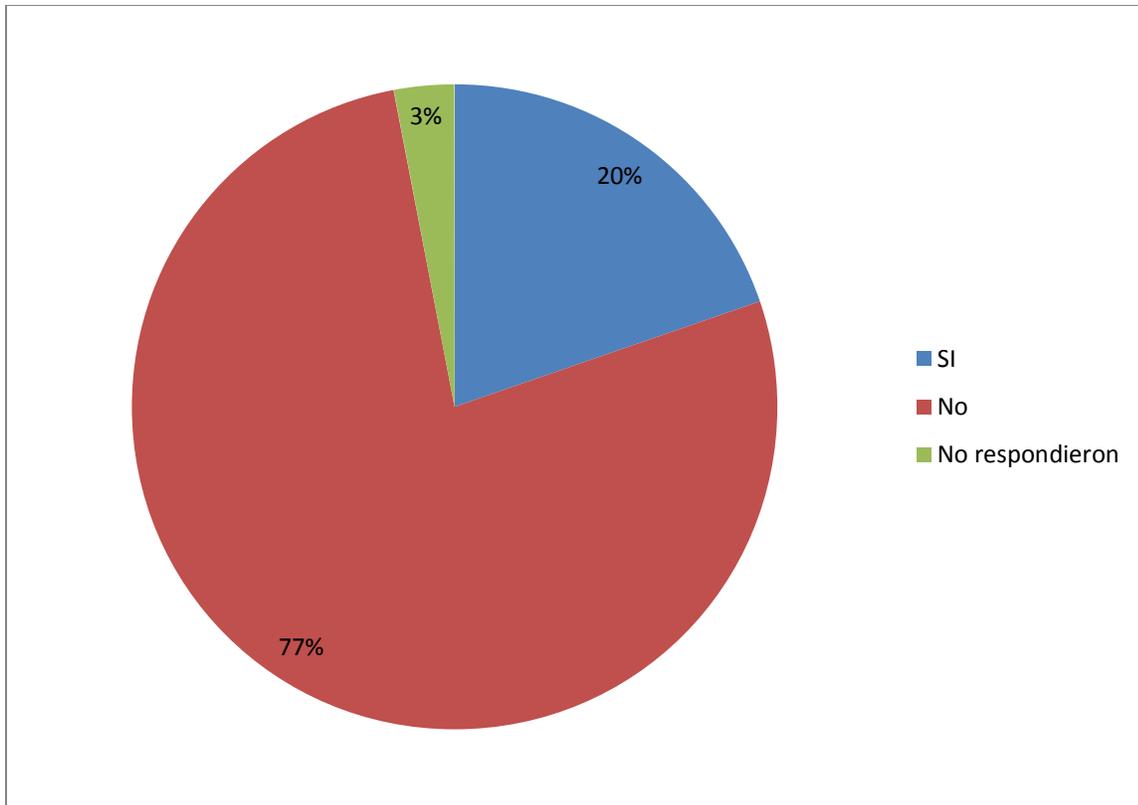
### 15.- ¿De las siguientes actividades, cuál le gusta más?

En lo que concierne a esta interrogante, se la planteó con la intención de conocer cuál de los medios de comunicación es el más preferido, los resultados obtenidos nos dicen que: Sólo 1 persona (1.5%), admite ver la televisión; mientras que 60 (90.9%) respondieron que le agradan escuchar la radio; a 1 encuestado le agrada hablar por celular, lo cual representa apenas el 1.5%; 1 persona (1.5%) manifestó no tener ningún agrado por escuchar o mirar cualquiera de las alternativas de comunicación; así mismo, 1 solo informante (1.5%) le atrae mirar la televisión, escuchar la radio y mirar los videos; y finalmente, 2 personas (3.1%) no quisieron responder. Concluyendo, podemos recalcar que, el medio de comunicación más difundido y de agrado de los adultos mayores es la radio.



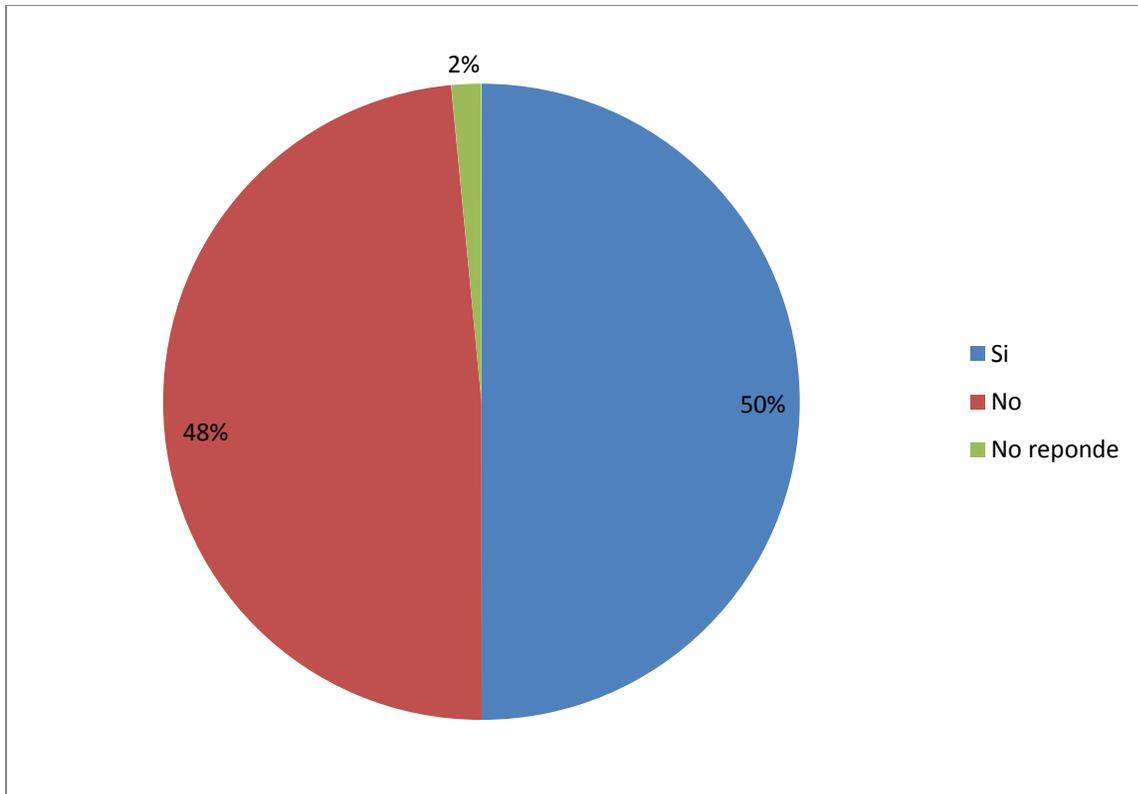
**16.- ¿De las propagandas que escucha en la radio hay alguna o algunas que le llaman la atención, y por qué?**

Bajo la sombra de esta inquietud, quisimos evidenciar, si las propagandas radiales despertaban cierto tipo de interés en la comunidad por adquirir algo o asimilar ciertos modismos de la ciudad, creo que los conseguimos: El 30.3% que equivale a 20 personas indicaron que con las propagandas de la radio le motivan a comprar algo; 3 (4.55%) manifestaron se interesan por la moda actual; 13 pobladores (19.70%) las propagandas le inducen a cambiar hábitos, y por ende asimilar lo de afuera; en tanto que, 28 moradores (42.42%) dijeron que nos les llamaba la atención, por lo que su indiferencia es notoria; y por último 2 personas (3.03%) no supieron contestar.



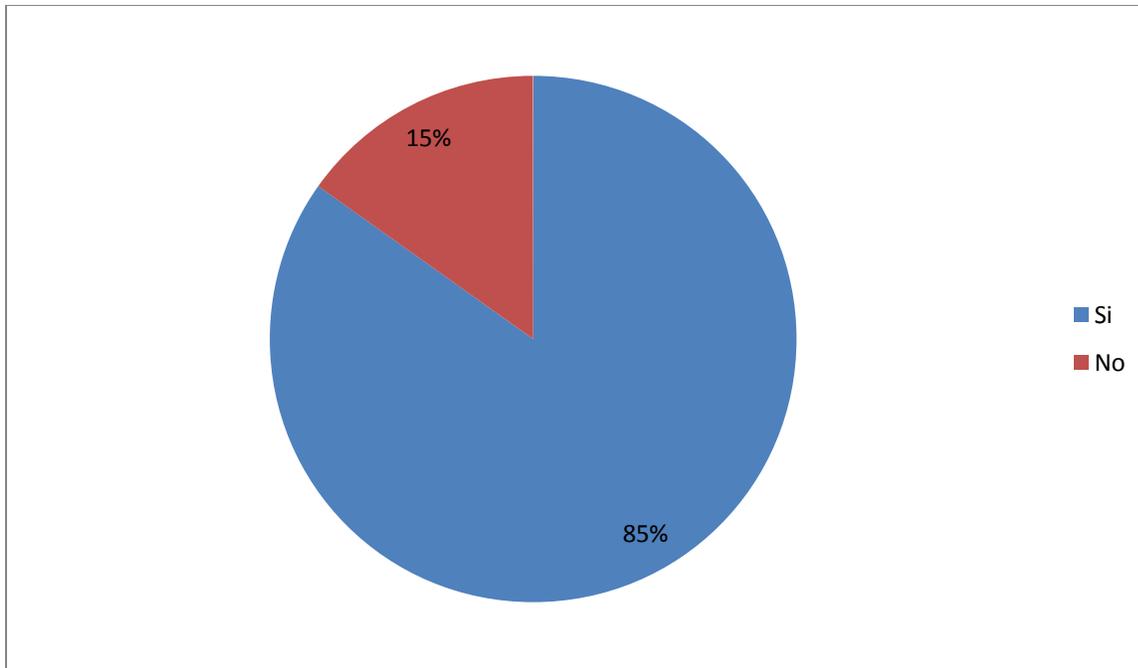
**17.- ¿Al escuchar la radio o mirar la televisión, le dan ganas de vivir en la ciudad?**

Esta inquietud la planteamos con la finalidad de constatar, si los indígenas del sector preferían la ciudad o el campo y medir de alguna forma la aculturación que pudiera generarse. Los resultados nos confirman que, 13 lugareños, lo que representa el 19.70%, si preferirían vivir en la ciudad, mientras que el 77.27%, que son 51 personas, eligieron seguir viviendo en su propio territorio. 2 personas (3.03%) se abstuvieron de expresarse. Esto datos nos confirma que en los adultos mayores no se encuentran grandes cambios para una pérdida de su identidad.



**18.- ¿Cree Ud. que es necesario una señal de radio en Huayrapungo?**

Quisimos medir el grado de aceptación que pudiera tener la gestión de una emisora y que sea propia y administrada por los indígenas de Huayrapungo. La respuesta fue dividida, una neutralidad entre el sí y el no, es decir, que un 50.00% que representa a 33 personas consultadas, están de acuerdo que sería bueno contar con una emisora para toda la comunidad. En tanto que 32 personas (48.48%) le es indiferente contar con este medio de comunicación de una forma exclusiva. Y una sola persona no quiso responder, lo que equivale al 1.52%.

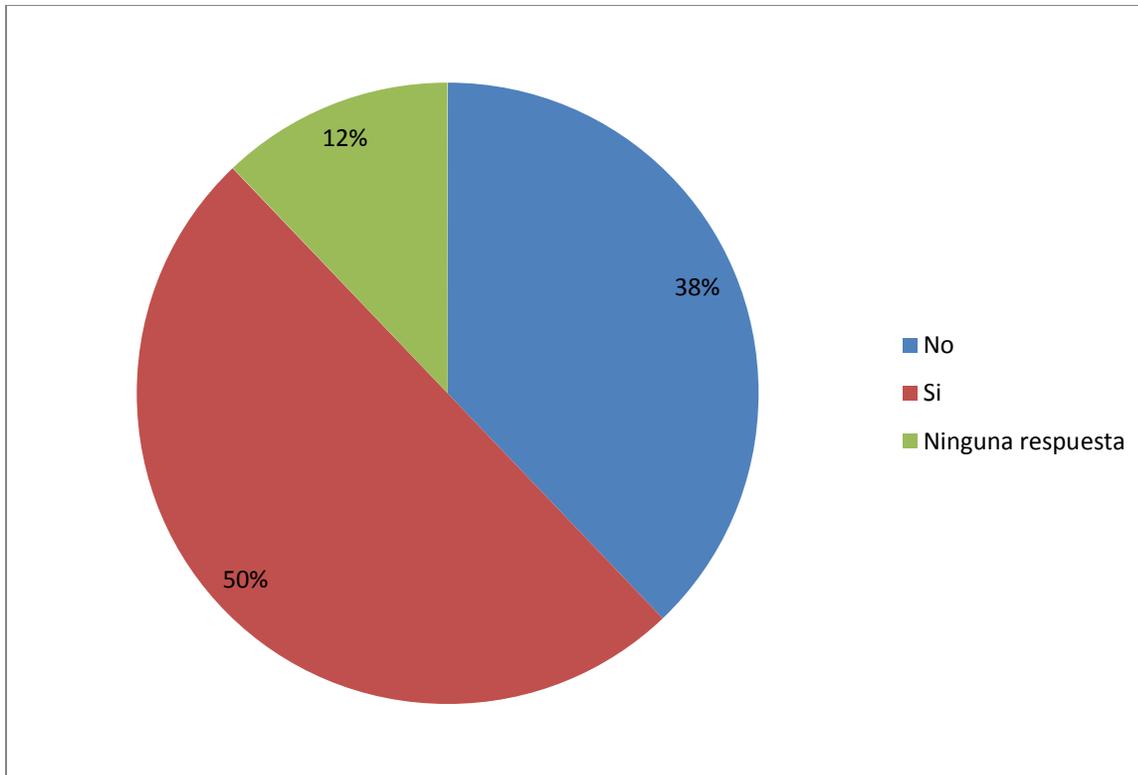


**19.- ¿Cree Ud. que los medios de comunicación (radio, televisión, internet, celular, DVD, etc.) han hecho que la gente, sobre todo la juventud sea diferente a como eran sus mayores? Y ¿Por qué?**

Ésta es justamente una interrogante central de nuestra investigación y que nosotras mismas nos habíamos planteado; no obstante, quisimos indagar en el sentir de los propios protagonistas inmersos en esta problemática, conscientes o no de aquello. Del total de las personas entrevistadas, 56 de ellas consideraron afirmativamente la influencia de los medios de comunicación en la nueva generación campesina, lo que representa el 84.85%; mientras que 10 personas, indicaron que no (15.15%).

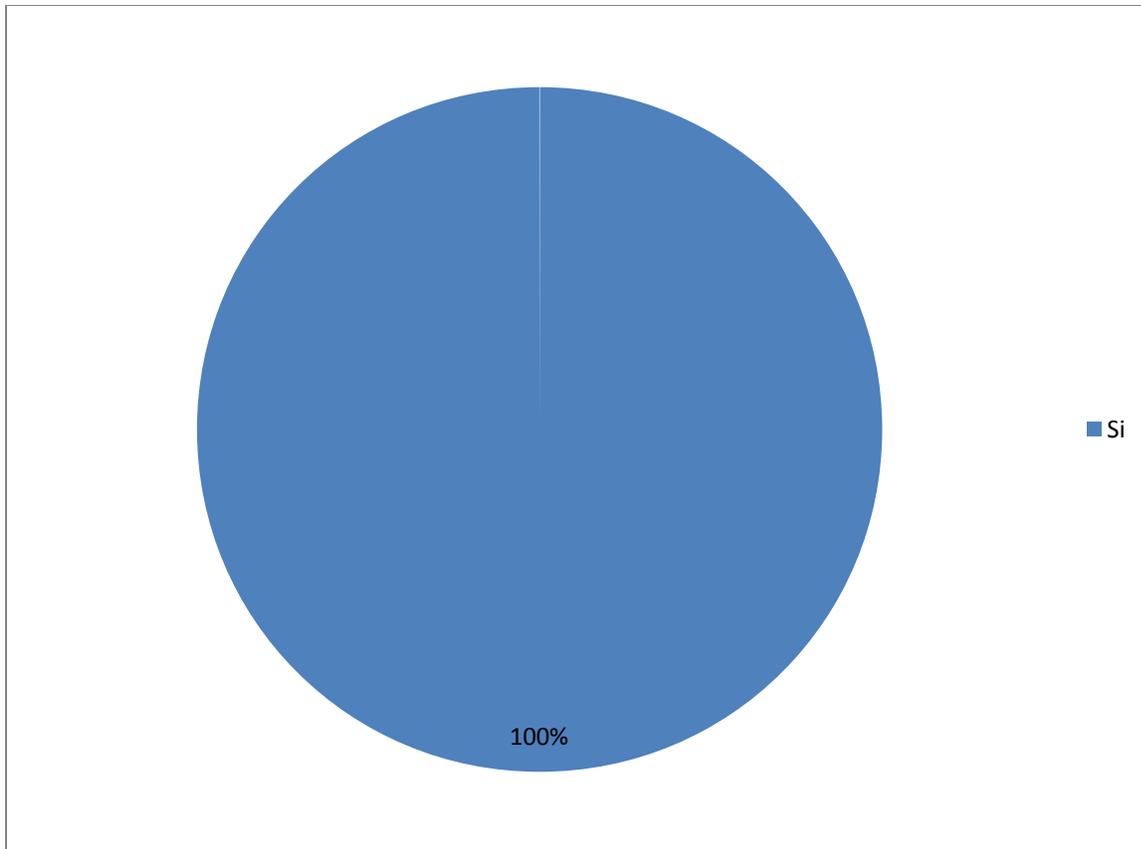
Las razones que manifestaron para que este fenómeno se esté dando se deben a: La falta de respeto de los jóvenes a sus mayores; a sus ansias de no vestir el traje tradicional; falta de educación que conlleve al respeto a los mayores; todo es diferente, los jóvenes ya no respetan como nosotros a nuestros padres; los guambas aprenden cosas malas en la televisión; antes éramos más humildes, ahora los jóvenes ya no; aprenden lo malo y hacen diabluras en la comuna; adquieren otras costumbres, usan aretes y pantalones anchos; y finalmente, ven televisión y no quieren ayudar a cuidar a los animales.

En tanto quienes alegaron que los medios de comunicación no han cambiado a las personas de Masanqui, indicaron entre algunos motivos: Porque no creo; porque no pues; solo es mala costumbre; que van a cambiar nada; y en último término, no sé. Son respuestas un tanto ambiguas, ya que carecen de algún contenido crítico, pero que igual las respetamos.



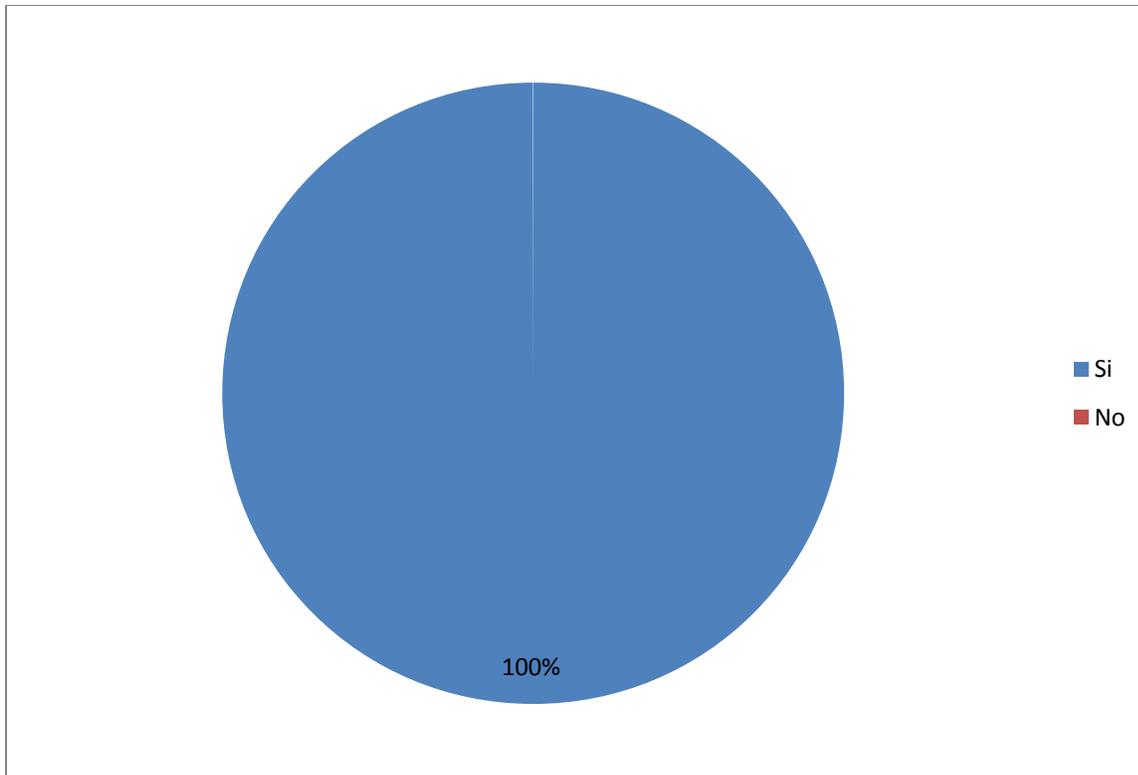
## 20.- ¿Obliga a sus hijos que hablen el quichua?

Se justifica esta inquietud, toda vez que el idioma nativo es para todo pueblo indígena, su carta de presentación, sus raíces, un legado que no puede morir. Las encuestas nos dicen, que 25 personas (37.88%) sí obligan a sus hijos a comunicarse en el idioma de sus padres; y 33 informantes (50.00%) no lo hacen, lo dejan a voluntad. Finalmente, 8 no ofrecieron ninguna respuesta (12.12%).



**21.- ¿Le gusta a Ud. participar en las fiestas de su comunidad? Y ¿Por qué?**

Esta pregunta se la realizó pensando en medir el grado de participación de los distintos miembros de la comunidad y su valoración social. Todos supieron manifestarse positivamente para la celebración de las festividades propias de San José de Masanqui, es decir, el 100%. Debemos recordar que Masanqui tiene en el año dos fiestas representativas: Una de ellas es el 19 de marzo en honor a su patrono San José y la otra el 1 de octubre en honor a Santa Teresita.



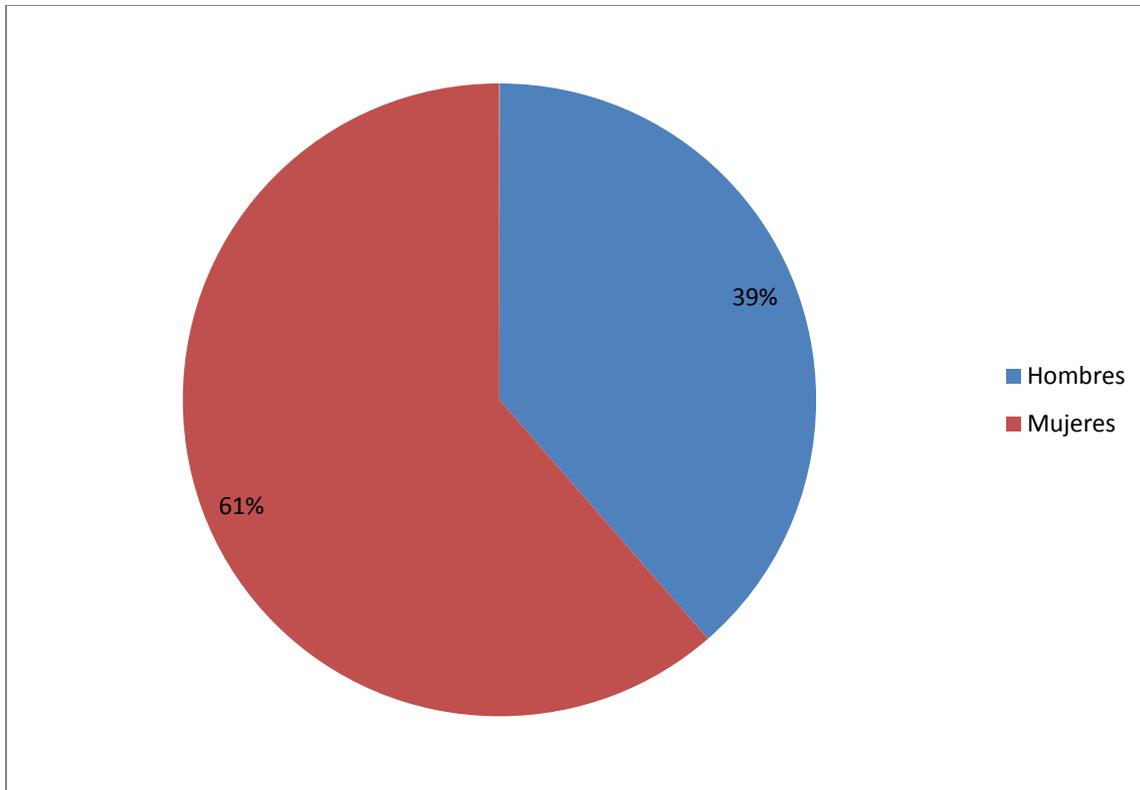
**22.- ¿Cree Ud. que vale la pena conservar las costumbres que heredaron de sus padres?**

Mediante esta interrogante, nos propusimos conocer y a la vez confirmar, lo que ya dimos por hecho en una de las hipótesis planteadas, que el adulto mayor se siente parte del mundo campesino y su afán de continuar siendo lo que es, un hombre comprometido con sus antepasados y sus legados. En su totalidad (66) afirmaron que era bueno conservar las costumbres de sus padres lo que representa el 100%.

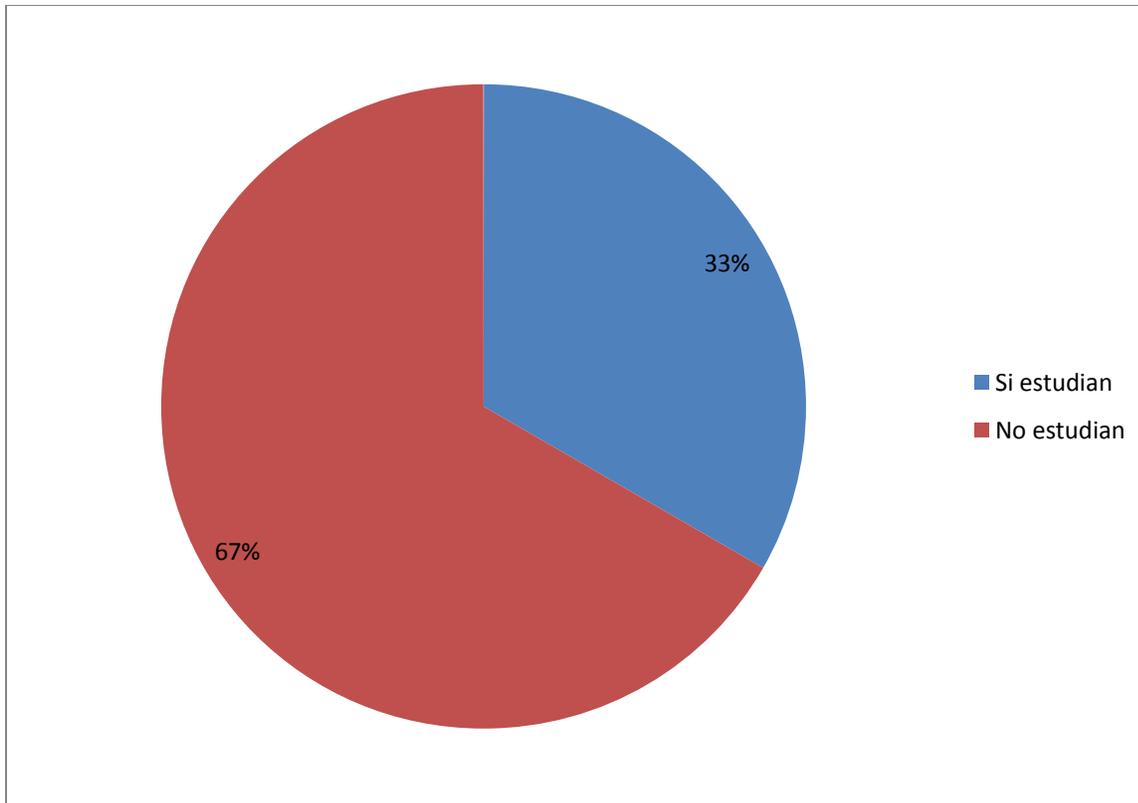
**4.2.2.- ENCUESTA A LOS JÓVENES (15 A 30 AÑOS DE EDAD)**

Una vez, analizado el primer grupo de encuestados, nos corresponde analizar el segundo grupo, que corresponde al de los jóvenes. Sin temor a equivocarnos, es aquí donde vamos a sustentar nuestra labor investigativa, porque consideramos que son justamente las nuevas generaciones las que están más propensas a los cambios tecnológicos, los que son menos reacios a sus mensajes y los que más utilizan los diferentes medios de comunicación que están a su disposición.

Las interrogantes a ellos planteadas, lo hicimos pensando justamente que este sector, el más vulnerable para una posible aculturación por parte de los medios de comunicación.

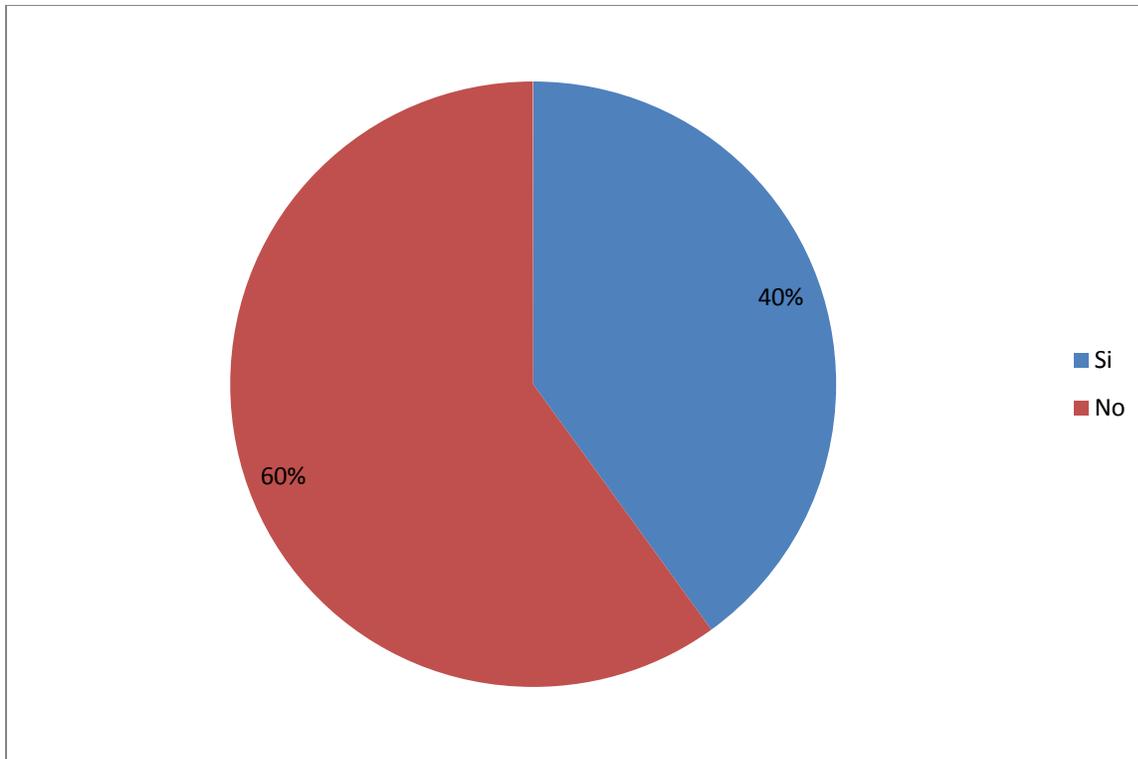


Se realizó la encuesta a 70 indígenas que oscilan entre los 15 a 30 años, donde 27 de ellos son Hombres que representan el 38.57% y los restantes fueron 43 mujeres con una tasa porcentual de 61.43%.



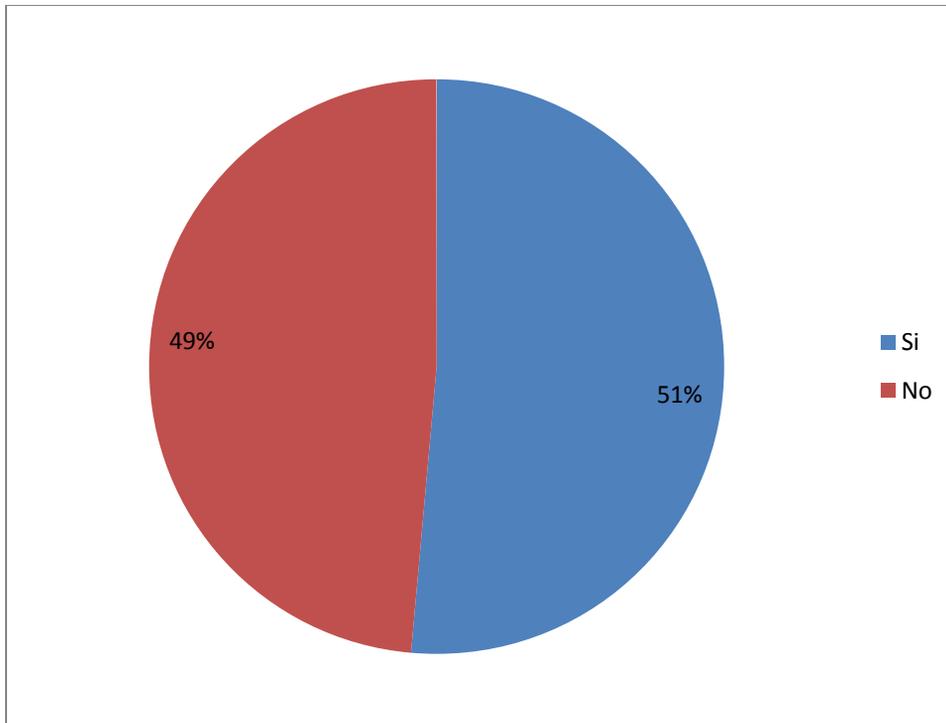
### 1.- ¿Ud. estudia?

Con la realización de esta pregunta nos propusimos averiguar si los jóvenes campesinos mantenían el afán por el estudio; 23 informantes si estudiaban, lo que representa el 32.86%, mientras que 46 no estudiaban (65.71%). Sin embargo de estos datos, debemos aclarar, que si bien un alto porcentaje no estudia, obviamente en el nivel secundario, al menos si ha culminado la etapa primaria.



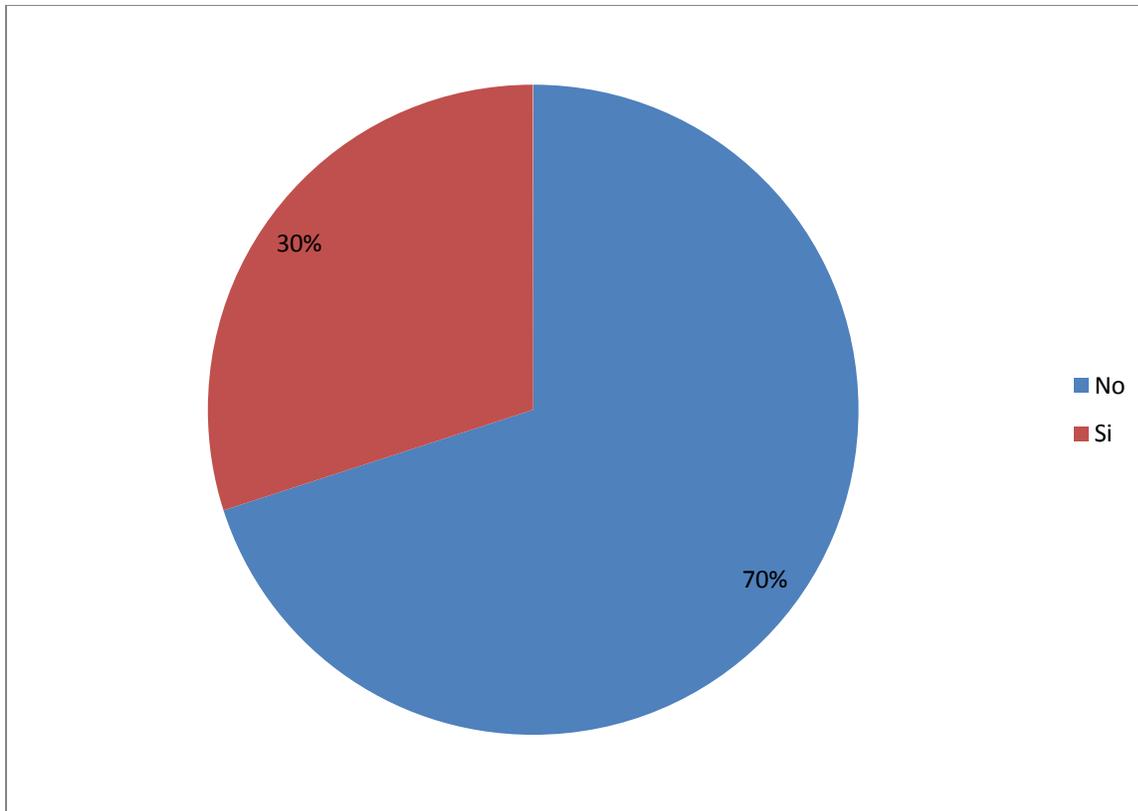
## 2.- ¿Le gustaría culminar sus estudios hasta la universidad?

Esta inquietud tuvo como propósito examinar el grado de propensión que tienen los jóvenes indígenas hacia los estudios universitarios. 28 jóvenes manifestaron su intención de continuar con sus estudios universitarios (40%), aunque se encuentran un tanto inseguros, debido a la situación económica, por los gastos que demanda la universidad, no obstante tienen la magnífica intención de superarse. En tanto que, 42 respondieron que no (60%).



### 3.- ¿Ud. se viste con la ropa tradicional de su comunidad?

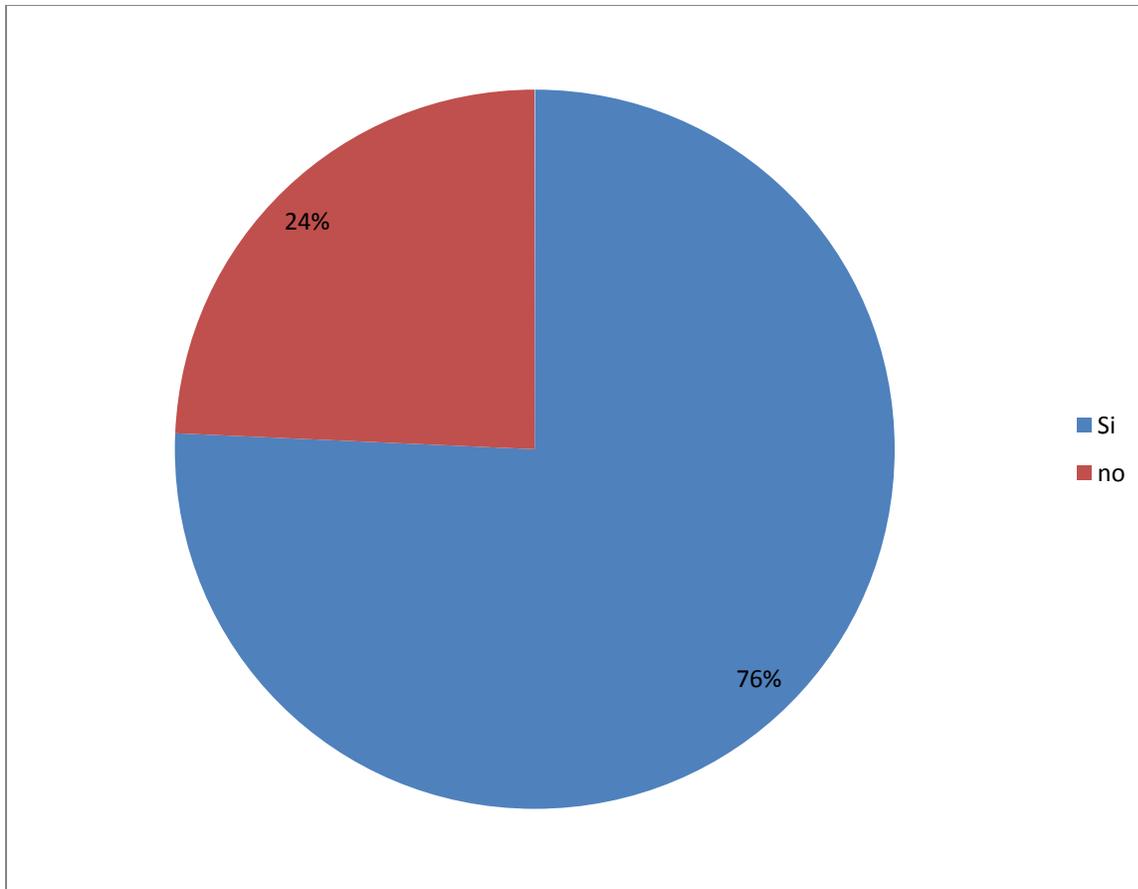
Esta inquietud la planteamos, para conocer si mantenían el gusto por conservar el atuendo tradicional de su comunidad. De los resultados de la investigación, el 51.43% de los encuestados, es decir, 36 personas contaron que sí vestían la ropa tradicional de Huayrapungo, en tanto que, 34 respondieron que no, lo que representa el 48.58%. Pero consideramos que vale recalcar lo siguiente: de las conversaciones mantenidas y apoyados por la observación directa, nos dimos cuenta que la vestimenta sobre todo, la de los varones, difiere de lo tradicional, la ropa más bien, va acorde con el trabajo que deben desempeñar cada día.



#### 4.- ¿Desearía cambiar completamente su vestuario tradicional?

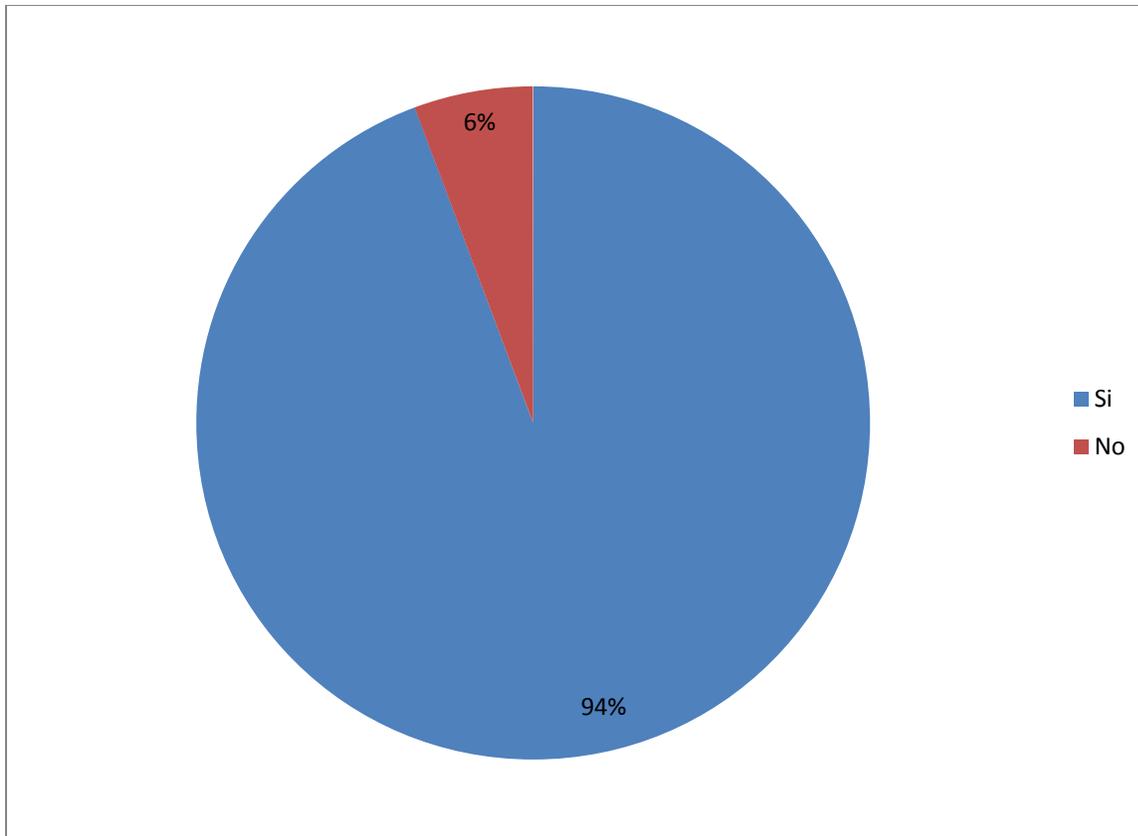
Obviamente, quisimos determinar el gusto por conservar la ropa tradicional de Huayrapungo por parte de la juventud. 21 encuestados quieren cambiar su vestimenta, no es ya del agrado de ellos vestir como sus padres, lo que significa un 30%. Mientras que 49 manifestaron su conformidad con la vestimenta propia de su comunidad (70%).

Entre las razones que indicaron para no cambiar el vestuario están: Me siento bien así, nos enseñaron a vestirnos así, padres hablan, para mantener la cultura. En tanto que, quienes prefieren cambiar el vestuario, argumentan: No me gusta la ropa de mis padres, me gusta estar a la moda, todo va cambiando, para verme mejor, otras ropas me hacen ver más bonita, no quiero vestir a la antigua.



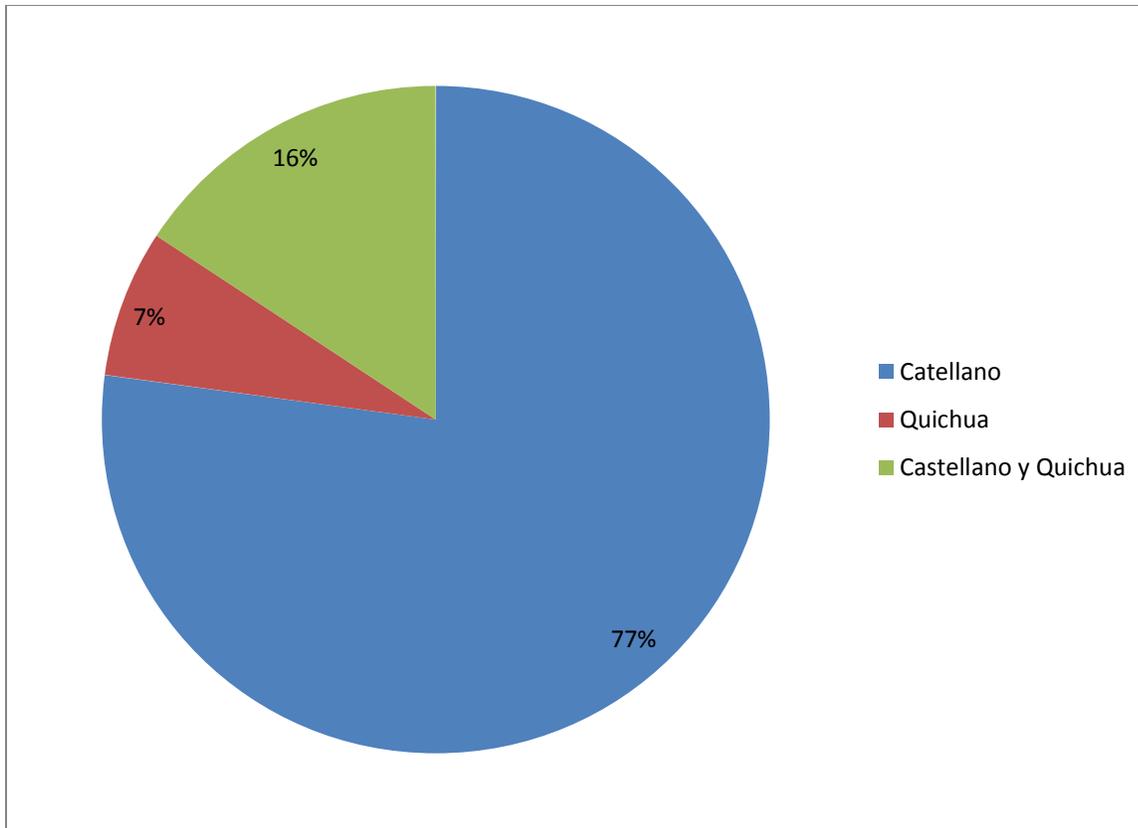
### 5.- ¿Habla Ud. el quichua?

Respecto de ésta, 53 jóvenes (75.71%) hablan el quichua, mientras que 17 respondieron que no (24.29%). Esto nos da a entender que existe una pérdida de la lengua nativa en un porcentaje preocupante, que de mantenerse se corre el riesgo que las próximas generaciones pierdan el gusto de expresarse mediante el quichua.



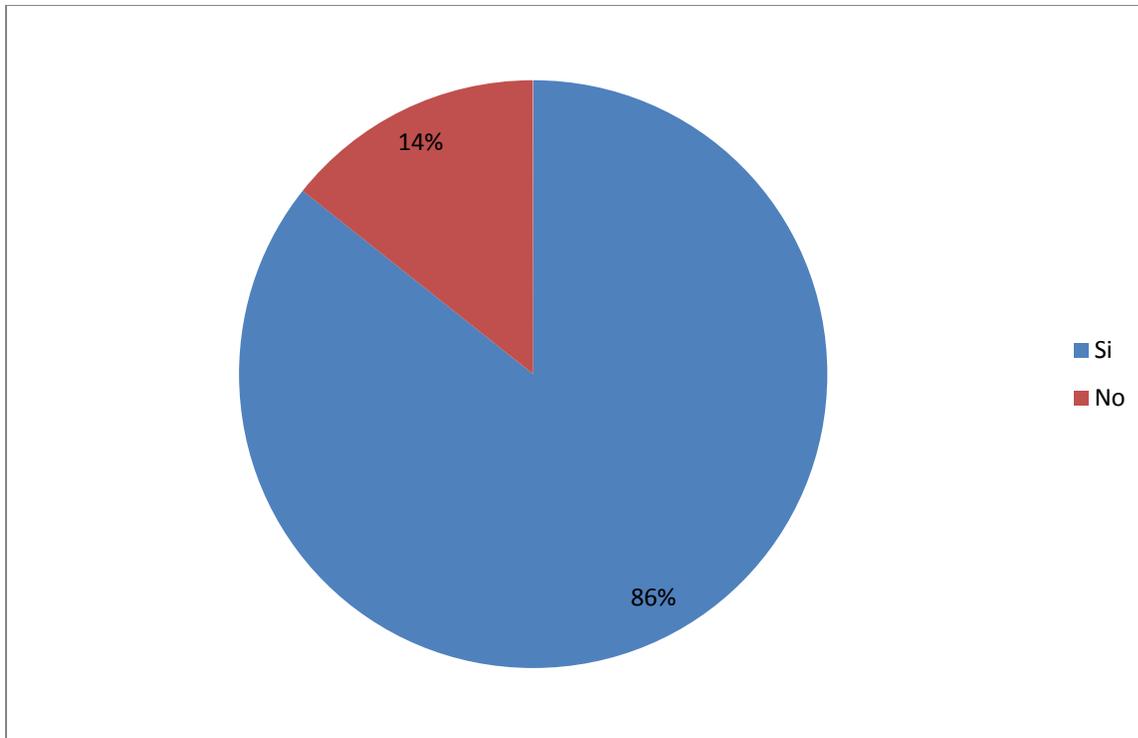
### 6.- ¿Habla Ud. el castellano?

La segunda lengua que los indígenas hablan, es justamente el castellano. Quisimos determinar qué tan arraigado está este idioma en la comunidad de Masanqui. Los resultados nos indican que 66 entrevistados respondieron afirmativamente (94.29%), en tanto, que 5 nos respondieron que no (5.71%). Estas cifras nos demuestran que el idioma español tiene gran importancia en la juventud de San José de Masanqui.



### 7.- ¿Cuál de las dos lenguas, el quichua o el castellano le gusta hablar más?

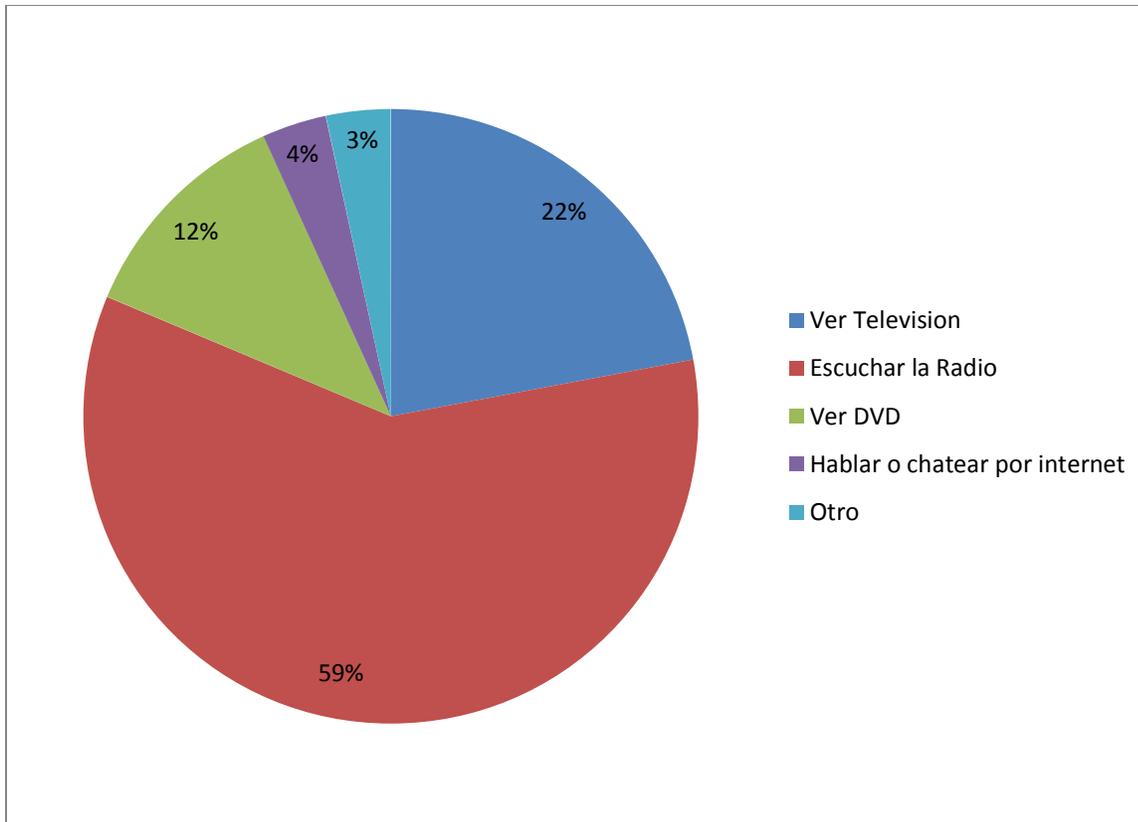
Esta interrogante, creemos es medular en nuestro proceso de investigación, va a poner de manifiesto la preferencia de los jóvenes indígenas por tal o cual idioma. Lo que se escrutó fue: Que 54 moradores les agrada hablar más el castellano que el quichua (77.14%), mientras que 5 manifestaron su gusto por mantener como su lengua el quichua (7.14%), también hubieron, a quienes les gusta mantener y hablar los dos idiomas, un número de 11 encuestados (15.72%). Esto nos demuestra que la juventud actual de San José de Masanqui, tiene gran preferencia por hablar el idioma castellano, en detrimento de su lengua nativa.



### 8.- ¿Le gusta vestir a la moda?

Podemos indicar que del total de los investigados, a 60 les gusta vestir a la moda, lo cual representa el 85.71%, mientras que a 10 no les gusta vestirse así (14.29%).

Estos resultados, si bien, parecen contradictorios con respecto a la pregunta N.- 4, no obstante, se sustenta en que los jóvenes campesinos cuando salen los fines de semana a la ciudad, lo hacen no con el atuendo propio de su comunidad, sino con la ropa que normalmente visten los jóvenes de la ciudad. Indican que hay que ir presentables a la ciudad; lo que da a entender la idea equivocada que tienen de la valoración de su vestuario tradicional.

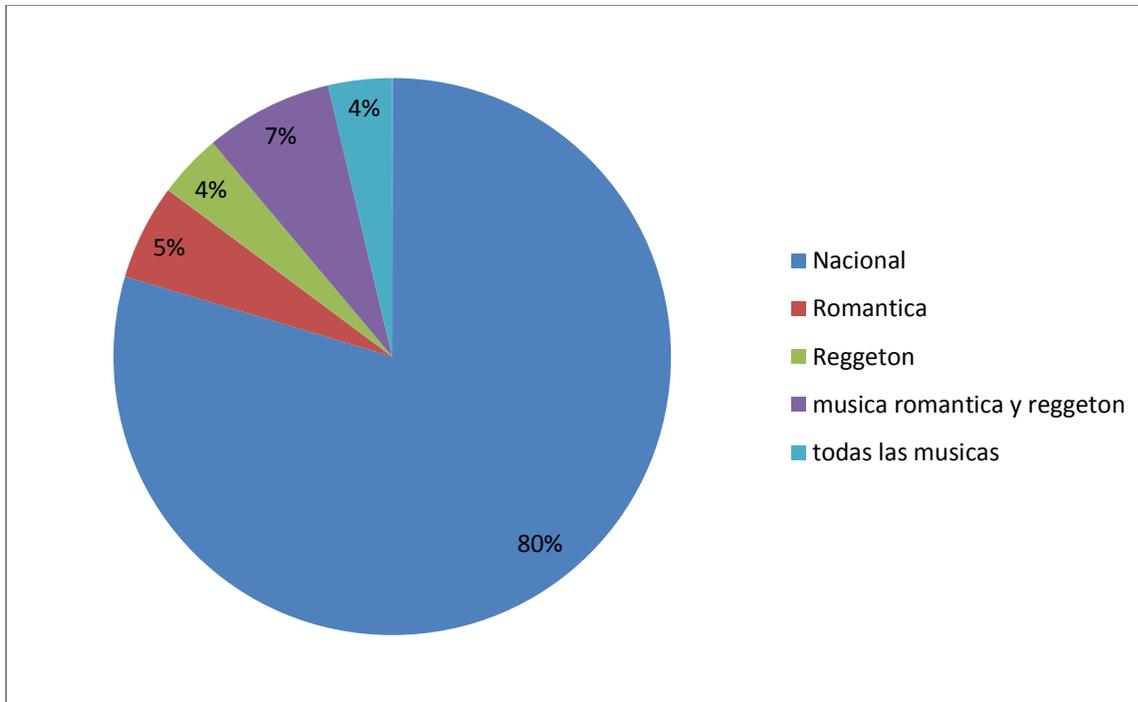


### 9.- ¿En sus ratos libres, le dedica más tiempo a?

Plantear esta interrogante, para determinar las preferencias que tienen los jóvenes campesinos en hacer uso de sus ratos libres.

A 13 personas en sus momentos de descanso les gusta mirar la televisión (18.57%); 35 de ellos prefieren escuchar la radio (50.00%); 7 se animan a ver películas o videos en DVD (10.00%); 8 les agrada hablar o chatear por el celular (11.42%), 2 en cambio se inclinan por ir al internet (2.86%); y, finalmente, dentro del rubro otros, que prefirieron 2 jóvenes (2.86%): A uno le gusta tejer y al otro simplemente descansar.

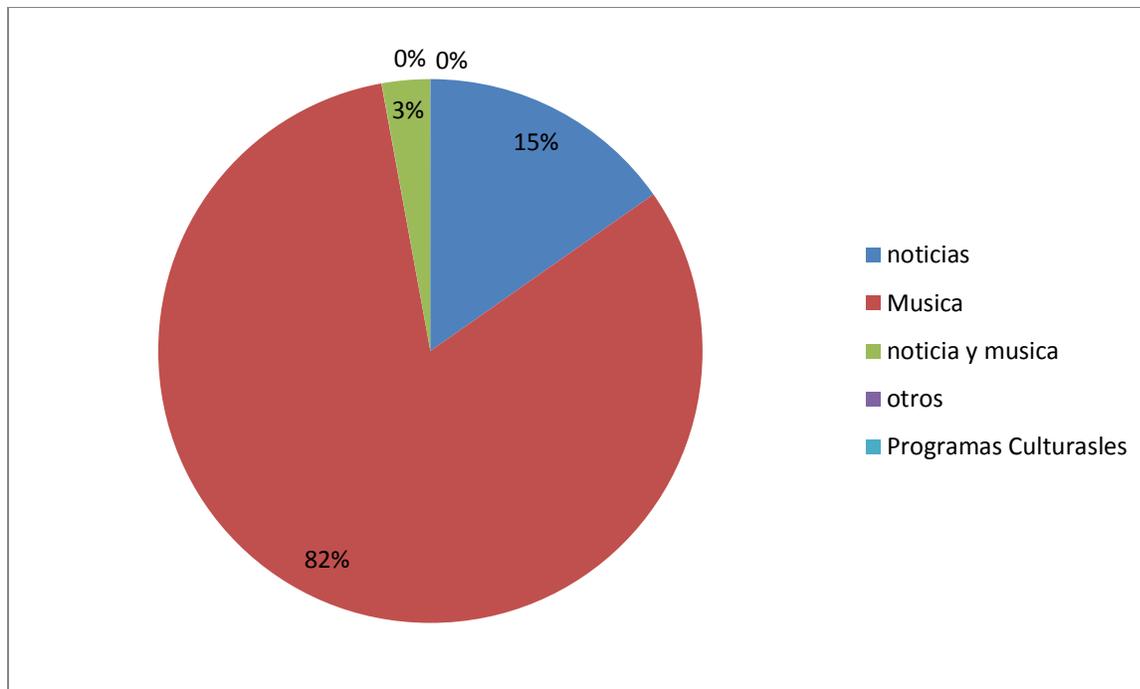
De esta información obtenida, la radio es el medio de comunicación preferido por la juventud de San José de Masanqui, le sigue la televisión, el celular, el DVD, el internet, y otros.



### 10.- ¿Qué música le gusta escuchar?

Aquí, 43 personas entrevistadas prefieren la música nacional (61.43%); en tanto que 3 gustan de la música romántica (4.28%); 16 en cambio gozan exclusivamente del reguetón (22.86%); 2 jóvenes admitieron que les gusta la música nacional y el reguetón (2.86%); a 4 personas les gusta la música romántica y el reguetón (5.71%); y, por último a 2 jóvenes sienten el gusto por toda clase de música (2.86%).

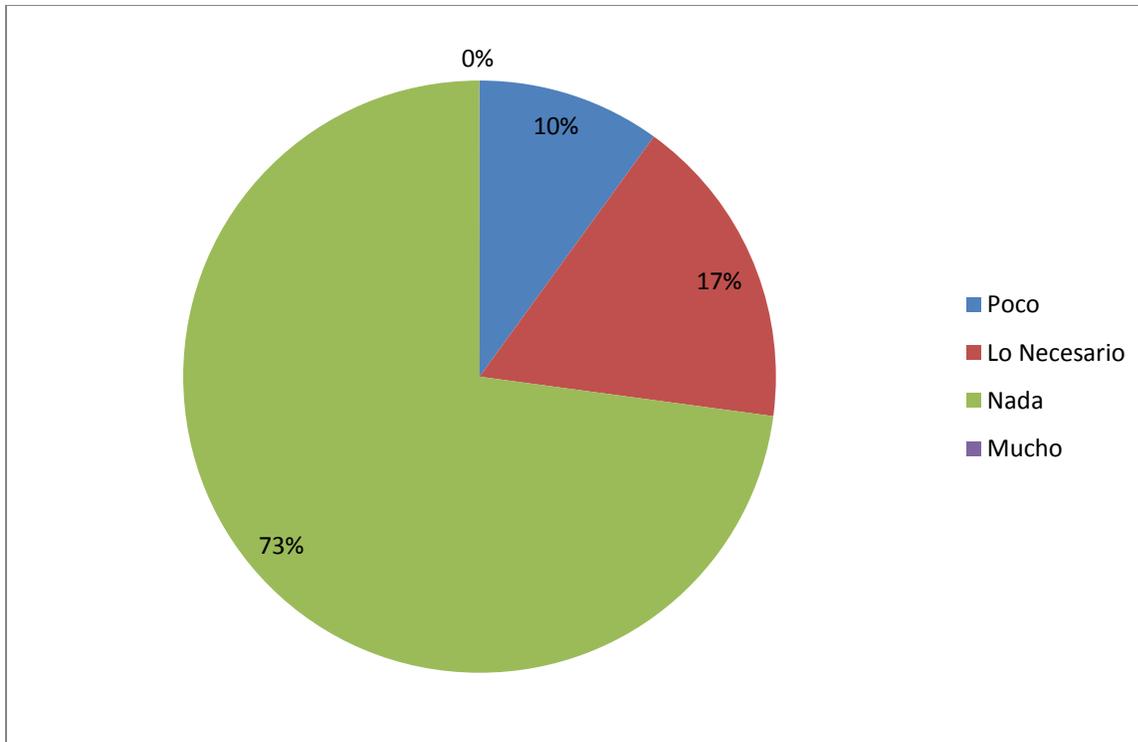
No cabe duda en los gustos de los jóvenes indígenas por la música nuestra, la nacional. Sin embargo, el gusto por la música reguetonera ocupa un lugar destacado dentro de sus preferencias, un segundo lugar. Esto viene a confirmar nuestras aseveraciones anteriores, que los gustos de los campesinos se hace cada vez evidente, por lo de afuera.



### 11.- ¿Cuándo prende la radio, le agrada escuchar?

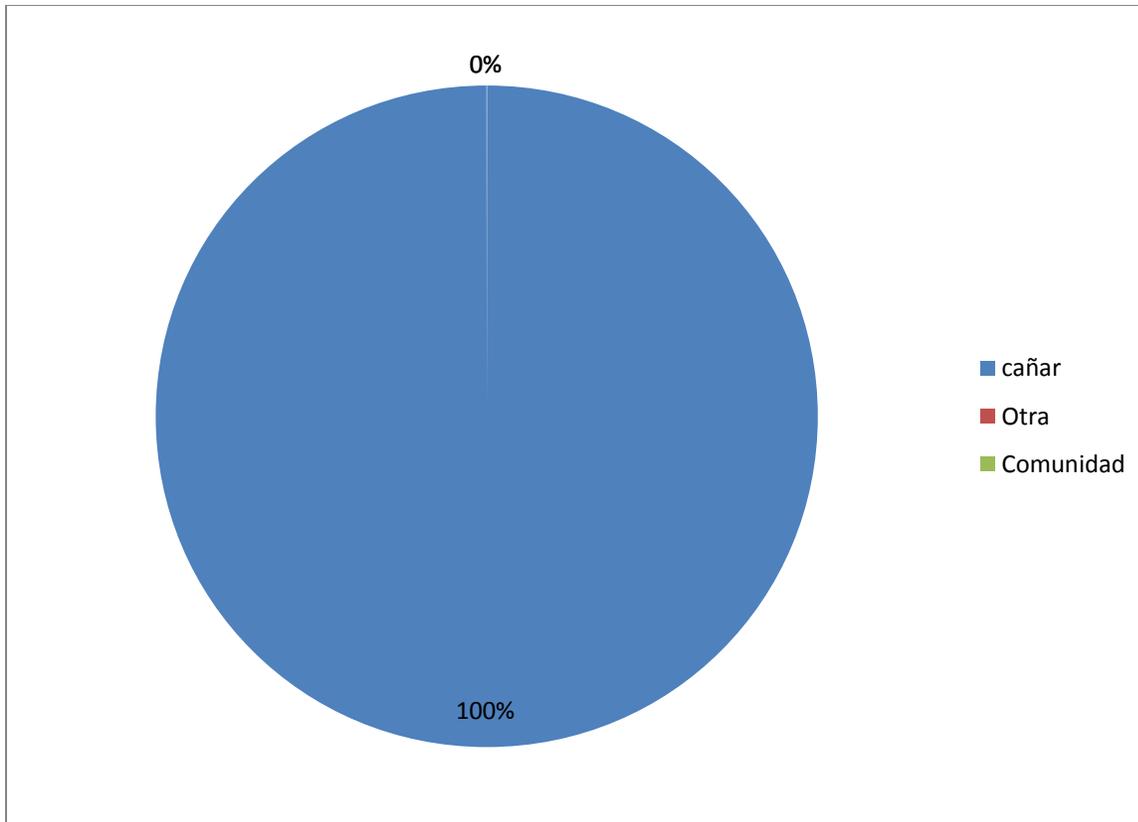
Respecto de esta inquietud, 11 entrevistados eligen escuchar las noticias, lo cual representa un 15.71%; en cambio 57 entrevistados optan por escuchar música, es decir, un 81.43%; finalmente, 2 seleccionaron su complacencia por escuchar noticias y también la música (2.86%).

Como conclusión, podemos decir que el gusto por la música está bien enraizado, lo que denota el poco agrado por los temas culturales. Sin embargo es una práctica que se puede revertir con proyectos radiales o a nivel educacional; ojalá que los nuevos proyectos de educación emprendidos por el actual gobierno contemplen actividades tendientes a despertar el interés en los jóvenes estudiantes: El gusto por lo cultural.



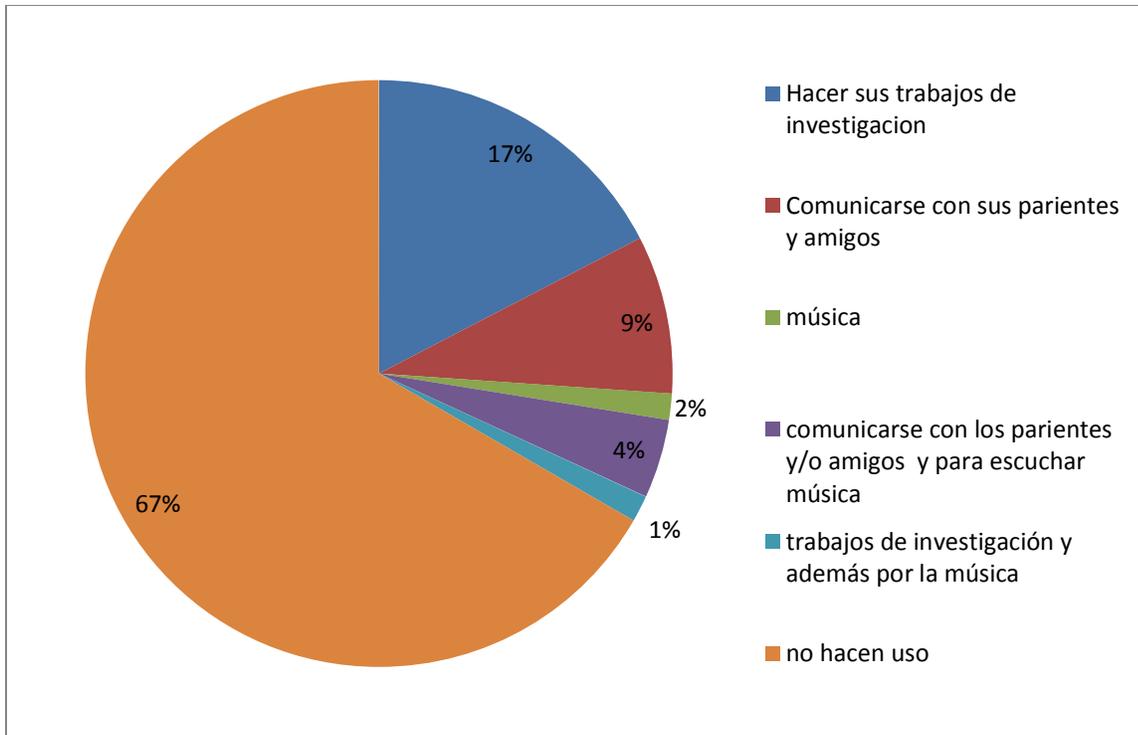
## 12.- ¿Hace Ud. uso del internet?

De acuerdo al análisis de las encuestas efectuadas, 7 jóvenes (10.00%) respondieron que hacen uso del internet de manera limitada (poco); 12 encuestados (17.14%) indicaron que utilizan el internet solamente lo necesario; y 51 informantes (72.86%) revelaron que no utilizan el servicio de internet. Estas cifras nos indican que esto se debe a que el acceso al internet en la comunidad no existe.



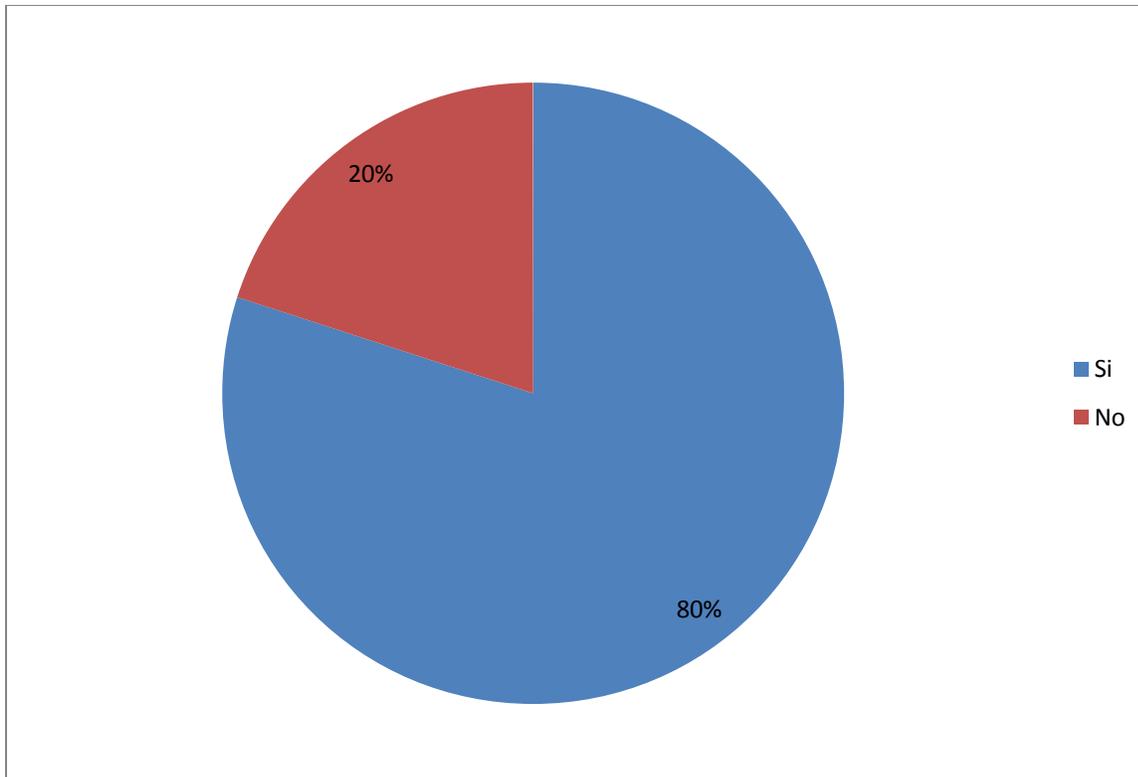
### 13.- ¿Dónde obtiene este servicio?

De una manera unánime, los jóvenes expresaron que el servicio de internet es posible en la ciudad, es decir, en el cantón Cañar.



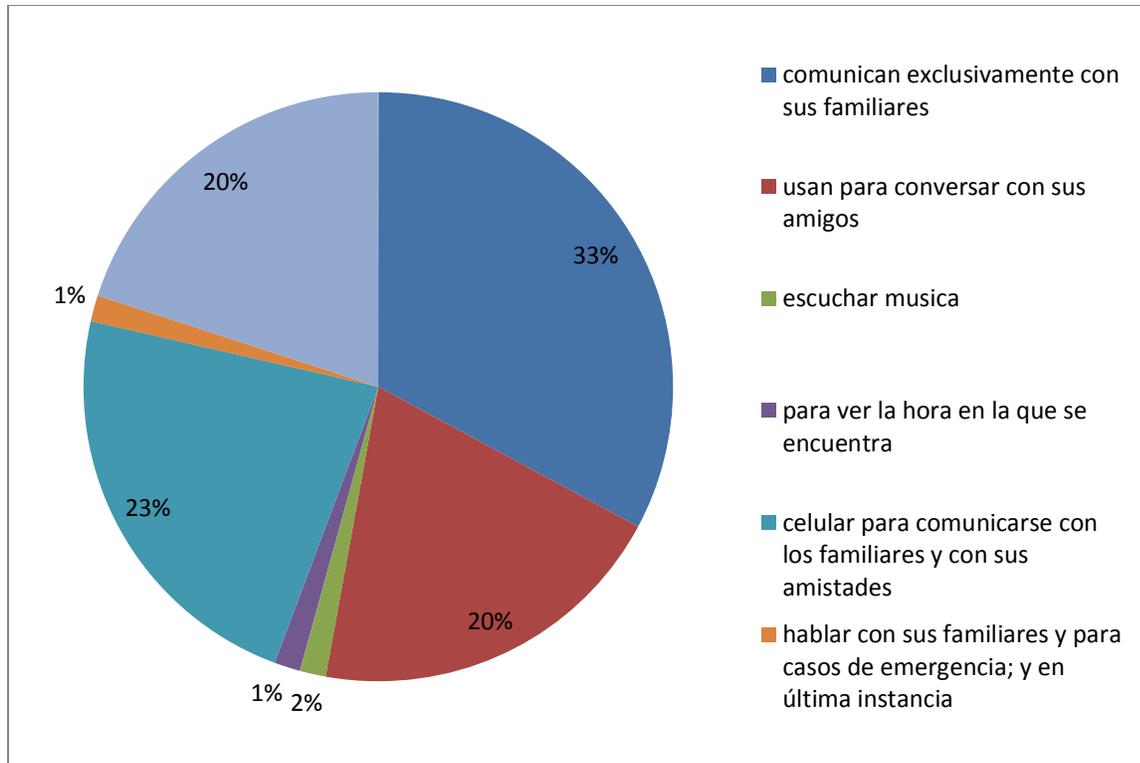
#### 14.- ¿Utiliza el internet para?

En esta pregunta, 12 adolescentes indicaron que utilizan el internet para tareas de clase o trabajos de investigación (17.14%); 6 en cambio lo utilizan para comunicarse con sus parientes y amigos (8,57%); 1 solo se pronuncia exclusivamente por la música (1.43%); 3 aceptan el uso del internet para comunicarse con los parientes y/o amigos y para escuchar música (4.29%); también hay quien indicó (1 joven) que el internet lo usa para trabajos de investigación y además por la música (1.43%); y por último, quienes no hacen uso de este medio son 46 jóvenes, lo que representa el 65.71%.



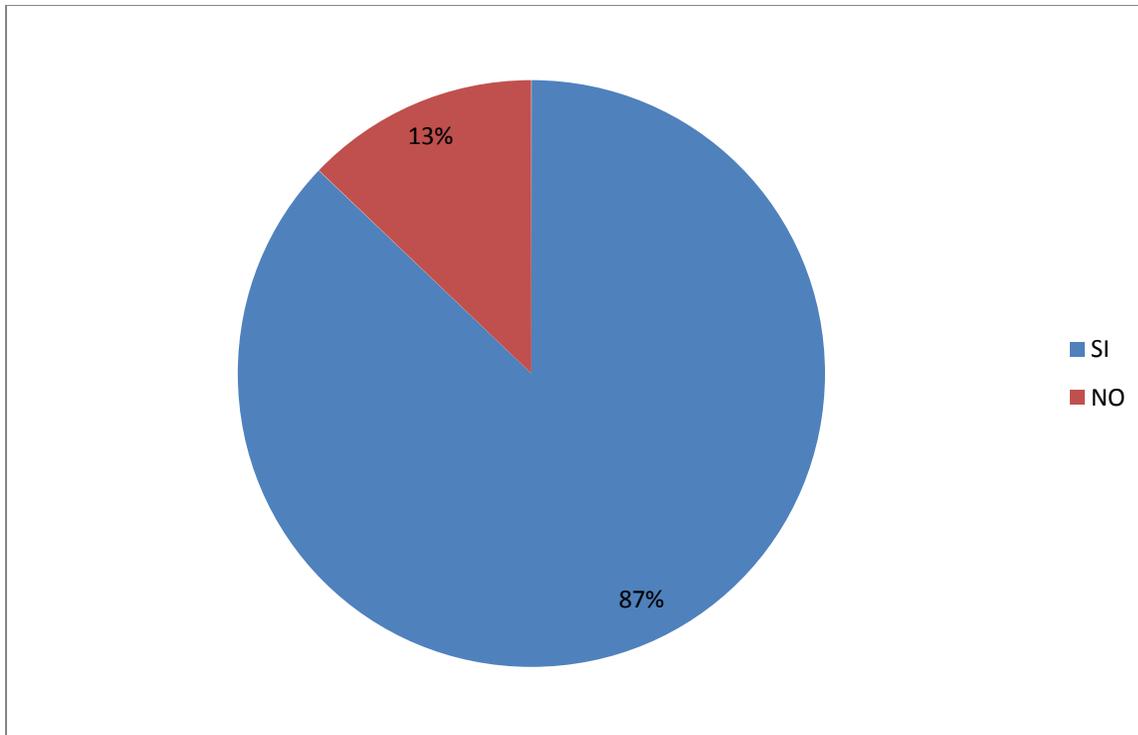
### 15.- ¿Tiene Celular?

Ante esta interrogante, el 80.00% de los investigados (56) admitieron poseer celular, mientras que 14 consultados (20.00%) manifestaron no contar con este medio de comunicación.



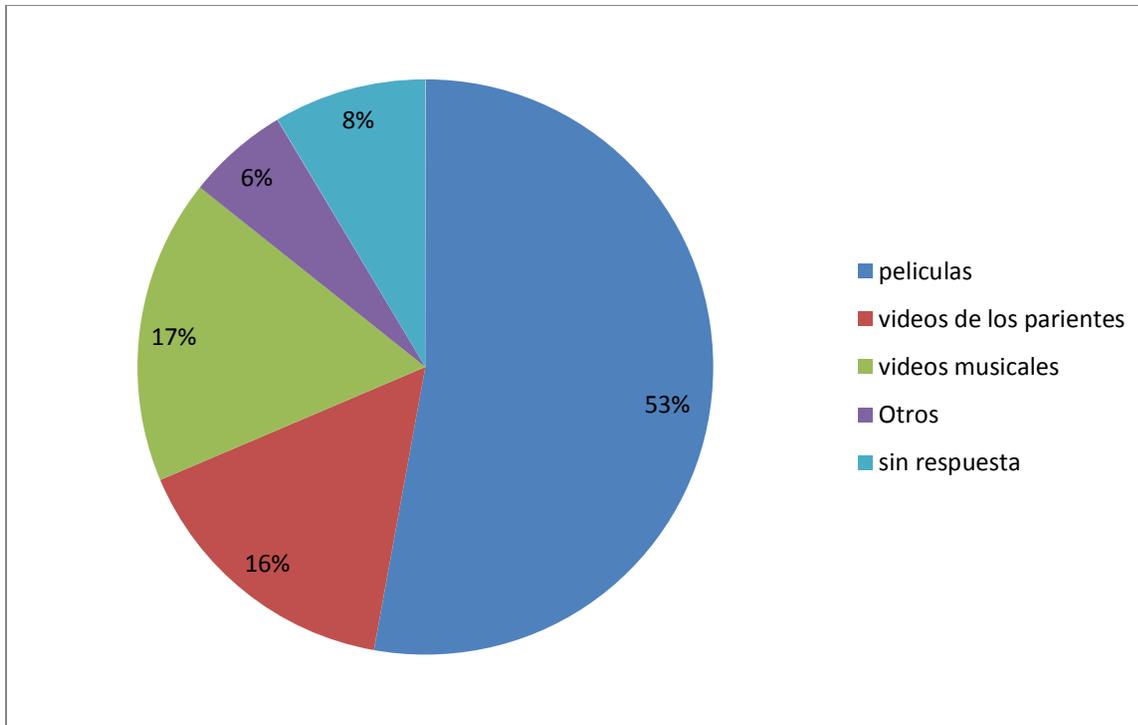
### 16.- ¿Lo utiliza para comunicarse con?

El uso que dan los jóvenes al celular, lo resumimos así: 23 jóvenes (32.86%) se comunican exclusivamente con sus familiares; 14 informantes (20.00%) lo usan para conversar con sus amigos; mientras que 33 personas le dan otros usos (47.15%). De este último rubro (otros), las opciones quedarían de la siguiente manera: 1 consultado (1.43%) lo utiliza para escuchar música; 1 encuestado (1.43%) le sirve para ver la hora en que se encuentra; 16 entrevistados (22.86%) aprovechan del celular para comunicarse con los familiares y con sus amistades; 1 consultado (1.43%) para hablar con sus familiares y para casos de emergencia; y en última instancia 14 interrogados (20.00%) no disponen de este medio de comunicación, que son generalmente los más jovencitos.



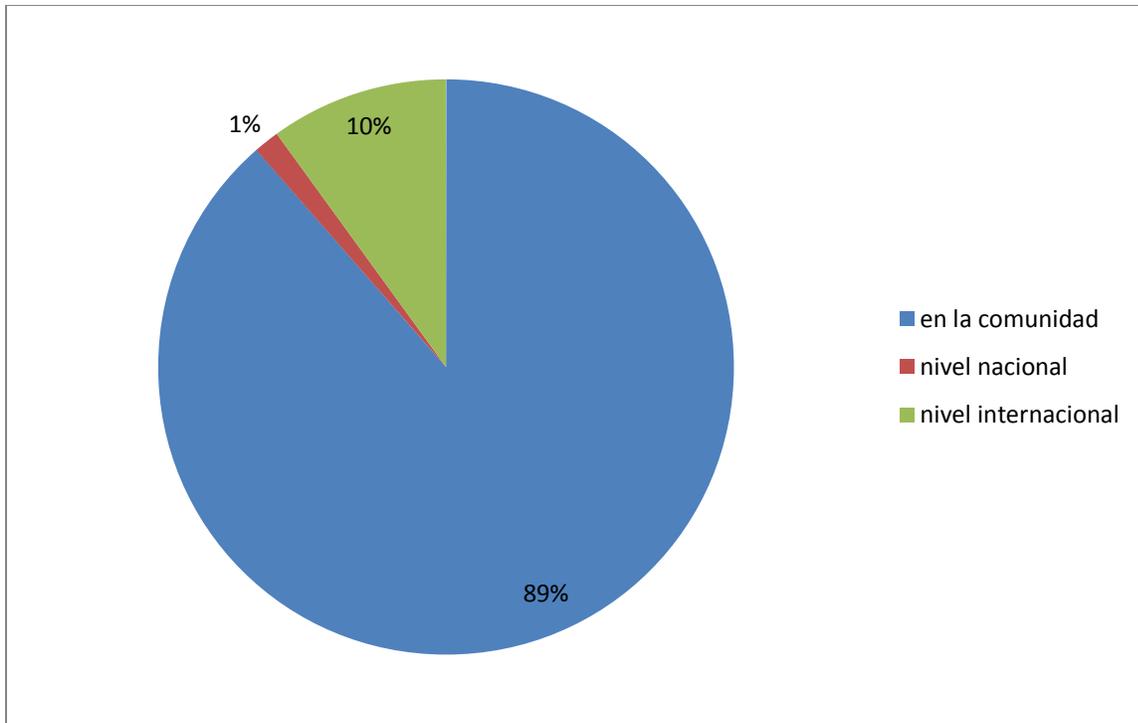
### 17.- ¿Tiene DVD?

La razón de esta pregunta, radica en que la presencia del DVD es un medio de comunicación que puede inducir a la aculturación (generación de estereotipos, o lo que es igual, adoptar ciertos modismos de las grandes ciudades) sobre todo cuando no hay un debido control de lo que se ve y se escucha. Del total de las encuestas, 61 personas respondieron que si disponían del DVD (87.14%), en cambio 9 indicaron que no disponían de este medio (12.86%).



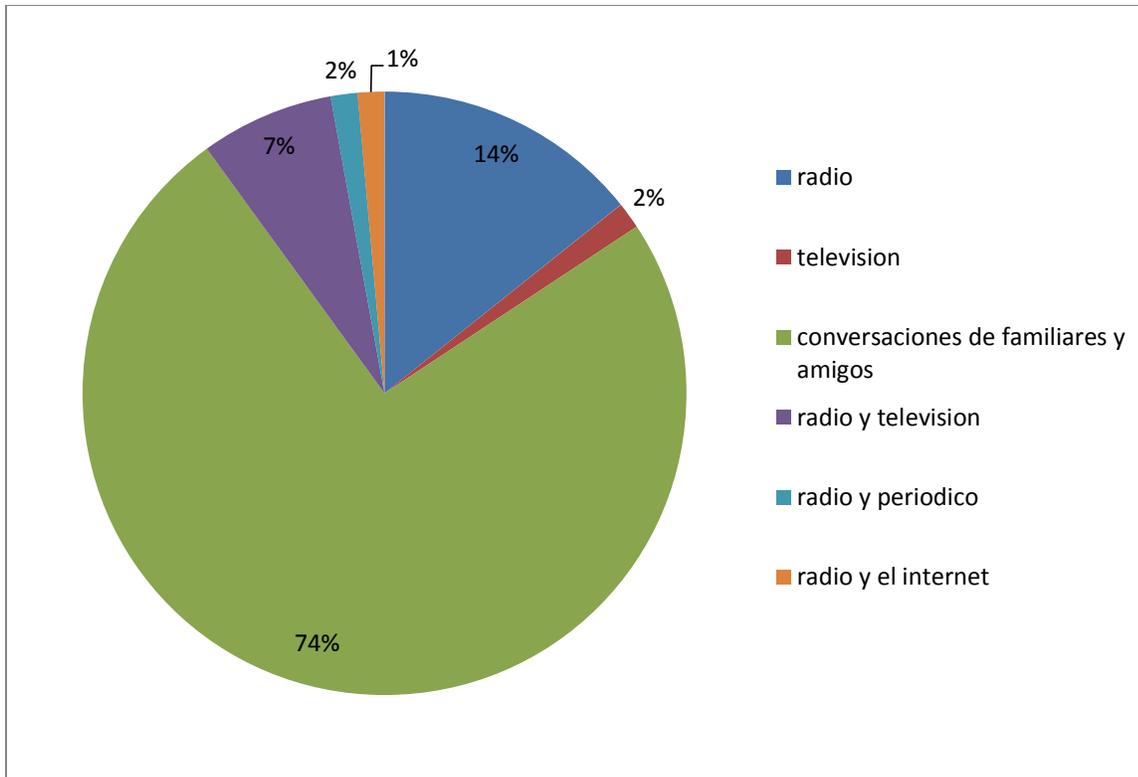
### 18.- ¿Cuándo prende el DVD le gusta ver?

Según las encuestas, 37 jóvenes admiten el gusto sobre las películas, esto es un 52.86%; 11 lo hacen para ver los videos que envían sus parientes o sus amigos (15.72%); 12 para gustar los videos musicales (17.14%); 4 disfrutan de ver videos familiares más las películas (5.71%); y finalmente 6 no respondieron (8.57%).



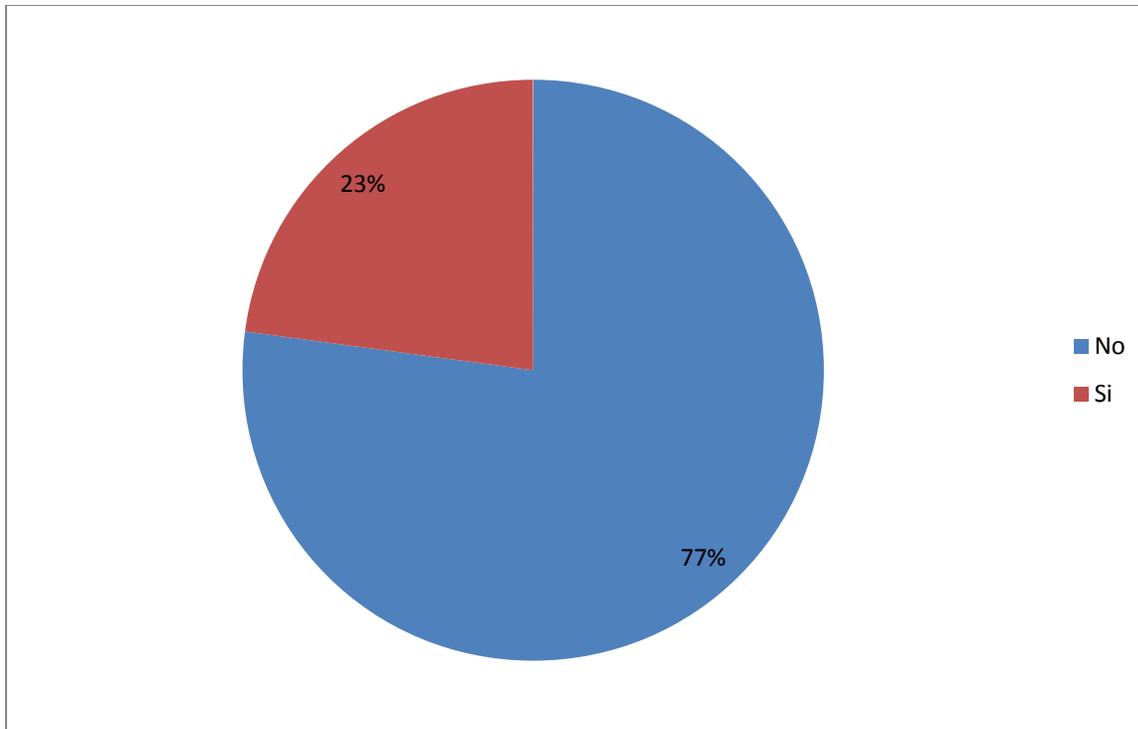
### 19.- ¿Ud. está atento a las noticias, de lo que pasa en su?

Con esta interrogante, quisimos verificar cuan al día están en las noticias de lo que sucede dentro y fuera de su comunidad, obtuvimos lo siguiente: 62 entrevistados dijeron estar enterados lo que sucede en su comunidad (88.57%); 1 persona conoce lo que sucede a nivel nacional (1.43%); y 7 expresaron conocer algo lo que sucede a nivel internacional (10.00%).



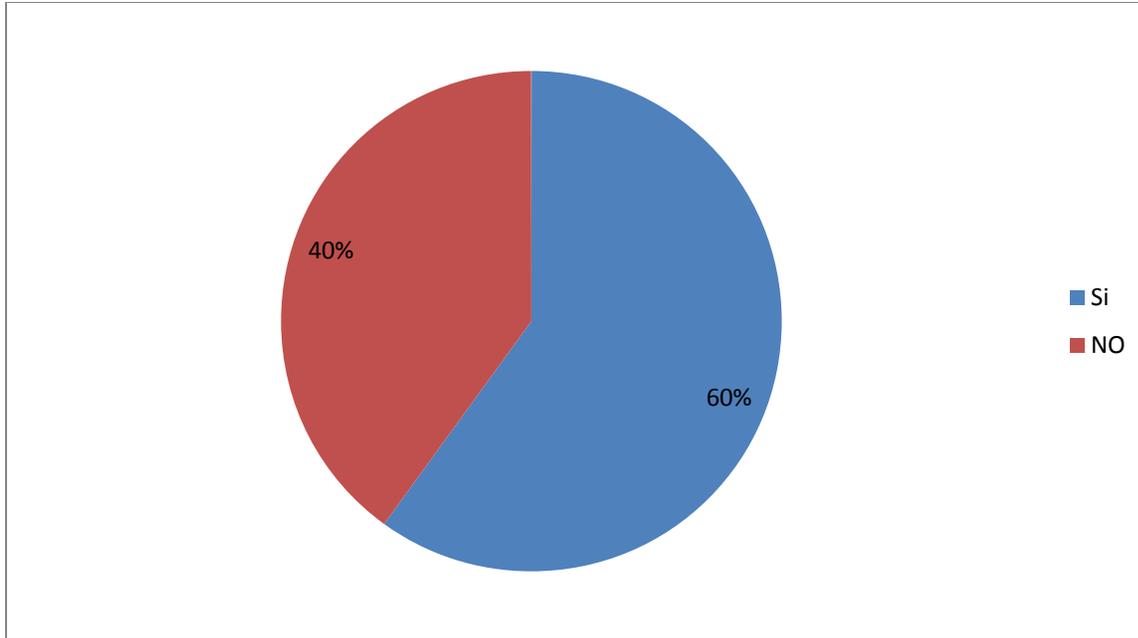
## 20.- ¿Por qué medio de comunicación se entera?

Al abordar con esta inquietud, nos revelaron: 10 entrevistados expresaron que conocen las noticias a través de la radio (14.28%); 1 en la televisión (1.43%); 52 indicaron saberlo por conversaciones entre familiares o entre amigos (otros), lo que da un porcentaje del 74.29%; también hay quienes (5 encuestados), averiguan las noticias tanto por la radio como por la televisión (7.14%); 1 la obtiene de la radio y del periódico (1.43%); y por último, 1 responde que las noticias se entera a través de la radio y el internet (1.43%).



### 21.- ¿Le gusta vivir en San José de Masanqui?

Se justifica nuestra inquietud, porque quisimos conocer si la juventud encuentra su arraigo en su propia comunidad. Los resultados fueron: 54 jóvenes, que constituyen el 77.14 %, aseguraron su preferencia de vivir en el campo; en tanto que, 16 investigados (22.86%) informaron su deseo de vivir en la ciudad.

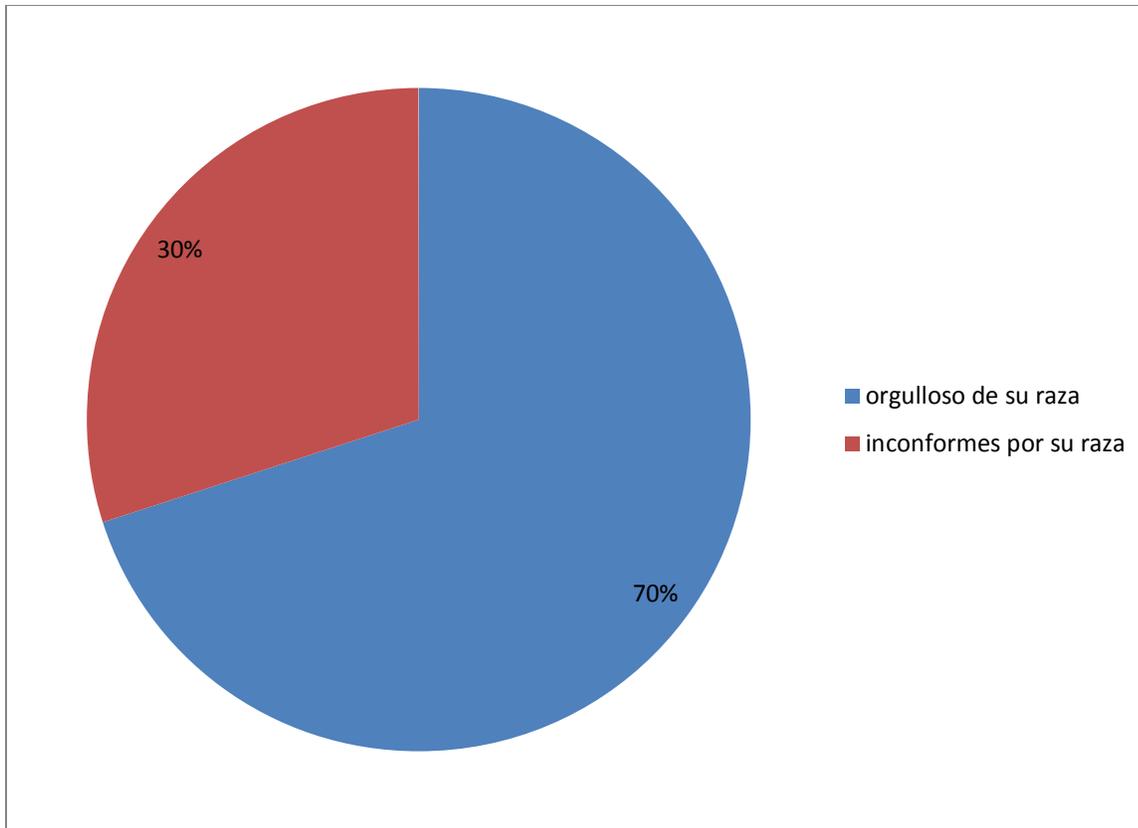


## 22.- ¿Con el tiempo le gustaría trabajar en otra ciudad o país?

La intención nuestra, a través de esta pregunta fue, estimar el grado de propensión del joven campesino de abandonar el campo (con o sin agrado) en busca de mejores oportunidades. Lo que obtuvimos fue: 42 informantes (60.00%) expresaron su afán de buscar trabajo fuera de su comunidad, no así 28 interrogados (40.00%) admitieron su predilección de continuar en su comuna.

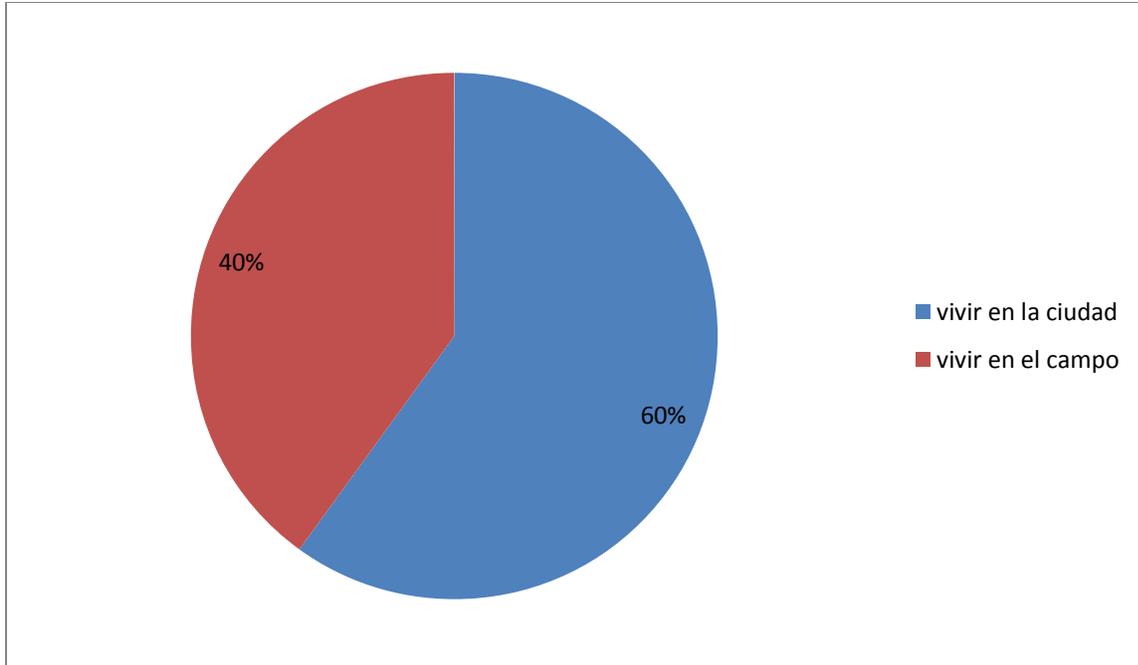
Entre las razones que admitieron quienes desean trabajar fuera de su comunidad, las más sobresalientes son: Queremos superarnos; para trabajar y ganar más; aquí no hay trabajo y no puedo comprar lo que me gusta; quiero conocer nuevas ciudades y costumbres; deseo tener mi propia economía; en los otros países hay más dinero; aquí (en la comunidad) no tengo para mantener a mis hijos; para estudiar y escoger una carrera.

En tanto que, quienes desean permanecer dentro de su territorio, admiten: Se me hace extraño ir a otro lugar; porque nací aquí; porque vivo con mis papás, me gusta el campo y mi familia; aquí vivo bien; ¿para qué?; trabajo en la comuna y allá no sé qué será de hacer; aquí tengo animales; la gente es diferente; es fea la ciudad.



### 23.- ¿Se siente orgulloso de su raza?

A esta inquietud, 42 personas aseguraron sentirse orgulloso de su raza, lo cual representa el 70.00%; ante un 30.00% que involucra a 21 jóvenes que manifestaron su inconformidad por su estirpe.

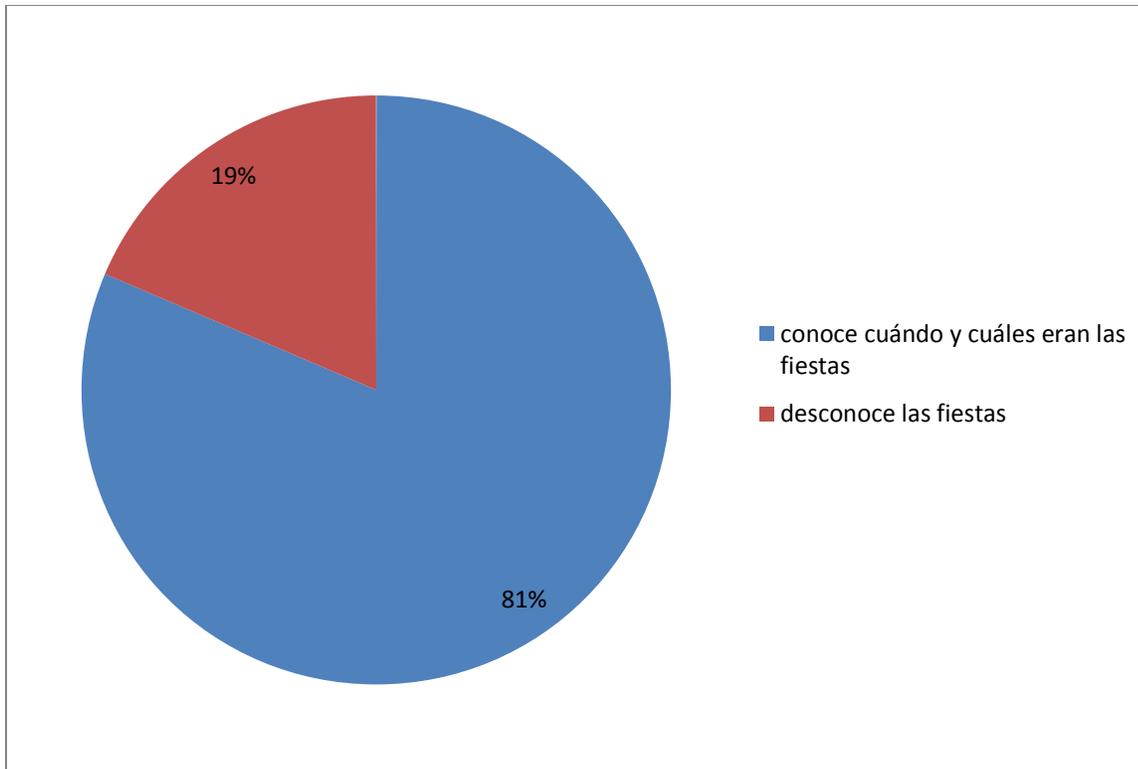


#### 24.- ¿Cuando escucha la radio o mira la televisión, quisiera vivir en la ciudad?

Con este cuestionamiento pretendimos visualizar, que tan dispuestos están a dejarse impresionar por la fascinación del modernismo. Lo que obtuvimos fue: Que el 60.00%, es decir, 42 entrevistados admitieron que les agradaría vivir en la ciudad; mientras que, 28 jóvenes se complacen todavía en seguir viviendo en el campo (40.00%).

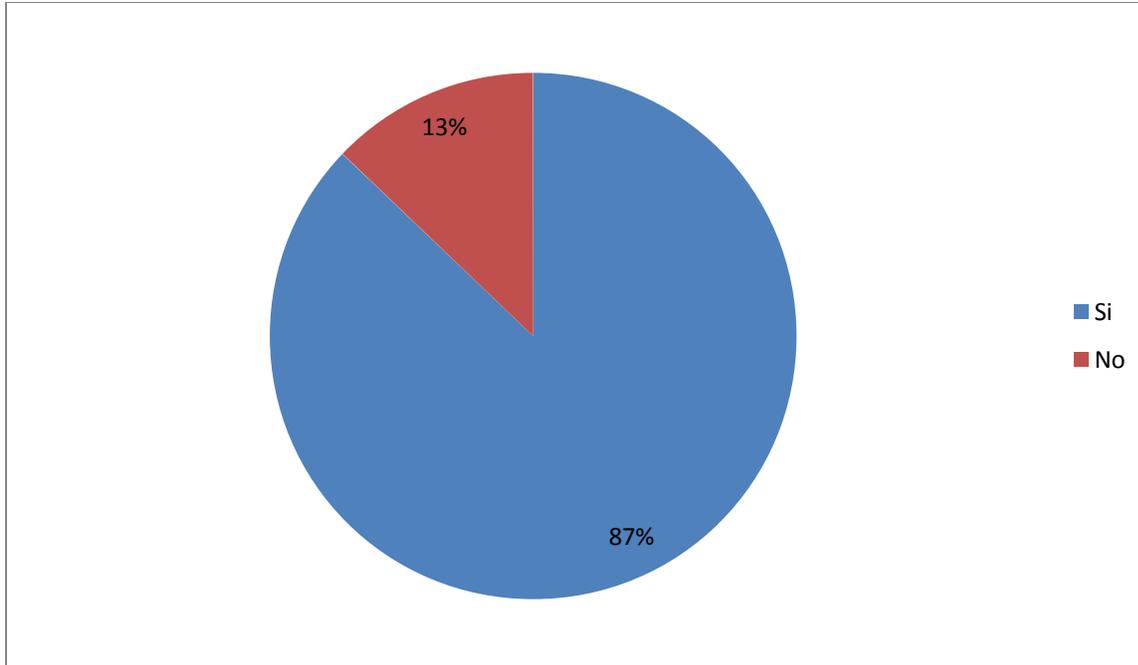
Quienes sueñan con vivir en la ciudad justificaron su deseo por: La ciudad es más linda; vivir en otros lados sería más bueno, hay otra gente; es lindo el paisaje de Estados Unidos; hay muchas cosas en la ciudad; por el frio; estudiar y elegir una carrera universitaria; solo por paseo; hay cosas más modernas que no hay aquí; el trabajo aquí es muy duro.

En cambio quienes quieren continuar su vida en el campo, admitieron: Aquí trabajo y mis papás me cuidan; me siento más tranquilo en el campo; en la ciudad hay mucha contaminación; la ciudad es grande y bulliciosa; la ciudad es fea; me da miedo, aquí mismo vivo bien; en la ciudad no hay donde poner a los animalitos.



## 25.- ¿Conoce Ud. cuándo son las fiestas en San José de Masanqui?

Quisimos comprobar su conocimiento sobre las festividades de su comunidad. Lo que obtuvimos, lo expresamos: Que 57 jóvenes admitieron conocer cuándo y cuáles eran las fiestas, lo que da un porcentaje del 81.43%, en tanto que, 13 dijeron desconocer, lo cual equivale al 18.57%.

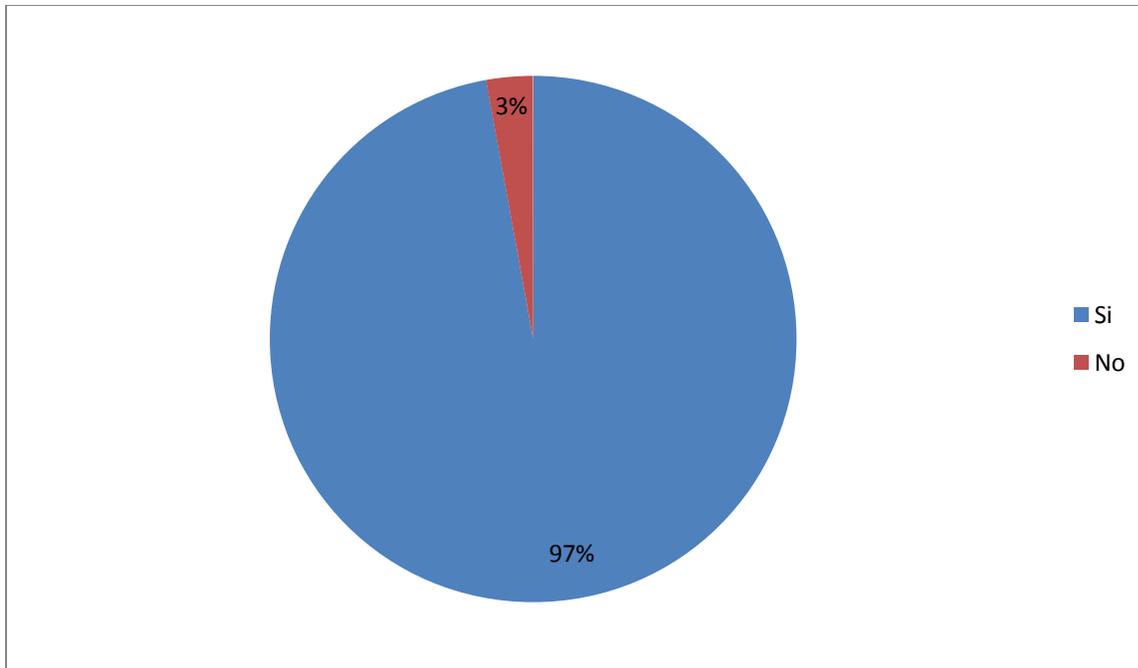


**26.- ¿Cree Ud. que vale la pena conservar las costumbres que heredaron de sus padres?**

A través de esta consulta, pretendimos visualizar que tan arraigadas son las tradiciones ancestrales de padres a hijos y su constancia. Gracias a esta investigación, revelamos que: 61 personas expusieron que sí les interesa conservar las costumbres de sus mayores, esto representa el 87.14%, no así, 9 encuestados (18.86%) no le dan mucha importancia a la conservación de las costumbres de sus padres.

Las razones que expusieron quienes desean conservar las tradiciones, están: A mí me gusta tener respeto a las personas mayores; para comer sano; si conservamos esto, podemos respetar y enseñar; estoy orgulloso de mis antepasados y de sus costumbres; nuestros padres nos enseñan cosas buenas; antes todo era mejor, hasta la comida; porque es bueno.

Los que no desean conservar las tradiciones, argumentaron: Ahora todo es moderno y chévere; ya no está de moda; ya ni nos acordamos; ¿para qué?; porque ni sé cómo sería.



#### 27.- ¿Cambia su vestimenta tradicional para salir a la ciudad?

Con esta pregunta, quisimos verificar si los jóvenes conservaban el traje tradicional fuera de su comunidad. Lo que descubrimos, es que el 97.14%, lo cual significa que 68 interrogados afirmaron su gusto por cambiar su vestimenta para ir a la ciudad, no así, apenas 2 entrevistados alegaron no tener necesidad de cambiar sus vestimenta.

Los motivos que expresaron quienes preferían cambiar su vestuario, son: me gusta verme mejor; es obligación de cambiarse para ir a la ciudad; para llamar la atención y verme bonita; no es posible ir a la ciudad con botas, hay que ir presentables; la moda obliga a cambiar de vestimenta; para que no critiquen y estar mejor; para no estar mal vestidos; porque vi en televisión.

En tanto, que los dos jóvenes que desean seguir usando su traje tradicional, manifestaron que lo hacen porque, simplemente no les gusta cambiar la vestimenta, y porque están orgullosos de lo que son.

#### 4.3.- ENTREVISTAS A LOS PROPIETARIOS Y/O ENCARGADOS DE LAS PROGRAMACIONES EN LAS EMISORAS LOCALES.

Es necesario anotar que a fin de conseguir los objetivos propuestos en nuestra investigación, se realizaron entrevistas a los directivos y/o encargados de la programación de las radios que mayor sintonía captan en el sector de San José de Masanqui, obteniendo como premisa general que en dichos medios de comunicación, no existen espacios para el rescate y peor aún para la conservación de la cultura en las distintas comunidades del Cantón Cañar.



De las cuatro emisoras radiales existentes en la región, la más antigua es Radio La Voz de Ingapirca, la misma que maneja el eslogan “La Voz de los que no tienen Voz”; sin embargo de ello, en los 36 años de vida radial, no ha existido un espacio dedicado exclusivamente a rescatar las costumbres, creencias, idioma, etc. del sector campesino, pues es una emisora que tiende más, a propagar la filosofía luterana, ya que los dueños de dicha empresa radial son los de la Misión Luterana de Noruega, sin olvidar también el interés comercial, por medio de la publicidad es que la radio puede mantenerse al aire y cubrir los gastos administrativos. Sin embargo de todo lo anotado, cabe resaltar el hecho de que en su frecuencia de Amplitud Modulada (AM), existe un espacio de transmisión desde la 03H00 a 08H00 y de 16H00 a 17H00, el mismo que se lo hace en el Idioma Quichua, pero contrario a lo que se pueda pensar, durante esa transmisión no existe un espacio dirigido a la conservación de la cultura. Poseen en su espacio: noticieros, reflexiones espirituales, música (nacional, tonadas, pasillos, pasacalles, etc.) todo en idioma español, la misma que en la juventud de Masanqui no tiene aceptación, pues los jóvenes prefieren el reguetón, bachatas, ballenatos y algunas baladas, sin dejar de lado la música en inglés. Es paradójico que, siendo San José de Masanqui una población quichua-hablante, esta Emisora radial no tenga acogida, a pesar de que tiene un horario en su idioma que concuerda con el horario en que los masanquis empiezan y terminan sus actividades. Al consultar al Sr. Carlos Ojeda, locutor de la Estación Radial y Jefe de Programación, respecto del porqué de la no existencia de espacios destinados al rescate de la cultura de nuestros pueblos, responde que: “La verdad ese es un tema que tiene muy poca acogida y nosotros difundimos programas que interesen a las grandes masas: no nos preocupamos porque con la nueva Ley de Comunicación, queramos o no, vamos a tener que difundir dichos programas”.

Otra de las emisoras existentes en el Cantón Cañar, es Radio La Voz de la Juventud, a la cual acudimos sólo para confirmar que el alcance de la misma no cubre ni siquiera el área central del Cantón, peor aún las comunidades aledañas, ya que en Masanqui, nadie conoce de su existencia.

Radio “Mega, la Roja del Cañar”, como dice su eslogan, a pesar de ser una radio FM con gran alcance de cobertura, no capta el interés de los moradores de San José de Masanqui, pues a decir de ellos: “No hay nada de bueno en esa radio”.

Al conversar con el Sr. José Espinoza programador de la Radio, respecto del tema que tratamos, la percepción que existe entre el personal de la Radio, es que la aceptación y sintonía que tienen en el sector rural es elevada, que no tienen datos estadísticos ni estudios de cobertura, pero que conocen de la sintonía en los sectores; sin embargo es de su criterio que: “Es importante que demos espacios dedicados al rescate de la



cultura de nuestros pueblos, con un programa de música nacional en vivo, por ejemplo”.

Al mencionar a Radio “Cumbres” (con 6 años al aire), como la pionera en la Comunidad de Hayrapungo, más aun, en el sector de San José de Masanqui, lo haremos en base a la entrevista mantenida con la persona encargada de la programación, a quien se le compartió el resultado de nuestra investigación, y se le consultó qué no aprovechar este hecho y generar espacios en la emisora, tendientes al rescate de la cultura de nuestros pueblos, obtuvimos como respuesta que los propietarios consideran que: “En cierta forma contribuimos a ese fin, pero que si no ha sido esa, a futuro se tomara en cuenta este hecho”.

Es también de su opinión que: “la acogida se debe a que es una radio que está al servicio del pueblo, el cual ha sido uno de los objetivos que más peso tuvo al momento de su creación, sin olvidar la nitidez de sonido y el alcance que tiene la señal”.

De esta forma, hemos dado el primer paso para crear conciencia en los medios radiales de comunicación, ya que es la radio la que tiene mayor influencia en la población de San José de Masanqui.

La inquietud ha quedado plasmada en la mente de los directivos de las emisoras mencionadas y a futuro, como comunicadoras, haremos el resto del trabajo, desde el espacio que ocupemos con nuestra profesión.



## **CAPITULO V**

### **5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1.- CONCLUSIONES**

- El punto neurálgico de influencia y control de nuestra sociedad y de la sociedad del futuro radicará, durante mucho tiempo, en los centros de producción y control de la información. Y con ello, obviamente, vendrá aparejada inevitablemente, la manipulación social.
- Estamos ante un nuevo modelo social (la sociedad de la información), en la que las fronteras desaparecen en beneficio de los intercambios de ideas, mensajes, productos, servicios, personas. Porque, cuando se habla de globalización, lo primero que se piensa es en el tema económico, sin embargo, su realidad va más allá, ya que trastoca otros aspectos fundamentales como la ideología y la cultura. En el trasfondo ideológico, la globalización se sustenta en bases neoliberales: genera la concentración de la riqueza en aquellos que son dueños del capital, por lo que no beneficia a las naciones, sino que los beneficiados son determinados grupos oligárquicos.
- La globalización requiere necesariamente como vehículo material, la modernización, ello implica, la expansión y uso de las modernas tecnologías electrónicas de información y comunicación. Es en base a estas nuevas tecnologías y a su generalización a todos los rincones del mundo, como la globalización puede llevarse a cabo.
- El desarrollo de las tecnologías de la comunicación está afectando a la actividad económica, que está adquiriendo una dimensión mundial, y al conjunto de la vida social. Si bien llegan a un número mayor de gente, en un espacio geográfico más amplio, permiten trabajar más rápidamente y a un costo inferior. Sin embargo, los beneficios de esta revolución no están distribuidos de manera equitativa, ha surgido un nuevo tipo de pobreza que separa los países en desarrollo de la información, dividiendo los ricos de los pobres, los jóvenes de los viejos, los habitantes urbanos de los rurales.
- La forma como se hace y se ejerce la propiedad de los medios, hacen de nuestra cultura una realidad determinada por el monopolio y las conductas que de allí se desprenden: carencia de pluralismo, hegemonía, autoritarismo, exclusión, etc. Pero, no se trata de la hegemonía sobre los medios mismos, sino sobre las fuentes que hacen posible su sustentabilidad económica, es decir, en el manejo de los monopolios, sobre la publicidad y los recursos destinados a ella. Dicha hegemonía tiene un tinte conservador, poco tolerante y ligado a conductas no democráticas.



- Los medios de comunicación, si bien nos ayudan a relacionarnos con el mundo, nos conducen a una sociedad cada vez más global, y nos acercan a una actualidad más inmediata, lo que genera la universalización de intercambios y relaciones, al poner en contacto a amplios sectores de ciudadanos residentes en países muy distantes entre sí. Los espacios nacionales se han visto desbordados por las tecnologías de las información que no tienen fronteras: informaciones políticas, militares, económicas (especialmente financieras), sociales, se intercambian y se transmiten cada día por todo el mundo, de manera que nuestra vida está condicionada en cada momento por lo que sucede a miles de km. de distancia.

- Asumiendo un pensamiento estrictamente crítico, debemos reconocer que los medios de comunicación, aunque cumplen funciones sociales muy importantes, como informar y hacer seguimiento de aquello que informa; sin embargo, hay otras circunstancias donde los medios están ejerciendo importantes influencias en los estilos de vida, preferencias, actitudes frente a productos personajes públicos, estereotipos, que niños y adolescentes siguen con gran entusiasmo, y que pasan desapercibidos para nosotros si no comprendemos cómo opera esta industria cultural.

- Mediante los modelos de vida que presentan con la sugestiva eficacia de la imagen, de las palabras y de los sonidos, los medios de comunicación social tienden a sustituir a la familia en el papel de preparación a la percepción y a la asimilación de los valores existenciales. Los padres preocupados en general de vigilar las amistades que mantienen sus hijos, no se dan cuenta respecto de los mensajes que la radio, la televisión, los discos, la prensa llevan a la intimidad “protegida” y “segura” de su casa. Es así como los medios de comunicación masivos entran a menudo en la vida de los jóvenes, sin la necesaria mediación orientadora de los padres y educadores, que podría neutralizar los posibles elementos negativos y valorizar en cambio debidamente las no pequeñas aportaciones positivas, capaces de servir al desarrollo armonioso del proceso educativo. (Mensaje del Papa para la XIV Jornada Mundial de las Comunicaciones: 1980).

- Al analizar las consecuencias de los impactos de los medios de comunicación masivos, apreciamos cierta negligencia de parte de los gobiernos de turno como de las autoridades municipales en todo sentido para la población campesina, al no atender oportunamente a este sector, y no darles la importancia que ellos requieren, pues, representan nuestros antepasados y por ende, nuestra historia.

- La mundialización de la cultura es un proceso que genera la multiplicación, la aceleración y la intensificación de las interacciones entre las sociedades y sus culturas. El castigo para quienes no adoptan esta “cultura globalizada”, es la negación al acceso de los supuestos beneficios económicos que genera este fenómeno.



- La radio, la televisión, la prensa, el cine, hacen parte de la industria cultural, lo que es lo mismo, constituyen un negocio, con intereses capitalistas, que pretenden lograr resultados a través de la eficacia de sus productos, los cuales están orientados al entretenimiento, pero donde siempre se sacrifica la calidad de contenidos que, no tienen la meta de una transformación social, sino por el contrario, de una homogenización de los gustos (cosas banales).
- Concretamente, la televisión, es fuente de influencia y moldura casi a tiempo completo y desde muy temprana edad. En ocasiones ni siquiera la orientación de los adultos es suficiente porque el bombardeo es tan grande que no se alcanza a procesar tanta información que, lamentablemente la mayoría se deforme por cada serie televisiva y tema de película que se exhibe. En ellas se exalta la delincuencia, la violencia, la prostitución, la homosexualidad, la crueldad, la desobediencia a los padres, el maltrato familiar, formas y modismos ajenos a toda norma moral y ética.
- Tanto los niños como los jóvenes corren mucho riesgo porque ellos extrapolan lo visto en la televisión a la realidad, o lo que es igual, asumen que lo planteado en la pantalla es como debe verse y vivirse la realidad. Pasa mucho tiempo para reordenar esos valores y a veces ni siquiera se consigue.
- En los tiempos actuales, la publicidad, con su agresividad competitiva característica, es uno de los elementos de defensa y sostenimiento del capitalismo. Su papel es la manipulación social, el sometimiento del hombre a los imperativos del consumo, la creación de necesidades artificiales, en definitiva, la manipulación del hombre.
- Mientras los medios de comunicación masivos, sigan utilizando una perspectiva ideológica propia, es decir, mientras no utilicen una postura imparcial respecto a la información, la sociedad seguirá percibiendo negativamente sus acciones.
- Sobre la posición de los medios, ellos afirman ser neutrales y objetivos, que observan la realidad social y la describen sin tomar ninguna postura y sin ninguna mediación de sus intereses, cuando la realidad es muy distinta, ya que existen de por medio otros intereses.
- La tecnología moderna está borrando las diferencias culturales en la medida que productos homogéneos llegan a más gente de todo el mundo. Por ejemplo, la radio y la televisión modernas llaman constantemente la atención sobre acontecimientos de carácter local haciéndolos llegar a un público más amplio. Igual acontece con la denominada "industria cultural", difundida especialmente por medio de las películas en las que se exponen estilos de vida deseables de culturas del Primer Mundo. El sueño americano es una de estas.



- La cultura en una sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental, para convertirse en estructural, pues la revolución tecnológica introduce no solo cantidades y cualidades de nuevas máquinas o artefactos, sino nuevos modos de percepción y de lenguaje.
- La cultura, si bien no se trasmite genéticamente, es consecuencia de la forma como un grupo es y hace cotidianamente, y como transmite esas formas a quienes les siguen. Aprendemos y nos aferramos a determinada cultura, porque ella es herencia y memoria, y nos traslada a un tiempo y a un lugar, a través del tiempo y a través del lugar. Ella nos hace sobrevivir como especie, como comunidad, como sociedad, nos da continuidad social.
- La cultura indígena, si bien no fue totalmente pura, no obstante en la actualidad, se está transformando en su interior, es decir, está perdiendo su identidad debido a la gran influencia de los medios de comunicación, está cediendo a nuevos elementos del contexto. La penetración de los medios de comunicación social en el ámbito personal y familiar, las nuevas funciones del espacio rural de carácter de ocio, lúdico, recreativo, industrial, la movilidad de población, el aumento de las relaciones interpersonales, el crecimiento de los intercambios comerciales y mercantiles y la posibilidad de acceso, a partir de la última década, a redes de información, está modificando las costumbres y expectativas de la gente del campo. Que nos preguntamos ¿qué ocurrirá con la comunidad rural en los próximos años?
- La fisonomía cultural de nuestro país ha cambiado rápidamente como consecuencia de profundos procesos de migración y de urbanización que se han venido produciendo especialmente desde estas cinco últimas décadas. Procesos de intensa movilización geográfica, social y política que han dado lugar, necesariamente, a cambios en los valores y en la manera de interpretar el mundo. Se observa en el campo, debido principalmente a la influencia de los medios de comunicación masivos, la práctica de estilos de vida propios de la ciudad, lo que conlleva a cambios en los esquemas de pensamiento y de los valores en las personas.
- La cultura ecuatoriana, es el resultado de largos y tortuosos procesos de transculturación. La cultura autóctona, donde puede identificarse, no se encuentra en estado puro, sino en convivencia con elementos culturales ajenos, que han sido apropiados. No es un proceso acabado ni estático, sino un proceso que continúa permanentemente.
- No ha existido, ni tampoco existe hoy, un persistente proceso de interacción social entre el mundo indígena y el mundo occidental, un proceso de interculturalidad entre el pensamiento, la ciencia y la visión indígena con la de occidente para enriquecer más la multiculturalidad.



- Existe un distanciamiento del campesino de sus raíces, cada día se agrandan las distancias generacionales. Los padres ya no se ocupan como antes de culturizar a sus hijos a través de relatos familiares, tradicionales. Además que, hay una apatía de parte de la juventud por ignorar los valores tradicionales de su comunidad. Se asiste así, a una aculturación forzada por los medios de comunicación, en la que los jóvenes aprenden términos de uso común en otras latitudes ignorando las equivalencias idiomáticas de su comunidad y de su país.
- Queda claro, si se pierde la cultura campesina, perderemos el paisaje campesino tal como lo conocemos, perderemos biodiversidad y aumentaremos los riesgos ambientales del territorio. La conservación de la naturaleza tiene que ver con el buen manejo rural, no con la desidia y el abandono.
- La globalización económica y política compromete la identidad lingüística en tanto y en cuanto compromete la utilización de terminología foránea que termina imponiéndose por el uso intensivo en los medios de comunicación y en general en las comunidades afectadas. La adopción de un nuevo lenguaje afecta la concepción del mundo, porque instaura el pensamiento que sustenta esa terminología.
- El lenguaje es factor de identidad que nos une al pasado y nos proyecta al futuro, es un vínculo que aglutina a la comunidad que comparte el mismo código. El lenguaje no sólo es un método de comunicación, sino que representa una institución social, lazo incuestionable que nos une al pasado, que lo mantiene gravitando sobre nuestra actualidad y es un motor de identificación.
- Al desaparecer una lengua se pierde también una cultura única, que está indisolublemente unida a ella. De forma que la desaparición de lenguas no es solo pérdida de un patrimonio cultural inmaterial que configura buena parte de la esencia del ser humano. Es también el desarraigo de miles de personas arrojadas de su hogar lingüístico-cultural e incluso cognitivo, que ni siquiera pueden transmitir a sus hijos.
- La identidad nos define tanto como individuos cuanto como grupo al que pertenecemos. Si hablamos de identidad, pensamos en quienes somos, cómo nos ven los demás y como nos vemos a nosotros mismos.
- La aculturación, aunque no utilice la violencia ni las agresiones psicológicas visibles, establece una relación de dominación y subordinación entre sociedades, en la que se prestan ideas, creencias... y formas de vida. El pueblo subordinado elige adoptar elementos culturales de la sociedad dominante para sobrevivir a una nueva forma de vida. Viendo que los miembros de la sociedad dominante poseen unas condiciones de vida más deseables, el pueblo subordinado se identificará con la cultura dominante con la esperanza de poder compartir sus beneficios.



- En cierto sentido las comunidades locales aunque se sienten favorecidas por los nuevos medios de comunicación que llegan de afuera, no dejan de sentirse amenazadas porque consideran que van perdiendo muchos elementos de su propia identidad.
- La comunicación en el pueblo indígena es la vida, es la esencia misma de su modo de ser. Es un pueblo que se comunica para mantener vivos y vigentes sus valores, en una sociedad que cambia constantemente. Sabemos, además, que la comunicación es la clave para cualquier proceso de desarrollo.
- El Buen Vivir se enuncia como el logro colectivo de una vida plena o en plenitud, basada en relaciones armónicas y equilibradas entre los seres humanos y entre todos los seres vivos, en la reciprocidad y en la complementariedad. Supone el reconocimiento de que los seres humanos somos parte de la naturaleza, dependemos de ella y somos interdependientes entre nosotros. Esta perspectiva marca una ruptura con la centralidad del individuo, la superioridad de lo humano y con las nociones de progreso, desarrollo y bienestar en clave capitalista.
- La tradición oral, como parte de la memoria histórica debe ser sistematizada, porque dejar en la oralidad sería aceptar su futuro desaparecimiento. Con razón se ha afirmado que cuando muere un anciano, un sabio, en una comunidad, en un barrio popular, se ha quemado una biblioteca.
- Una característica común de las mujeres y los hombres que habitan en el medio rural es su franca desventaja frente a la población urbana para gozar derechos como el acceso efectivo a la salud, a la educación de calidad, a la seguridad social, a una vivienda digna y al trabajo. Estas limitantes los condenan a vivir en pobreza o bien a migrar a ciudades nacionales o a Estados Unidos en busca de mejores oportunidades.
- En el mundo rural se manifiestan diversas dinámicas sociales, culturales y económicas. Sus problemáticas van desde el aislamiento y falta de recursos, hasta la ausencia de políticas que promuevan su desarrollo.
- El capitalismo es un proyecto económico y cultural que hace del hombre y la naturaleza una mercancía. Resulta poco probable que la cultura campesina pueda adoptar un esquema ideológico bajo la denominación del capitalismo. Temas como la aculturación en el pueblo indígena deberían debatirse con mayor profundización en lugar de quedarse en simples enunciados.
- El pueblo de San José de Masanqui, centra su actividad económica en la ganadería, donde la leche es recolectada para su comercialización. Después su tarea es por la agricultura, la misma que es de subsistencia.



- La juventud indígena de San José , tiene un alto índice de ausentismo a las aulas de clase, lo que nos hace presumir dos cosas, la primera que no les agrada el estudio, o segundo que no pueden, ya que deben ayudar en las labores agropecuarias (falta de recursos económicos). Los adultos por su parte, en su mayoría son analfabetos, ya que no han tenido los estudios primarios, la causa sería principalmente al no contar en su tiempo con un establecimiento escolar.
- Los adultos son los que mejor representan la cultura indígena de Masanqui, ya que ellos conservan en todo momento su vestuario, aunque, debemos aclarar que ha sufrido algunas modificaciones: el cambio del tradicional poncho por la casaca americana, según ellos, por comodidad y más funcionalidad. No así, en los jóvenes, cuya vestimenta para las faenas del trabajo en el campo consiste en, botas de caucho, pantaloncillo, camisa y casaca; sin embargo cuando tienen que salir a la ciudad por cualquier motivo, su vestimenta cambia totalmente, vistiéndose como cualquier ciudadano común (van vestidos a la moda). Aquello se ve reflejado en los resultados de las encuestas, ya que un elevado porcentaje aseguraron no estar conformes con vestir tradicionalmente y más bien vestir como en la ciudad. Esto nos lleva a concluir que el traje tradicional, no sólo está transformándose, sino lo más triste, está siendo suplantando con otros modismos, ajenos a la realidad indígena.
- San José de Masanqui, tiene un alto nivel de migración, muchos indígenas abandonan su tierra por falta de trabajo, debido a que la comunidad, ni la ciudad, son capaces de ofrecerles una vida digna. Esta es la mayor explicación que da la gente del lugar al ausentismo de algunos miembros de su familia.
- El indígena de Masanqui es receloso con la gente foránea, no le agrada que lleguen a su territorio, sin una debida justificación; su nerviosismo le hace actuar casi instintivamente por proteger su suelo. Pero en cambio, cuando se ha logrado su confianza, son personas hospitalarias.
- La gente adulta, en su totalidad habla la lengua nativa (el quichua), también, en un alto porcentaje, lo hacen en el idioma castellano, el mismo que le ha permitido, comunicarse con el mundo exterior. No así, los jóvenes que en un porcentaje significativo aún hablan el quichua, en tanto que sector minoritario no lo hace, y son precisamente los renacientes.
- Los jóvenes del sector prefieren hablar el castellano y no el quichua. Esto nos demuestra que existe (aunque lento) un continuo proceso de aculturación. El lenguaje nativo (el quichua), se va perdiendo poco a poco y eso es alarmante, ya que la lengua propia de un pueblo constituye, su cultura, su identidad, y al perderse, se pierde parte de la historia de un pueblo.



- Los medios de comunicación, los más difundidos en Masanqui son: la radio, la televisión, el DVD, el celular, y en menor proporción el internet.
- Los pobladores tienen a la radio como el principal medio de comunicación, tanto adultos como jóvenes gustan de escuchar música, sobre todo la nacional, pero la juventud además gusta de escuchar la música del género reggaetón y las noticias.
- Tanto adultos como jóvenes se sienten atraídos por la propaganda que la radio le ofrece, al inducirlos a comprar determinado producto y vestirse a la moda.
- Los jóvenes, al mirar los videos que les envían del exterior quedan fascinados con el notable desarrollo y vistosidad de las grandes ciudades, sobre todo norteamericanas, y sueñan algún día conquistarlas.
- El celular es utilizado mayoritariamente por los jóvenes, quienes lo emplean para comunicarse con sus parientes y amigos. Este medio no es muy difundido entre los adultos, que lo ven un tanto sofisticado.
- Según el parecer de los adultos mayores, los jóvenes en la actualidad ya no respetan a sus mayores, ya que se visten con ropas raras, utilizan aretes (que es propio de las mujercitas).
- Los jóvenes de Masanqui (un tercio), se avergüenzan de su condición de indígenas, no valoran lo que su identidad puede reflejar, un mundo único y lleno de tradiciones.
- La principal influencia para que no haya relaciones armoniosas, son los medios de comunicación audiovisuales y el internet, instrumentos de violencia directa y simbólica.
- La migración, ha generado la desintegración familiar y eso ha hecho que los niños y jóvenes se desarrollen en un ambiente no afectivo y de soledad, generando un libertinaje creciente en todos los estratos sociales.
- La juventud no canaliza su tiempo en cosas productivas, pero sobre todo ya no existe auténticos valores humanos y las interacciones son menos pacíficas y esporádicas.
- Las nuevas generaciones están creciendo con la visión que brindan los distintos medios de comunicación modernos, van desplazando a la visión de las antiguas generaciones.
- Para que la perspectiva del Buen Vivir tenga validez, se debe abrir un nuevo cauce para los cuidados en su dimensión económica. Una relación armoniosa y equilibrada con la naturaleza es condición de nuestra existencia, pues la vida humana depende de las otras formas de vida que la constituyen. Se trata de formas y sistemas de vida que no sólo no deben continuar siendo depredadas, sino que requieren restauración, protección y manejo sostenible, todo lo cual implica procesos de trabajo humano y de movilización de recursos con ese fin.



## **5.2.- RECOMENDACIONES**

Con el propósito de que la presente investigación se constituya en un llamado de alerta a quienes consideren la pérdida de la cultura indígena, como algo alarmante, y con la intención de que sus planteamientos contribuyan de alguna manera a solucionar la problemática de aculturación que viene gestándose en la comunidades de Huayrapungo y más concretamente, en San José de Masanqui, dejamos planteadas las siguientes recomendaciones:

- Es necesario, la aplicación de una estrategia política, que abarque prácticas emergentes que permitan la renovación de la sociedad, de manera que sean incluidos quienes día a día van quedando afuera de un mundo cada vez más desigual y expulsivo, y se debe atender por lo tanto, a estos excluidos que comprenden una amplia diversidad de sujetos: mujeres, indígenas, pobres, nuevos pobres, migrantes, etc.
- Endilgamos al Estado Ecuatoriano a encontrar una forma de controlar eficazmente a los medios privados para que cumplan con nuevos parámetros éticos, alejados de la mera lógica del mercado.
- El combate a la pobreza y la marginación de los pueblos indígenas debe ir de la mano del combate a la discriminación entre la población no indígena.
- La participación de los propios campesinos, es esencial para que los programas de cooperación para el desarrollo se construyan en visión de su situación, necesidades y prioridades y respondan a sus realidades y sean sostenibles, en lugar de ser diseñadas verticalmente desde arriba por técnicos foráneos, que desconocen la problemática campesina.
- El reto del Estado en pleno siglo XXI debe ser, lograr que los indígenas logren mantener plenamente su cultura, tengan en la práctica los mismos derechos y oportunidades que el resto de los ciudadanos, y se puedan integrar tanto al desarrollo nacional como global en condiciones favorables.
- Para que sea posible mantenerse una cultura (con identidades propias), es necesario aceptar, que el mundo ha cambiado, sigue cambiando y seguirá haciéndolo, a un ritmo mucho más vertiginoso. Conviene abrir nuestras mentes a los cambios que se están produciendo y que se producirán, al margen de nuestra voluntad e interés, no podemos aferrarnos a un mundo que pasó y que no volverá, a formas de hacer las cosas que han sido superadas. Debemos potenciar nuestra identidad social, nuestras herencias culturales, pero en el marco de nuestra absoluta inserción en un mundo que culturalmente tiende hacia la homologación, hacia la uniformidad. Tenemos que estar conscientes de que poseemos singularidades, distinciones, y ello debemos potencializarlo.



- La humanidad necesita una Cultura donde los valores de amor hacia el prójimo, de igualdad social, de solidaridad y de democracia, sean los elementos que contribuyan a la formación de las nuevas generaciones del siglo XXI,
- Al ser la migración un fenómeno inevitable en nuestro país, es necesario buscar una serie de mecanismos y estrategias para que nuestros pueblos, en especial las culturas indígenas, no pierdan sus rasgos culturales o al menos mantengan con orgullo en los lugares en donde ellos se encuentren. De la misma forma evitar que los golpes de abandono de sus pueblos y de sus comunidades no acarree consecuencias que después tengamos que lamentar; a medida de las posibilidades, trabajar en el desarrollo de la conciencia de que nosotros también tenemos valores culturales muy desarrollados, aún en las necesidades económicas “somos dueños de grandes valores culturales”, que en última medida serán los que nos mantengan unidos aún en situaciones tan difíciles dentro o fuera de nuestras fronteras.
- El uso creativo de los medios de comunicación puede ser eficaz, cuando se asegura la mezcla de entrenamiento y expresiones culturales sea equilibrada, de manera que la segunda no desvirtúe la expresión cultural.
- Si bien las grandes innovaciones ocurridas y los grandes cambios culturales expresados en el uso social de la información, dan cuenta que las tecnologías no traen incrustadas la predeterminación de sus usos y sus fines; corresponde a nosotros, los seres humanos, dar un uso correcto a tecnologías modernas, es decir, que si nos apropiamos de éstas con un sentido crítico, podemos modificar los usos y fines pautados desde los centros de poder que las generan.
- Se debe examinar cuáles son los proyectos económicos, políticos, ideológicos, psicológicos, y emocionales que constituyen los grupos de poder, vía cada tecnología de comunicación, y el impacto correspondiente que produce sobre las poblaciones. Vale decir, son los proyectos de contenidos los que los convierten en empresas positivas o negativas para la sociedad y no las tecnologías que los soportan.
- Para que la teoría del Buen Vivir, sea una feliz realidad, es indispensable que la educación se base en contenidos y destrezas, habilidades y valores que puestos en práctica, debe orientarse a crear un ser humano nuevo, una sociedad humanística, equitativa y solidaria donde prime el ser más, antes que tener más.
- Con el fin de proteger a toda costa los derechos de la familia, ofrecemos algunos criterios que ayudarán al buen uso de los medios de comunicación:
  - . Conocer las verdaderas ventajas y desventajas que tienen los diversos medios de comunicación, para poder prever las posibles consecuencias.



- . Hay que determinar la cantidad de tiempo que van, nuestros hijos, a pasar junto a la televisión o a cualquier otro medio.
- . Los adultos debemos predicar con el ejemplo. Los padres debemos tener el concepto claro de cómo usarlos.
- . Fomentar los espacios y tiempos comunes en la familia para motivar el diálogo (relación interpersonal).
- . Desarrollar en nuestros hijos un sano sentido crítico, que les permita descubrir los errores que subyacen bajo una aparente capa de verdad (falacias argumentativas).
- . Hay que distinguir entre lo esencial, lo discutible y opinable. Esto lo podemos hacer a través de la distinción de los mensajes explícitos e implícitos. A diferenciar información, argumentación, persuasión, etc. de igual manera que conozcan cómo se da la manipulación a través del lenguaje.
- . Buscar otras alternativas de diversión (deportes por ejemplo).
- Coordinar entre las entidades gubernamentales como Patrimonio Cultural, tendientes al rescate y conservación de la cultura, tradiciones, costumbres ancestrales, etc., en la Comunidad de San José de Masanqui.
- Propiciar espacios para la realización de diagnósticos participativos entre el Instituto de Patrimonio Cultural del cantón Cañar con la Comunidad de San José de Masanqui, con el fin de lograr concientizar el valor cultural de la comunidad indígena y generar cambios de actitudes que tiendan al rescate de sus costumbres, tradiciones, idioma, etc.
- De la misma manera con el Ministerio de Educación, buscar los espacios en las aulas escolares, para realizar excursiones, visitas, etc. a comunidades con un vasto potencial y riqueza cultural como representa San José de Masanqui.



# ANEXOS



ANEXO N.- 1

NOTAS

(1) LICEO DE PUNTA DEL ESTE. Impacto de los medios de comunicación en la globalización. Programas de Historia. Uruguay.

[www.ebdehistoria.blogspot.com/.../impacto-de-los-medios-de-comunicac...](http://www.ebdehistoria.blogspot.com/.../impacto-de-los-medios-de-comunicac...)

(2) PRALONG, Verónica. La Globalización y sus efectos. Parte 2. Monografías.com. Universidad Católica de Santa Fe.

[www.monografias.com>EstudioSocial](http://www.monografias.com>EstudioSocial)

(3) VARGAS AGUIRRE, Mónica. Algunas Reflexiones acerca de la Globalización. Chile. [www.rcci.net/globalizacion/2000/fg139.htm](http://www.rcci.net/globalizacion/2000/fg139.htm)

(4) ITACA – JUNTA DE ANDALUCÍA. Globalización: Causas y efectos.

[www.itaca-tierra.or/upload/.../globalizacion](http://www.itaca-tierra.or/upload/.../globalizacion) Pág. 14

(5) MORALES, Alejandro. La Educación y Tecnología.

[www.monografias.com>Educacion](http://www.monografias.com>Educacion)

(6) EDUCASITIOS. La evolución humana.

[www.educasitios.edu.ar/grupo1176/?q=node/55](http://www.educasitios.edu.ar/grupo1176/?q=node/55)

(7) BURSH, Sally. Comunicación y diversidad cultural: luchas convergentes. Publicaciones ALAI. 15/01/2005.

[www.alainet.org/active/8456&lang=es](http://www.alainet.org/active/8456&lang=es)

(8) Latinos.US. Los medios de comunicación y la globalización. 15/01/2008.

[www.medios.us/transporte/social/los-medios-de-comunicacion-y-la](http://www.medios.us/transporte/social/los-medios-de-comunicacion-y-la)

(9) Ídem.

(10) EDUCASITIOS. La evolución humana.

[www.educasitios.edu.ar/grupo1176/?q=node/55](http://www.educasitios.edu.ar/grupo1176/?q=node/55)

(11) BURSH, Sally. Comunicación y diversidad cultural: luchas convergentes. Publicaciones ALAI. 15/01/2005.

[www.alainet.org/active/8456&lang=es](http://www.alainet.org/active/8456&lang=es)



(12) LICEO DE PUNTA DEL ESTE. Impacto de los Medios de Comunicación en la Globalización. Programas de Historia. Uruguay. <http://webdehistoria.blogspot.com/2009/11/impacto-de-los-medios-de-comunicacion.html>

(13) Ídem.

(14) GUTIERREZ, Fernando. Tecnología y Sociedad. La aldea global de Marshall McLuhan. 14/05/2009. [www.fergut.com/wordpress/tecnologias-de-la...y-sociedad/testing/](http://www.fergut.com/wordpress/tecnologias-de-la...y-sociedad/testing/)

(15) UNIVERSIDAD DEL TOLIMA. Comunicación Social y Periodismo- Investigación en medios. Facultad de Ciencias Humanas y Artes. “Comunicación Social y Periodismo – Investigación en medios – Séptimo semestre”. [www.comunicacionsocialut.com/web/.../investigacion-en-medios](http://www.comunicacionsocialut.com/web/.../investigacion-en-medios).

(16) TÉLLEZ ARIZA, Camila. “Ensayo sobre la influencia de los medios de comunicación afectan negativamente a la opinión pública”. Bogotá D.C. noviembre de 2010. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ensayo-Los-Medios-de-Comunicacion-Afectan/2602460.html>

(17) THOMPSON, Ivan. “Definición de Comunicación”. Octubre 2008. [www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.htm/](http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.htm/)

(18) EL RINCÓN DEL VAGO. Influencia de los medios de comunicación”. [www.html.rincondelvago.com/influencias-y-efectos-de-los-medios-de-](http://www.html.rincondelvago.com/influencias-y-efectos-de-los-medios-de-)

(19) **PROFESOR EN LÍNEA. “Concepto de lenguaje”**

[www.profesorenlinea.cl/castellano/Conceptolenguaje.htm](http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Conceptolenguaje.htm)

(20) ULIANA YOKOHAMA, Izaura. “Comunicación y educación”. Maestría en Ciencias de la educación. Respuesta 5. Paraguay. 2004. [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

(21) Definición de los Medios de Comunicación. [www.mediosdecomunicacion.yourtubles.com/definición.htm](http://www.mediosdecomunicacion.yourtubles.com/definición.htm)



(22) WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. Medio de Comunicación.  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Medio de comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n)

(23) ARANGO, Luis Ángel. ¿Qué son los medios de comunicación?  
banrepcultural.org.

[www.banrepcultural.org/blaavirtual/.../losmediosdecomunicacion.ht](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/.../losmediosdecomunicacion.ht)

(24) JUÁREZ, Armando. “Influencia de los medios de comunicación en la convivencia familiar”. Perú, Agosto/2006. [www.piura450.edu.pe/.../...](http://www.piura450.edu.pe/.../)

(25) Estructura de la Comunicación de masas

[www.html.rincondelvago.com/estructura-de-la-comunicacion-de-masas.html](http://www.html.rincondelvago.com/estructura-de-la-comunicacion-de-masas.html)

(26) MERA, Lusy Amparo. “La estructura de los medios de comunicación en Colombia”. [www.sites.google.com/site/alejapedagogia/la-estructura-de-los-medios-masi...](http://www.sites.google.com/site/alejapedagogia/la-estructura-de-los-medios-masi...)

(27) REIEXP8.PPT- Huellas Mexicanas. “El complejo industrial militar y la estructura mundial de los medios

[www.huellasmexicanas.org/Members/...tec.../reiexp8.ppt/at.../file](http://www.huellasmexicanas.org/Members/...tec.../reiexp8.ppt/at.../file)

(28) UNESCO. “La libertad de medios de comunicación tiene el poder para transformar a las sociedades”. Día Mundial de la Libertad de Prensa. 2012  
[www.unesco.org/.../media-freedom-has-the-power-to-transform-soci...](http://www.unesco.org/.../media-freedom-has-the-power-to-transform-soci...)

(29) ARANGO, Luis Ángel. ¿Qué son los medios de comunicación? Ayuda de Tareas

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudade/tareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm...>

(30) Ídem.

(31) Ídem.

(32) Ídem.

(33) Ídem.



(34) Ídem.

(35) Ídem.

(36) GONZÁLES, Josimar. “La Televisión y como Afecta a la Sociedad”. 16/06/2009. [www.Televisionysociedad.wordpress.com/](http://www.Televisionysociedad.wordpress.com/)

(37) UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL. “Los Medios de Comunicación y sus implicaciones socioculturales desde el campo educativo”. [www.buenastareas.com/Inicio/Psicología](http://www.buenastareas.com/Inicio/Psicología). Pág. 1

(38) OWIL, Omar. “La importancia de la Radio y la Televisión”. Monografías .com. S. A. /04/2009. Página 2.  
<http://www.monografias.com/trabajos74/importancia-influencia-radio/importancia-influencia-radio2.shtml>

(39) FLORES, César. “Efecto de la televisión” Monografias.com 1991  
[www.monografias.com/trabajos16/...televisión/efectos-televisión.sht](http://www.monografias.com/trabajos16/...televisión/efectos-televisión.sht)

(40) CHRISTIAN, Alberto. “La influencia de los medios de comunicación en la adolescencia”. 29/03/2010.  
<http://www.television.edusanluis.com.ar/2010/03/la-influencia-de-los-medios-de-comun>

(41) Ídem.

(42) Ídem.

(43) Ídem.

(44) Ídem.

(45) Ídem.

(46) DESPERTAD. “La Tecnología. ¿Bendición o Maldición?”. Revista ¡Despertad!, noviembre de 2009. Páginas 4 - 7

(47) Ídem.

(48) Ídem.

(49) Ídem.



**(50)** Ídem.

**(51)** Ídem.

**(52)** Ídem.

**(53)** Ídem.

**(54)** MIJARES, Lucy. “Aportes teóricos a la educación indígena y las oportunidades de participación competitiva”. Página 1.

<http://www.monografias.com/trabajos90/aportes-teoricos-educacion-indigena/aportes-teoricos-educacion-indigena.shtml>

**(55)** Ídem.

**(56)** Ídem.

**(57)** CHOLANGO, Humberto. “Mandato de las Nacionalidades y pueblos indígenas”. Presidente Ecuatorunari.

[www.ecuarunari.org/es/comunicados/MANDATO\\_CONAIE.doc](http://www.ecuarunari.org/es/comunicados/MANDATO_CONAIE.doc)

**(58)** Ídem.

**(59)** STAVENHAGEN, Rodolfo. “Los pueblos indígenas y sus derechos”.

[www.cinu.org.mx/.../Indigenas/.../Libro%20Stavenhagen%20UNESC...](http://www.cinu.org.mx/.../Indigenas/.../Libro%20Stavenhagen%20UNESC...)

**(60)** WIKIPEDIA. “Indígena”. Wikipedia, la enciclopedia libre.

[www.es.wikipedia.org/wiki/Indígena](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Indígena)

**(61)** FERNÁNDES, Carola. “Discriminación a los pueblos indígenas”.

[www.html.rincondelvago.com/discriminacion-a-los-pueblos-indigenas.html](http://www.html.rincondelvago.com/discriminacion-a-los-pueblos-indigenas.html)



(62) ABIKJAIL. “La Discriminación a los Pueblos Indígenas”. Abril/2011. <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Discriminación-a-los-Pueblos-Indígenas/1928016.html>

(63) IFAD. “Los pueblos indígenas”. [www.ifad.org/pub/factsheet/ip/s.pdf](http://www.ifad.org/pub/factsheet/ip/s.pdf)

(64) MENDO, José Virgilio. “Educación e Identidad Cultural”. Aula Intercultural. Los Andes. [www.aulaintercultural.org/spip.php?article3530](http://www.aulaintercultural.org/spip.php?article3530)

(65) Ídem.

(66) LUIS1615. “Cultura Y Patrones Culturales”. Buenas Tareas.com. 10/2010. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Cultura-y-Patrones-Culturales/921190.html>

(67) ALVEAR, Carlos. “Patrones Culturales, Características, Establecimientos”. BuenasTareas.com. (2010, 12) <http://www.buenastareas.com/ensayos/Patrones-Culturales-Character%C3%ADsticas-Establecimiento-Carlos-Alvear/1293481.html>

(68) ADRYANITA. “Ensayo De Cultura Y Patrones Culturales”. 10/2012. BuenasTareas.com. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ensayo-De-Cultura-y-Patrones-Culturales/5766095.html>

(69) REGALADO, Jorge. “Aculturación en el Ecuador”. Instituto Pedagógico Superior “Ciudad de San Gabriel”. [www.slideshare.net/aculturacion-en-el-ecuador-8210191](http://www.slideshare.net/aculturacion-en-el-ecuador-8210191)

(70) ENTRADA GRATIS. “Minorías y grupos étnicos” <http://www.entradagratis.com/Enciclopedia-de-Minorias-y-grupos-etnicos.htm...>

(71) WIKIPEDIA. “Discriminación”. [www.es.wikipedia.org/wiki/Discriminación](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Discriminación)

(72) FERNÁNDES, Carola. “Discriminación a los pueblos indígenas”. [www.html.rincondelvago.com/discriminacion-a-los-pueblos-indigenas.html](http://www.html.rincondelvago.com/discriminacion-a-los-pueblos-indigenas.html).



**(73)** Ídem.

**(74)** Ídem.

**(75)** Ídem.

**(76)** PINO JORDÁN, Ana María. “Qué es lo indígena y qué lo campesino”.  
[www.servindi.org/actualidad/3111](http://www.servindi.org/actualidad/3111)

**(77)** Ídem.

**(78)** Ídem.

**(79)** STEFONI, Carolina. “Andina Migrante no 06 febrero 2010”.  
Emigración en comunidades rurales de América Latina. Flasco Sede  
Ecuador. [www.ebookbrowse.com/andina-migrante-no-06-febrero-2010](http://www.ebookbrowse.com/andina-migrante-no-06-febrero-2010)

**(80)** Ídem.

**(81)** WIKIPEDIA, “Éxodo rural”. [www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo\\_rural](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo_rural)

**(82)** PARDO, Juan “¿Cuáles son las causas y efectos de la migración de  
campesinos a E.U?  
[http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20091207063302A  
AS7HTA](http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20091207063302AAS7HTA)

**(83)** Ídem.



**(84)** REBAÏ Nasser. “Migración, dinámicas territoriales y nueva ruralidad: un punto de vista desde la sierra ecuatoriana”. Universidad Paris I Panthéo-Sorbonne.

[www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/.../17.pdf](http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/.../17.pdf)

**(85)** WIKIPEDIA, “Éxodo rural”. [www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo\\_rural](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo_rural)

**(86)** REBAÏ Nasser. “Migración, dinámicas territoriales y nueva ruralidad: un punto de vista desde la sierra ecuatoriana”. Universidad Paris I Panthéo-Sorbonne.

[www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/.../17.pdf](http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/.../17.pdf)

**(87)** Ídem.

**(88)** Ídem.

**(89)** WIKIPEDIA, “Éxodo rural”. [www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo\\_rural](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo_rural)

**(90)** CONEJO ARELLANO, Alberto. “La identidad cultural y la migración”. ICCI. [www.icci.nativeweb.org/yachaikuna/3/conejo.html](http://www.icci.nativeweb.org/yachaikuna/3/conejo.html)

**(91)** Diario El Mercurio. Editorial enero 20 de 2013

**(92)** CASTRO RIERA, Carlos. “Neocolonialismo cultural”. Editorial del Diario El Mercurio. Cuenca, enero 22 de 2013. [www.elmercurio.com.ec](http://www.elmercurio.com.ec).

**(93)** SENPLADES. Plan Nacional para el Buen Vivir- ¿Por qué el Ecuador del nuevo milenio necesitaba un cambio? [www.plan.senplades.gob.ec/328](http://www.plan.senplades.gob.ec/328)



**(94)** Ídem.

**(95)** CHIRIBOGA, Manuel. Diálogo rural en Ecuador, apuesta al buen vivir. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. 26/07/2011.  
[www.redprensarural.com/.../dialogo-rural-en-ecuador-apuesta-al-buen-vivir/](http://www.redprensarural.com/.../dialogo-rural-en-ecuador-apuesta-al-buen-vivir/)

**(96)** Ídem.

**(97)** Ídem.

**(98)** Ídem.

**(99)** SENPLADES. “Plan Nacional para el Buen Vivir – Políticas y lineamientos”. [www.plan.senplades.gob.ec/presentación](http://www.plan.senplades.gob.ec/presentación)

**(100)** Ídem.

**(101)** Ídem.

**(102)** GARCÍA FALCONÍ, José. “Qué significa el Derecho al Buen Vivir”. 11/09/2012. [www.derechoecuador.com/index.php?...buen-vivir...](http://www.derechoecuador.com/index.php?...buen-vivir...)

**(103)** Ídem.

**(104)** GUDYNAS, Eduardo. “Buen Vivir: un necesario relanzamiento”. ALAI, América Latina en Movimiento. 14/12/2010.  
[www.alainet.org/active/43010](http://www.alainet.org/active/43010)

**(105)** CABRERA, Daniel H. “Imaginario social, comunicación e identidad colectiva”, Universidad de Navarra, pág. 1.  
[www.portalcomunicacion.com/dialeq/paper/pdf/143\\_cabrera.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/dialeq/paper/pdf/143_cabrera.pdf)

**(106)** FORUM 2004 – DOCUMENTOS. “Comunicación y diversidad cultural”. [www.barcelona2004.org>...>Comunicación y diversidad cultural](http://www.barcelona2004.org>...>Comunicación y diversidad cultural)

**(107)** Ídem.

**(108)** Iluviadel. “Los Medios de Comunicación Social”. Monografias.com  
[www.monografias.com>Estudio Social](http://www.monografias.com>Estudio Social)



**(109)** CHUJI GUALINGA, Mónica. “Los medios de comunicación indígenas al servicio de los DD.HH. y colectivos”. El caso Ecuador. ALAI. 13/03/2007 [www.alainet.org/active/16282&lang=es](http://www.alainet.org/active/16282&lang=es)

**(110)** Ídem.

**(111)** Ídem.

**(112)** Ídem.

**(113)** Ídem.

**(114)** LEMA, Lucila. “Digamos lo que somos antes que otros nos den diciendo lo que no somos”. Año 3, No. 22, enero/2001. [www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html](http://www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html)

**(115)** Ídem.

**(116)** Ídem.

**(117)** Ídem.

**(118)** Ídem.

**(119)** HERNÁNDEZ, Franco Gabriel. “México: los Pueblos Indígenas y los medios de comunicación” Ponencia leída en la Cámara de Diputados del Congreso La Unión en la reunión convocada por la Comisión de Asuntos Indígenas, el 14 de junio de 2007. [www.imaginar.org/apc/index.../show\\_text.php3-key=10226.htm](http://www.imaginar.org/apc/index.../show_text.php3-key=10226.htm)

**(120)** Ídem.

**(121)** Ídem.

**(122)** Ídem.

**(123)** LEMA, Lucila. “Digamos lo que somos, antes que nos den diciendo lo que no somos”. Boletín ICCI. ”RIMAY”. Año 3, N.- 22, 01/2001. [www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html](http://www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html)

**(124)** HERNÁNDEZ, Franco Gabriel. “México: los Pueblos Indígenas y los medios de comunicación” Ponencia leída en la Cámara de Diputados del



Congreso La Unión en la reunión convocada por la Comisión de Asuntos Indígenas, el 14 de junio de 2007.

[www.imaginar.org/apc/index.../show\\_text.php3-key=10226.htm](http://www.imaginar.org/apc/index.../show_text.php3-key=10226.htm)

**(125)** CEVALLOS, Diego, (Tierramérica)\*, “Lenguas indígenas en agonía”. Cultura-América. [www.ipsnoticias.net/nota.asp?idenews=37152](http://www.ipsnoticias.net/nota.asp?idenews=37152)

**(126)** Ídem.

**(127)** Ídem.

**(128)** HERNÁNDEZ, Franco Gabriel. “México: los Pueblos Indígenas y los medios de comunicación” Ponencia leída en la Cámara de Diputados del Congreso La Unión en la reunión convocada por la Comisión de Asuntos Indígenas, el 14 de junio de 2007. [www.imaginar.org/apc/index.../show\\_text.php3-key=10226.htm](http://www.imaginar.org/apc/index.../show_text.php3-key=10226.htm)

**(129)** Ídem.

**(130)** YASAREKOMO. “Una experiencia de comunicación indígena”. Bolivia. [www.fao.org/docrep/006/y5311s/y5311s04.htm](http://www.fao.org/docrep/006/y5311s/y5311s04.htm)

**(131)** Ídem.

**(132)** Ídem.

**(133)** Ídem.

**(134)** Ídem.

**(135)** ESTEINOU MADRID, Javier, “los medios de comunicación como instrumentos del desarrollo” N. 29. [www.razónypalabra.org.mx/anteriores/n29/jesteinou.html](http://www.razónypalabra.org.mx/anteriores/n29/jesteinou.html)

**(136)** LEMA, Lucila. “Digamos lo que somos, antes que nos den diciendo lo que no somos”. Boletín ICCI. “RIMAY”. Año 3, N.- 22, 01/2001. [www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html](http://www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html)

**(137)** Ídem.

**(138)** Ídem.



**(139)** Ídem.

**(140)** Ídem.

**(141)** Ídem.

**(142)** DIÁLOGO DEL FÓRUM. “Comunicación y Diversidad Cultural”. Sector de Cultura de la UNESCO. [portal.unesco.org/.../ev.php-URL\\_ID=19990&URL\\_DO=DO\\_TOPIC](http://portal.unesco.org/.../ev.php-URL_ID=19990&URL_DO=DO_TOPIC)

**(143)** LEMA, Lucila. “Digamos lo que somos, antes que nos den diciendo lo que no somos”. Boletín ICCI. ”RIMAY”. Año 3, N.- 22, 01/2001. [www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html](http://www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html)

**(144)** Ídem.

**(145)** Ídem.

**(146)** HERNÁNDEZ, Franco Gabriel. “México: los Pueblos Indígenas y los medios de comunicación” Ponencia leída en la Cámara de Diputados del Congreso La Unión en la reunión convocada por la Comisión de Asuntos Indígenas, el 14 de junio de 2007. [www.imaginar.org/apc/index.../show\\_text.php3-key=10226.htm](http://www.imaginar.org/apc/index.../show_text.php3-key=10226.htm)

**(147)** LEMA, Lucila. “Digamos lo que somos, antes que nos den diciendo lo que no somos”. Boletín ICCI. ”RIMAY”. Año 3, N.- 22, 01/2001. [www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html](http://www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html)

**(148)** Ídem.

**(149)** Ídem.

**(150)** Ídem.

**(151)** Ídem.

**(152)** Ídem.

**(153)** Ídem.

**(154)** Ídem.



(155) Ídem.

(156) Ídem.

(157) Ídem.

(158) LUIS1615. “Cultura Y Patrones Culturales”. Buenas Tareas.com. 10/2010. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Cultura-y-Patrones-Culturales/921190.html>

(159) KAYSER, Bernard. “La Cultura un incentivo para el desarrollo local”- Europa [www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rurales/biblio/.../art03.htm](http://www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rurales/biblio/.../art03.htm)

(160) Ídem.

(161) Ídem.

(162) VILLEGAS VELEZ, Álvaro Andrés. “Campesinado y tipologías polares. El concepto de comunidad en la sociología clásica”. [www.ugr.es/~pwlac/G19\\_18AlvaroAndres\\_Villegas\\_Velez.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G19_18AlvaroAndres_Villegas_Velez.html)

(163) KAYSER, Bernard. “La Cultura un incentivo para el desarrollo local”- Europa [www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rurales/biblio/.../art03.htm](http://www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rurales/biblio/.../art03.htm)

(164) Ídem.

(165) Ídem.

(166) Ídem.

(167) CARRIL GARAY, Valenza. “El campesino en 22 preguntas” – Monografías.com. <http://www.monografias.com/trabajos33/el-campesino/el-campesino.shtm>

(168) ESTEINOU MADRID, Javier, “los medios de comunicación como instrumentos del desarrollo” N. 29. [www.razónypalabra.org.mx/anteriores/n29/jesteinou.html](http://www.razónypalabra.org.mx/anteriores/n29/jesteinou.html)

(169) Ídem.



(170) Ídem.

(171) Ídem.

(172) Ídem.

(173) Ídem.

(174) CONTRERAS ROBLEDO, Norton. “Los medios de comunicación y la conciencia social”. Bialick. 10/12/2007. [www.igooh.com/notas/los-medios-de-comunicacion-y-la-cultura/](http://www.igooh.com/notas/los-medios-de-comunicacion-y-la-cultura/)

(175) FLORES RODRIGUEZ, César. “Efecto de la televisión”. Monografías. 27 de junio 2010. [www.monografias.com/.../efectos-televisión](http://www.monografias.com/.../efectos-televisión)

(176) CONTRERAS ROBLEDO, Norton. “Los medios de comunicación y la conciencia social”. Bialick. 10/12/2007. [www.igooh.com/notas/los-medios-de-comunicacion-y-la-cultura/](http://www.igooh.com/notas/los-medios-de-comunicacion-y-la-cultura/)

(177) Ídem.

(178) CONTRERAS ROBLEDO, Norton. “Los medios de comunicación y la cultura”. 08/07/2005. [www.aporrea.or/actualidad/a15248](http://www.aporrea.or/actualidad/a15248)

(179) FRANK. Inés. “Los medios de comunicación en la cultura actual”. [www.movimientofundar.org/.../qp...similares](http://www.movimientofundar.org/.../qp...similares)

(180) SANTO PADRE JUAN PABLO II. “XVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. Junio 3 de 1984. <http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/576/2525/articulo.php?.id=14162>

(181) UNESCO. “La función de los medios de comunicación en el diálogo intercultural”. 26 de febrero, 2011. [www.diplomaciaindigena.org](http://www.diplomaciaindigena.org)

(182) Ídem.

(183) Ídem.

(184) Ídem.

(185) Ídem.



**(186)** Ídem.

**(187)** CONTRERAS, Norton. “Los medios de comunicación y la cultura”.  
08/07/2005. [www.aporrea.or/actualidad/a15248](http://www.aporrea.or/actualidad/a15248)

**(188)** Ídem.

**(189)** Ídem.

**(190)** Ídem.

**(191)** Ídem.

**(192)** ACOSTA MATOS, Eliades. Rebelión, Arde Bagdad, arde la conciencia, arde el compromiso. 15/04/2006  
[www.rebellion.org/noticia.php?id=29964](http://www.rebellion.org/noticia.php?id=29964)

**(193)** FLORES RODRIGUEZ, César. “Efecto de la televisión”.  
Monografías. 27 de junio 2010. [www.monografias.com/.../efectos-televisión](http://www.monografias.com/.../efectos-televisión)

**(194)** VITERI, Gaby. Influencia de los medios de comunicación en los jóvenes  
[www.html.rincondelvago.com/influencia-de-los-medios-de-comunicacion-en-l](http://www.html.rincondelvago.com/influencia-de-los-medios-de-comunicacion-en-l)

**(195)** Ídem

**(196)** Ídem

**(197)** JAVALOYES A. Papel de la familia en la educación de los hijos.  
Apepa – Asociación de Pediatría Extrahospitalaria de la Provincia de Alicante. 24/04/2013  
[http://www.apepa.org/index.php?menu=documentos&id=2&id\\_doc...](http://www.apepa.org/index.php?menu=documentos&id=2&id_doc...)

**(198)** Ídem.

**(199)** GARCIA, Claudia; “Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Ingapirca”. Municipio del cantón Cañar. 2011



ANEXO N.- 2

## ENCUESTA A MAYORES (30 AÑOS Y MÁS)

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FICHA N.- \_\_\_\_\_

ESCUELA DE PERIODISMO

FECHA: \_\_\_\_\_

PROVINCIA: \_\_\_\_\_

CANTÓN: \_\_\_\_\_

PARROQUIA: \_\_\_\_\_

COMUNIDAD: \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_

SEXO: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_

1.- ¿TIENE HIJOS?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿CUÁNTOS? \_\_\_\_\_

2.- ¿CUÁNTOS ESTUDIAN?

HIJOS \_\_\_\_\_

HIJAS \_\_\_\_\_

3.- ¿LA ROPA QUE VISTE, ES LA QUE USA NORMALMENTE EN EL DÍA?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

4.- ¿CONFECCIONA ALGUN TIPO DE ROPA?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

5.- ¿UD. TERMINÓ SUS ESTUDIOS EN?

A. LA ESCUELA \_\_\_\_\_

B. EL COLEGIO \_\_\_\_\_



C. LA UNIVERSIDAD \_\_\_\_\_

D. NINGUNO \_\_\_\_\_

6.- ¿HABLA UD. EL CASTELLANO?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

7.- ¿TIENE HIJOS EN EL EXTERIOR?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

8.- ¿POR QUÉ SE FUERON?

A. NO LES GUSTÓ EL ESTUDIO \_\_\_\_\_

B. NO HAY TRABAJO AQUÍ \_\_\_\_\_

C. MAYORES BENEFICIOS EN EL EXTRANJERO \_\_\_\_\_

D. NO LES GUSTÓ EL CAMPO \_\_\_\_\_

E. OTRO \_\_\_\_\_

9.- ¿UD. A QUÉ SE DEDICA?

A. AGRICULTURA \_\_\_\_\_

B. GANADERÍA \_\_\_\_\_

C. COMERCIO \_\_\_\_\_

D. QUEHACERES DE LA CASA \_\_\_\_\_

E. OTRO \_\_\_\_\_

10.- ¿EL CONTACTO CON GENTE DE OTRA RAZA O DE OTRO COLOR LE PONE NERVIOSO?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_



11.- ¿EN CASA UD. DISPONE DE?

- A. TELEVISOR \_\_\_\_\_
- B. RADIO \_\_\_\_\_
- C. DVD \_\_\_\_\_
- D. CELULAR \_\_\_\_\_
- E. OTRO \_\_\_\_\_

¿CUÁL? \_\_\_\_\_

12.- ¿EN QUÉ EMISORA ESCUCHA LA RADIO?

NOMBRE \_\_\_\_\_

13.- ¿UD. ESCUCHA LA RADIO POR?

- A. LA MÚSICA \_\_\_\_\_
- B. LAS NOTICIAS \_\_\_\_\_
- C. PROGRAMAS CULTURALES \_\_\_\_\_
- D. OTRO \_\_\_\_\_

14.- ¿CUÁL ES SU HORARIO PREFERIDO?

HORA: \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

15.- ¿DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES, CUAL LE GUSTA MÁS?

- A. VER LA TV \_\_\_\_\_
- B. ESCUCHAR LA RADIO \_\_\_\_\_
- C. VER VIDEOS \_\_\_\_\_
- D. HABLAR POR CELULAR \_\_\_\_\_



E. OTRA \_\_\_\_\_

F. NINGUNA \_\_\_\_\_

16.- ¿DE LAS PROPAGANDAS QUE ESCUCHA EN LA RADIO HAY ALGUNA O ALGUNAS QUE LE LLAMAN LA ATENCION, Y POR QUÉ?

A. LE MOTIVAN A COMPRAR ALGO \_\_\_\_\_

B. LE HABLAN DE LA MODA ACTUAL \_\_\_\_\_

C. PARA CAMBIAR HÁBITOS DE VIDA \_\_\_\_\_

D. OTRA \_\_\_\_\_

E. NADA \_\_\_\_\_

17.- ¿AL ESCUCHAR LA RADIO O MIRAR LA TV LE DAN GANAS DE VIVIR EN LA CIUDAD?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

18.- ¿CREE QUE ES NECESARIO UNA SENAL DERADIO EN HUAYRAPUNGO?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

19.- ¿CREE UD. QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (RADIO, TV, INTERNET, CELULAR, ETC.) HAN HECHO QUE LA GENTE, SOBRE TODO LA JUVENTUD SEA DIFERENTE A COMO ERAN SUS MAYORES?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

20.- ¿OBLIGA A SUS HIJOS QUE HABLEN EL QUICHUA?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_



21.- ¿LE GUSTA A UD. PARTICIPAR EN LAS FIESTAS DE SU COMUNIDAD?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

22.- ¿CREE UD. QUE VALE LA PENA CONSERVAR LAS COSTUMBRES QUE HEREDARON DE SUS PADRES?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



ANEXO N.- 3

ENCUESTA A JÓVENES (15 – 30 AÑOS)

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FICHA N.- \_\_\_\_\_

ESCUELA DE PERIODISMO

FECHA: \_\_\_\_\_

PROVINCIA: \_\_\_\_\_

CANTÓN: \_\_\_\_\_

PARROQUIA: \_\_\_\_\_

COMUNIDAD: \_\_\_\_\_

EDAD \_\_\_\_\_

SEXO: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_

1.- ¿UD. ESTUDIA?

SI \_\_\_\_\_

GRADO \_\_\_\_\_

CURSO \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

2.- ¿LE GUSTARÍA CULMINAR SUS ESTUDIOS HASTA LA UNIVERSIDAD?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

3.- ¿UD. SE VISTE CON LA ROPA TRADICIONAL DE SU COMUNIDAD?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

4.- ¿DESARÍA CAMBIAR COMPLETAMENTE SU VESTUARIO?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



5.- ¿HABLA UD. EL QUICHUA?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

6.- ¿HABLA UD. EL CASTELLANO?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

7.- ¿CUÁL DE LAS DOS LENGUAS, EL QUICHUA O EL CASTELLANO LE GUSTA HABLAR MÁS?

QUICHUA \_\_\_\_\_ CASTELLANO \_\_\_\_\_

8.- ¿LE GUSTA VESTIR A LA MODA?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9.- ¿EN SUS RATOS LIBRES, LE DEDICA MÁS TIEMPO A?

- A. VER TV \_\_\_\_\_
- B. ESCUCHAR LA RADIO \_\_\_\_\_
- C. VER DVD \_\_\_\_\_
- D. HABLAR O CHATEAR POR CELULAR \_\_\_\_\_
- E. IR A INTERNET \_\_\_\_\_
- F. OTRO \_\_\_\_\_

10.- ¿QUÉ MÚSICA LE GUSTA ESCUCHAR?

- A. NACIONAL \_\_\_\_\_
- B. ROMÁNTICA \_\_\_\_\_
- C. TROPICAL \_\_\_\_\_
- D. REGUETÓN \_\_\_\_\_
- E. OTRA \_\_\_\_\_

11.- ¿CUÁNDO PRENDE LA RADIO, LE AGRADA ESCUCHAR?



- A. NOTICIAS \_\_\_\_\_
- B. PROGRAMAS CULTURALES \_\_\_\_\_
- C. MÚSICA \_\_\_\_\_
- D. LAS PROPAGANDAS \_\_\_\_\_
- E. OTROS \_\_\_\_\_

12.- ¿HACE USO DEL INTERNET?

NADA \_\_\_\_\_ POCO \_\_\_\_\_ LO NECESARIO \_\_\_\_\_ MUCHO \_\_\_\_\_

13.- ¿DÓNDE OBTIENE ESTE SERVICIO?

EN LA COMUNIDAD \_\_\_\_\_ CANTÓN CAÑAR \_\_\_\_\_ OTRA \_\_\_\_\_

14.- ¿UTILIZA EL INTERNET PARA?

- A. HACER SUS TRABAJOS DE INVESTIGACION \_\_\_\_\_
- B. COMUNICARSE CON SUS PARIENTES O AMIGOS \_\_\_\_\_
- C. POR LA MÚSICA \_\_\_\_\_
- D. CURIOSIDAD \_\_\_\_\_
- E. OTRA \_\_\_\_\_

15.- ¿TIENE CELULAR?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

16.- ¿LO UTILIZA PARA COMUNICARSE CON SUS?

- A. FAMILIARES \_\_\_\_\_
- B. AMIGOS \_\_\_\_\_
- c. OTROS \_\_\_\_\_



17.- ¿TIENE DVD?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

18.- ¿CUÁNDO PRENDE EL DVD LE GUSTA VER?

A. PELICULAS \_\_\_\_\_

B. VIDEOS QUE ENVÍAN PARIENTES O AMIGOS \_\_\_\_\_

C. VIDEOS MUSICALES \_\_\_\_\_

D. OTRO \_\_\_\_\_

19.- ¿UD. ESTÁ ATENTO A LAS NOTICIAS, DE LO QUE PASA EN SU?

COMUNIDAD \_\_\_\_\_

PAIS \_\_\_\_\_

MUNDO ENTERO \_\_\_\_\_

20.- ¿POR QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN SE ENTERA?

A. LA RADIO \_\_\_\_\_

B. LA TV \_\_\_\_\_

C. EL INTERNET \_\_\_\_\_

D. PERIÓDICO \_\_\_\_\_

C. OTRO \_\_\_\_\_

21.- ¿LE GUSTA VIVIR EN SAN JOSÉ DE MAZANQUI?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

22.- ¿CON EL TIEMPO, LE GUSTARIA IR A TRABAJAR EN OTRA CIUDAD O PAIS?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



23.- ¿SE SIENTE ORGULLOSO DE SU RAZA?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

24.- ¿CUÁNDO ESCUCHA LA RADIO O MIRA LA TV, QUISIERA VIVIR EN LA CIUDAD?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

25.- ¿CONOCE UD. CUÁLES SON LAS FIESTAS DE SAN JOSÉ DE MAZANQUI?

.....  
.....  
.....

26.- ¿CREE UD. QUE VALE LA PENA CONSERVAR LAS COSTUMBRES QUE HEREDARON DE SUS PADRES?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

27.- ¿CAMBIA UD. SU VESTIMENTA TRADICIONAL PARA SALIR A LA CIUDAD?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ANEXO N.- 4

PANORÁMICAS DE SAN JOSÉ DE MASANQUI





## INDÍGENAS DE SAN JOSÉ DE MASANQUI











## BIBLIOGRAFÍA

ABIKJAIL. “La Discriminación a los Pueblos Indígenas”. Abril/2011. <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Discriminación-a-los-Pueblos-Indígenas/1928016.html>

ADRYANITA. “Ensayo De Cultura Y Patrones Culturales”. 10/2012. BuenasTareas.com. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ensayo-De-Cultura-y-Patrones-Culturales/5766095.html>

ACOSTA MATOS, Eliades. Rebelión, Arde Bagdad, arde la conciencia, arde el compromiso. 15/04/2006 [www.rebellion.org/noticia.php?id=29964](http://www.rebellion.org/noticia.php?id=29964)

ALVEAR, Carlos. “Patrones Culturales, Características, Establecimientos”. BuenasTareas.com. (2010, 12) <http://www.buenastareas.com/ensayos/Patrones-Culturales-Character%C3%ADsticas-Establecimiento-Carlos-Alvear/1293481.html>

ARANGO, Luis Ángel. ¿Qué son los medios de comunicación? banrepcultural.org. [www.banrepcultural.org/blaavirtual/.../losmediosdecomunicacion.ht](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/.../losmediosdecomunicacion.ht)

BURSH, Sally. “Comunicación y diversidad cultural: luchas convergentes”. Publicaciones ALAI. 15/01/2005. [www.alainet.org/active/8456&lang=es](http://www.alainet.org/active/8456&lang=es)

CABRERA, Daniel H. “Imaginario social, comunicación e identidad colectiva”, Universidad de Navarra, pág. 1. [www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143\\_cabrera.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf)

CARRIL GARAY, Valenza. “El campesino en 22 preguntas” – Monografías.com. <http://www.monografias.com/trabajos33/el-campesino/el-campesino.shtm>

CASTRO RIERA, Carlos. “Neocolonialismo cultural”. Editorial del Diario El Mercurio. Cuenca, enero 22 de 2013. [www.elmercurio.com.ec](http://www.elmercurio.com.ec).



CARRIL GARAY, Valenza. “El campesino en 22 preguntas” – Monografías.com. <http://www.monografias.com/trabajos33/el-campesino/el-campesino.shtml>

CEVALLOS, Diego, (Tierramérica)\*, “Lenguas indígenas en agonía”. Cultura-América. [www.ipsnoticias.net/nota.asp?idenews=37152](http://www.ipsnoticias.net/nota.asp?idenews=37152)

CONEJO ARELLANO, Alberto. “La identidad cultural y la migración”. ICCI. [www.icci.nativeweb.org/yachaikuna/3/conejo.html](http://www.icci.nativeweb.org/yachaikuna/3/conejo.html)

CONTRERAS ROBLEDO, Norton. “Los medios de comunicación y la conciencia social”. Bialick. 10/12/2007. [www.igooh.com/notas/los-medios-de-comunicacion-y-la-cultura/](http://www.igooh.com/notas/los-medios-de-comunicacion-y-la-cultura/)

CONTRERAS ROBLEDO, Norton. “Los medios de comunicación y la cultura”. 08/07/2005. [www.aporrea.or/actualidad/a15248](http://www.aporrea.or/actualidad/a15248)

CHIRIBOGA, Manuel. “Diálogo rural en Ecuador, apuesta al buen vivir”. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. 26/07/2011. [redprensarural.com/.../dialogo-rural-en-ecuador-apuesta-al-buen-vivi...](http://redprensarural.com/.../dialogo-rural-en-ecuador-apuesta-al-buen-vivi...)

CHOLANGO, Humberto. “Mandato de las Nacionalidades y pueblos indígenas”. Presidente Ecuatorunari. [www.ecuarunari.org/es/comunicados/MANDATO\\_CONAIE.doc](http://www.ecuarunari.org/es/comunicados/MANDATO_CONAIE.doc)

CHRISTIAN, Alberto. “La influencia de los medios de comunicación en la adolescencia”. 29/03/2010. <http://www.television.edusanluis.com.ar/2010/03/la-influencia-de-los-medios-de-comun>

CHUJI GUALINGA, Mónica. “Los medios de comunicación indígenas al servicio de los DD.HH. y colectivos”. El caso Ecuador. ALAI. 13/03/2007 [www.alainet.org/active/16282&lang=es](http://www.alainet.org/active/16282&lang=es)

Definición de los Medios de Comunicación. [www.mediosdecomunicacion.yourtubles.com/definición.htm](http://www.mediosdecomunicacion.yourtubles.com/definición.htm)

DESPERTAD. “La Tecnología. ¿Bendición o Maldición?”. Revista ¡Despertad!, noviembre de 2009. Páginas 4 – 7



Diario El Mercurio. Editorial enero 20 de 2013

EDUCASITIOS. “La evolución humana”.

[www.educasitios.edu.ar/grupo1176/?q=node/55](http://www.educasitios.edu.ar/grupo1176/?q=node/55)

EL RINCÓN DEL VAGO. Influencia de los medios de comunicación”.

[www.html.rincondelvago.com/influencias-y-efectos-de-los-medios-de-](http://www.html.rincondelvago.com/influencias-y-efectos-de-los-medios-de-)

ENTRADA GRATIS. “Minorías y grupos étnicos”

<http://www.entradagratis.com/Enciclopedia-de-Minorias-y-grupos-etnicos.htm...>

ESTEINOU MADRID, Javier, “los medios de comunicación como instrumentos del desarrollo” N. 29.

[www.razónypalabra.org.mx/anteriores/n29/jesteinou.html](http://www.razónypalabra.org.mx/anteriores/n29/jesteinou.html)

FERNÁNDES, Carola. “Discriminación a los pueblos indígenas”.

[www.html.rincondelvago.com/discriminacion-a-los-pueblos-indigenas.html](http://www.html.rincondelvago.com/discriminacion-a-los-pueblos-indigenas.html)

FLORES RODRIGUEZ, César. “Efecto de la televisión”. Monografías. 27 de junio 2010. [www.monografias.com/.../efectos-televisión](http://www.monografias.com/.../efectos-televisión)

FLORES, César. “Efecto de la televisión” Monografias.com 1991

[www.monografias.com/trabajos16/...televisión/efectos-televisión.sht](http://www.monografias.com/trabajos16/...televisión/efectos-televisión.sht)

FORUM. Comunicación y diversidad cultural Presentación. Universal de las Culturas – Barcelona 2004.

[www.fundacioforum.org/b04/b04/www.../pres\\_comdiversidadesp](http://www.fundacioforum.org/b04/b04/www.../pres_comdiversidadesp)

FORUM 2004 – DOCUMENTOS. “Comunicación y diversidad cultural”.

[www.barcelona2004.org>...>Comunicación y diversidad cultural](http://www.barcelona2004.org>...>Comunicación y diversidad cultural)

GARCÍA FALCONÍ, José. “Qué significa el Derecho al Buen Vivir”.

11/09/2012. [www.derechoecuador.com/index.php?...buen-vivir...](http://www.derechoecuador.com/index.php?...buen-vivir...)



GONZÁLES, Josimar. “La Televisión y como Afecta a la Sociedad”. 16/06/2009. [www.Televisionysociedad.wordpress.com/](http://www.Televisionysociedad.wordpress.com/)

GUDYNAS, Eduardo. “Buen Vivir: un necesario relanzamiento”. ALAI, América Latina en Movimiento. 14/12/2010. [www.alainet.org/active/43010](http://www.alainet.org/active/43010)

GUTIERREZ, Fernando. “Tecnología y Sociedad”. La aldea global de Marshall McLuhan. 14/05/2009. [www.fergut.com/wordpress/tecnologias-de-la...y-sociedad/testing/](http://www.fergut.com/wordpress/tecnologias-de-la...y-sociedad/testing/)

HERNÁNDEZ, Franco Gabriel. “México: los Pueblos Indígenas y los medios de comunicación” Ponencia leída en la Cámara de Diputados del Congreso La Unión en la reunión convocada por la Comisión de Asuntos Indígenas, el 14 de junio de 2007.

[www.imaginar.org/apc/index.../show\\_text.php3-key=10226.htm](http://www.imaginar.org/apc/index.../show_text.php3-key=10226.htm)

IFAD. “Los pueblos indígenas”. [www.ifad.org/pub/factsheet/ip/s.pdf](http://www.ifad.org/pub/factsheet/ip/s.pdf)

ITACA – JUNTA DE ANDALUCÍA. Globalización: Causas y efectos. [www.itaca-tierra.or/upload/.../globalizacion](http://www.itaca-tierra.or/upload/.../globalizacion) Pág. 14

JUÁREZ, Armando. “Influencia de los medios de comunicación en la convivencia familiar”. Perú, Agosto/2006. [www.piura450.edu.pe/.../...](http://www.piura450.edu.pe/.../)

KAYSER, Bernard. “La Cultura un incentivo para el desarrollo local”- Europa [www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/.../art03.htm](http://www.ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/.../art03.htm)

FRANK. Inés. “Los medios de comunicación en la cultura actual”. [www.movimientofundar.org/.../qp...similares](http://www.movimientofundar.org/.../qp...similares)

Latinos.US. “Los medios de comunicación y la globalización”. 159/2008. [www.medios.us/transporte/social/los-medios-de-comunicacion-y-la](http://www.medios.us/transporte/social/los-medios-de-comunicacion-y-la)



LEMA, Lucila. "Digamos lo que somos antes que otros nos den diciendo lo que no somos". Año 3, No. 22, enero/2001.

[www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html](http://www.icci.nativeweb.org/boletín/22/lema.html)

LICEO DE PUNTA DEL ESTE. "Impacto de los medios de comunicación en la globalización". Uruguay. [www.ebdehistoria.blogspot.com/.../impacto-de-los-medios-de-comunicac...](http://www.ebdehistoria.blogspot.com/.../impacto-de-los-medios-de-comunicac...)

LUIS1615. "Cultura Y Patrones Culturales". Buenas Tareas.com. 10/2010.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Cultura-y-Patrones-Culturales/921190.html>

lluviadel. "Los Medios de Comunicación Social". Monografias.com [www.monografias.com>Estudio Social](http://www.monografias.com>Estudio Social)

MENDO, José Virgilio. "Educación e Identidad Cultural". Aula Intercultural. Los Andes. [www.aulaintercultural.org/spip.php?article3530](http://www.aulaintercultural.org/spip.php?article3530)

MERA, Lusy Amparo. "La estructura de los medios de comunicación en Colombia". [www.sites.google.com/site/alejapedagogia/la-estructura-de-los-medios-masi...](http://www.sites.google.com/site/alejapedagogia/la-estructura-de-los-medios-masi...)

MIJARES, Lucy. "Aportes teóricos a la educación indígena y las oportunidades de participación competitiva". Página 1. <http://www.monografias.com/trabajos90/aportes-teoricos-educacion-indigena/aportes-teoricos-educacion-indigena.shtml>

MORALES, Alejandro. "La Educación y Tecnología". [www.monografias.com>Educacion](http://www.monografias.com>Educacion)

OWIL, Omar. "La importancia de la Radio y la Televisión". Monografías .com. S. A. /04/2009. Página 2. <http://www.monografias.com/trabajos74/importancia-influencia-radio/importancia-influencia-radio2.shtml>



PARDO, Juan “¿Cuáles son las causas y efectos de la migración de campesinos a E.U?  
<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20091207063302AAS7HTA>

PRALONG, Verónica. “La Globalización y sus efectos”. Parte 2. Monografías.com. Universidad Católica de Santa Fe.  
[www.monografias.com/EstudioSocial](http://www.monografias.com/EstudioSocial)

PINO JORDÁN, Ana María. “Qué es lo indígena y qué lo campesino”.  
[www.servindi.org/actualidad/3111](http://www.servindi.org/actualidad/3111)

**PROFESOR EN LÍNEA. “Concepto de lenguaje”**  
[www.profesorenlinea.cl/castellano/Conceptolenguaje.htm](http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Conceptolenguaje.htm)

REBAÏ Nasser. “Migración, dinámicas territoriales y nueva ruralidad: un punto de vista desde la sierra ecuatoriana”. Universidad Paris I Panthéo - Sorbonne.  
[www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/.../17.pdf](http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/.../17.pdf)

REGALADO, Jorge. “Aculturación en el Ecuador”. Instituto Pedagógico Superior “Ciudad de San Gabriel”.  
[www.slideshare.net/aculturacion-en-el-ecuador-8210191](http://www.slideshare.net/aculturacion-en-el-ecuador-8210191)

REIEXP8.PPT- Huellas Mexicanas. “El complejo industrial militar y la estructura mundial de los medios  
[www.huellasmexicanas.org/Members/...tec.../reiexp8.ppt/at.../file](http://www.huellasmexicanas.org/Members/...tec.../reiexp8.ppt/at.../file)

SANTO PADRE JUAN PABLO II. “XVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales”. Junio 3 de 1984.  
<http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos/576/2525/articulo.php?.id=14162>

SENPLADES. “Plan Nacional para el Buen Vivir- ¿Por qué el Ecuador del nuevo milenio necesitaba un cambio?”  
[www.plan.senplades.gob.ec/328](http://www.plan.senplades.gob.ec/328)



STAVENHAGEN, Rodolfo. “Los pueblos indígenas y sus derechos”.  
[www.cinu.org.mx/.../Indigenas/.../Libro%20Stavenhagen%20UNESC...](http://www.cinu.org.mx/.../Indigenas/.../Libro%20Stavenhagen%20UNESC...)

STEFONI, Carolina. “Andina Migrante no 06 febrero 2010”. Emigración en comunidades rurales de América Latina. Flasco Sede Ecuador.  
[www.ebookbrowse.com/andina-migrante-no-06-febrero-2010](http://www.ebookbrowse.com/andina-migrante-no-06-febrero-2010)

TÉLLEZ ARIZA, Camila. “Ensayo sobre la influencia de los medios de comunicación afectan negativamente a la opinión pública”. Bogotá D.C. noviembre de 2010. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ensayo-Los-Medios-de-Comunicacion-Afectan/2602460.html>

THOMPSON, Ivan. “Definición de Comunicación”. Octubre 2008.  
[www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.htm/](http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.htm/)

ULIANA YOKOHAMA, Izaura. “Comunicación y educación”. Maestría en Ciencias de la educación. Respuesta 5. Paraguay. 2004.  
[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

UNESCO. “La función de los medios de comunicación en el diálogo intercultural”. 26 de febrero, 2011. [www.diplomaciaindigena.org](http://www.diplomaciaindigena.org)

UNESCO. “La libertad de medios de comunicación tiene el poder para transformar a las sociedades”. Día Mundial de la Libertad de Prensa. 2012  
[www.unesco.org/.../media-freedom-has-the-power-to-transform-soci...](http://www.unesco.org/.../media-freedom-has-the-power-to-transform-soci...)

UNIVERSIDAD DEL TOLIMA. Comunicación Social y Periodismo- Investigación en medios. Facultad de Ciencias Humanas y Artes. “Comunicación Social y Periodismo – Investigación en medios – Séptimo semestre”. [www.comunicacionsocialut.com/web/.../investigacion-en-medios](http://www.comunicacionsocialut.com/web/.../investigacion-en-medios).

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL. “Los Medios de Comunicación y sus implicaciones socioculturales desde el campo educativo”.  
[www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com)>Inicio>Psicología. Pág. 1



VARGAS AGUIRRE, Mónica. “Algunas Reflexiones acerca de la Globalización”. Chile. [www.rcci.net/globalizacion/2000/fg139.htm](http://www.rcci.net/globalizacion/2000/fg139.htm)

VILLEGAS VELEZ, Álvaro Andrés. “Campesinado y tipologías polares. El concepto de comunidad en la sociología clásica”.  
[www.ugr.es/~pwlac/G19\\_18AlvaroAndres\\_Villegas\\_Velez.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G19_18AlvaroAndres_Villegas_Velez.html)

WIKIPEDIA, “Éxodo rural”. [www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo\\_rural](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Éxodo_rural)

WIKIPEDIA. “Indígena”. Wikipedia, la enciclopedia libre.  
[www.es.wikipedia.org/wiki/Indígena](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Indígena)

WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. “Medio de Comunicación”.  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n)

YASAREKOMO. “Una experiencia de comunicación indígena”. Bolivia.  
[www.fao.org/docrep/006/y5311s/y5311s04.htm](http://www.fao.org/docrep/006/y5311s/y5311s04.htm)