



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social

TRABAJO DE TITULACIÓN

**“ANÁLISIS DEL CONTENIDO INTERCULTURAL EN LOS DIARIOS LA PRENSA Y LOS ANDES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA SEGÚN LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 36 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN EN EL PERIODO ENERO - JULIO DE 2017”.**

Autora:

**BELÉN ANDREA CORDOVEZ NOVOA**

Tutora:

Mgs. María Belén Ávalos Torres

Riobamba - Ecuador

Julio 2019



## INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutora y luego de haber revisado el desarrollo del proyecto de investigación: **“ANÁLISIS DEL CONTENIDO INTERCULTURAL EN LOS DIARIOS LA PRENSA Y LOS ANDES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, SEGÚN LOS ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 36 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN EN EL PERIODO ENERO – JULIO 2017”**, elaborado por Belén Andrea Cordovez Novoa, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesto al público luego de ser evaluado por el tribunal asignado.

Julio 2019

  
Mgs María Belén Avalos Torres

## CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO

Los miembros del Tribunal examinador revisan y aprueban el informe de investigación titulado: **“ANÁLISIS DEL CONTENIDO INTERCULTURAL EN LOS DIARIOS LA PRENSA Y LOS ANDES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, SEGÚN LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 36 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN EN EL PERIODO ENERO JULIO DE 2017”**, presentado por **BELÉN ANDREA CORDOVEZ NOVOA** y dirigida por la Msg. **MARÍA BELÉN ÁVALOS TORRES**

Para la constancia de lo expuesto firman:

	FIRMA	NOTA
Msc. Belén Ávalos		<u>9.8</u>
Tutor de Tesis		
Msc. Galo Váscones		<u>10</u>
Miembro del Tribunal		
Msc. Miguel Ocaña		<u>10</u>
Miembro del Tribunal		
Nota Final:	<u>9.93</u>	

## DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, **BELÉN ANDREA CORDOVEZ NOVOA**, certifico que la tesis titulada “ANÁLISIS DEL CONTENIDO INTERCULTURAL EN LOS DIARIOS LA PRENSA Y LOS ANDES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, SEGÚN LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 36 DE LA LEY DE COMUNICACIÓN EN EL PERIODO ENERO – JULIO DE 2017”, es de mi autoría y soy la responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas señaladas en la presente tesis; y, los derechos de autoría le pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Belén A. Cordovez Novoa

CI: 060422283-6

## DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de titulación y este logro a Dios, pero no al Dios de muchos juzgadores si no a un Dios que nos dijo que amáramos a todos y no nos hizo excepciones. A él y a la vida misma por haber hecho que mi camino para llegar hasta este día esté lleno de personas que siempre me dieron una mano y un empujón para seguir adelante.

A mi madre, Nubia, de quien aprendí que en la vida no hay tiempo para rendirse, sino que, pase lo que pase es necesario saber encontrar una salida. A mi papito Telmo porque a pesar de todas las veces que me equivoqué siempre tuvo fe en mí, gracias por haberme dado el mejor consejo de todos, buscar siempre la felicidad. A mi tía Dina, una mujer llena de fe y esperanza y de quien aprendí a ser optimista y siempre ver el mejor lado de la vida. A mi papá Edgar quien me enseñó a siempre estar dispuesto a aprender algo nuevo.

A mi Lhía, que siempre me alegra los días con su amor y sus ideas, quiero para ti la tranquilidad de ser una niña libre. Gracias por ser la inspiración para querer ser mejor cada día y buscar que este mundo sea mejor para ti y para todos los que hoy son niños.

A mi esposo Luis, gracias por entender, respetar y alentar mi forma de ser, mis ideas y mis deseos de crecer y ser libre.

A mis maestros, no a todos, pero si a aquellos que en su momento me dieron una mano y me guiaron en este camino que para mí no fue fácil, a los maestros que encontré aquí y los que encontré todos los días.

A esos amigos que me dio el periodismo porque que de una u otra forma contribuyeron en este proceso y me animaron cuando ya no podía más, a ellos que me hicieron recordar a las buenas o las malas que terminar lo que empecé es siempre el mejor triunfo, gracias por ayudarme para que pueda culminar con éxito este trabajo de investigación.

Bel.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por todo, por la vida, por las oportunidades, por las personas que puso en mi vida, por esas amigas que siempre te acompañan, por la familia, por mi madre y mi padre, por mi hija y por mi esposo. Gracias Dios por todo lo bueno que me has dado.

También debo agradecer a mis padres que sin importar nada siguen apoyándome en este camino. Agradezco también a mis maestros no solo de universidad sino también a las personas que en este camino del periodismo pude conocer y de quienes todos los días aprendo algo nuevo.

Gracias.

## ÍNDICE

INFORME DEL TUTOR .....	ii
CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO .....	iii
DERECHOS DE AUTORÍA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
1.    MARCO REFERENCIAL .....	3
1.1 Planteamiento del problema .....	3
1.2.    Formulación del problema .....	5
1.3.    Justificación.....	5
1.4.    OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2.    MARCO TEÓRICO .....	7
2.1.1 Fundamentación teórica .....	7
2.1.2 Comunicación.....	7
2.1.3 Cultura.....	10
2.1.4 Interculturalidad .....	11
2.1.5 Periodismo.....	13
2.1.6 Noticias.....	15
2.1.7 Análisis de Contenido .....	18
2.1.8 Información Cultural .....	19
2.1.9 Marco Legal .....	21
2.1.10 Diarios La Prensa y Los Andes .....	24
2.1.10 Variables.....	25
2.1.10.1. Variable Independiente .....	25
2.1.10.2 Variable Dependiente .....	25
2.1.11 Operacionalización de las variables .....	26
CAPÍTULO III .....	28
3.    MARCO METODOLÓGICO .....	28

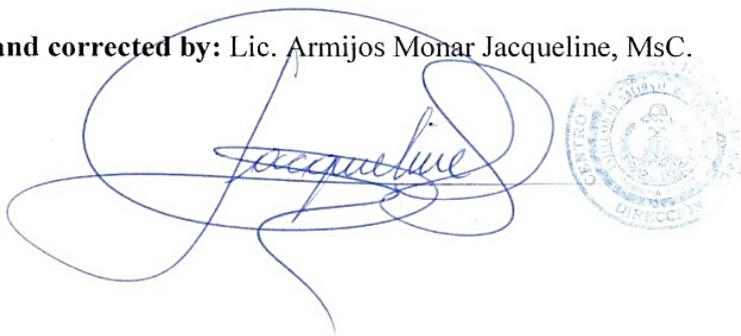
3.1 Metodología .....	28
3.3 Diseño de la Investigación .....	29
3.4 Población y Muestra.....	29
3.4.1 Población.....	29
3.4.2 Muestra.....	30
3.5 Técnicas de Recolección de Datos .....	30
3.5.1 Observación.....	30
3.5.2 Análisis documental. ....	30
3.5.3 Encuesta. - .....	30
3.5.4 Análisis de Contenido. - .....	30
3.6 Técnicas de Procesamiento de Datos .....	31
3.6.1 Tabla de datos.....	31
3.6.2 Gráfico circular. ....	31
CAPÍTULO IV .....	32
4. Resultados de la Investigación .....	32
4.1 Análisis e interpretación de resultados.....	32
4.1.3 Entrevistas a los editores y periodistas a cargo de la sección intercultural.....	57
4.1.3.1 Diario La Prensa.....	57
4.1.3.2 Diario Los Andes .....	60
4.2 Discusión de Resultados.....	61
CAPÍTULO V .....	68
5. Conclusiones y Recomendaciones .....	68
5.1. Conclusiones .....	68
5.2. Recomendaciones.....	69
CAPÍTULO VI.....	70
6.- PROPUESTA DE PRODUCTO COMUNICACIONAL.....	70
PROPUESTA:.....	70
INTRODUCCIÓN: .....	70
OBJETIVO DE LA PROPUESTA .....	71
OBSERVACIÓN: .....	71
BIBLIOGRAFÍA .....	71
ANEXOS.....	74

## ABSTRACT

After the approval of the Organic Law of Communication in 2013, the media are required to publish at least 5 percent of intercultural content in their editions or schedules. The article 36 of the Organic Law of Communication talks about the right to intercultural and plurinational communication. The article specifies that “Indigenous, Afro-Ecuadorian and, Montubio peoples, and nationalities have the right to produce and disseminate their own language contents that express and reflect their worldview, culture, traditions, knowledge and knowledge”. Printed media, the target of this analysis, present in their daily editions pages of intercultural content. In some cases, the information presented corresponds to publications made years ago by Ecuadorian authors. In others cases, it refers to research on ways of life, customs traditions, music among other themes of each population. For the most part, the contents refer to the ways of life of the indigenous peoples who rarely speak about peoples’ and nationalities’ customs. Particularly, Diario Los Andes, shows information about Kichwa language on its intercultural content pages such as forming sentences, and how to set up a conversation. That is, the content is limited to language learning. The content of print media does not deepen intercultural issues and the relationship between different cultures. Therefore, it is recommended that contents must comply with fifteen parameters established on Intercultural Content Diffusion Regulations of the Council for the Regulation and Development of Information (Cordicom) for public oral contents.

**Key words:** Kichwa, Organic Law of Communication, Printed media

**Reviewed and corrected by:** Lic. Armijos Monar Jacqueline, MsC.



The image shows a handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Jacqueline', written over a circular official stamp. The stamp is partially obscured by the signature and contains some illegible text, likely identifying the reviewer or the institution.

## RESUMEN

Tras la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013, los medios de comunicación están obligados a publicar al menos un 5 por ciento de contenido intercultural en sus ediciones o programaciones. El artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación habla sobre el derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. El artículo especifica que “los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes”.

Los medios impresos, objeto de este análisis, presentan en sus ediciones diarias páginas de contenido intercultural. En unos casos la información presentada corresponde a publicaciones hechas años atrás por autores ecuatorianos. En otros, se refiere a investigaciones sobre modos de vida, costumbres tradiciones, música entre otros temas propios de cada población.

En su mayoría, los contenidos se refieren a los modos de vida de los pueblos indígenas y en muy pocas ocasiones se habla de costumbres de otros pueblos y nacionalidades. En el caso específico de Diario Los Andes, en las páginas de contenido intercultural se difunde información sobre lenguaje kichwa, como formar oraciones y mantener una conversación. Es decir, el contenido del medio se limita al aprendizaje de dicho idioma.

El contenido de ambos medios impresos no profundiza en el tema intercultural. Cabe recordar que los contenidos deben cumplir con quince parámetros establecidos por el Reglamento de Difusión de Contenidos Interculturales del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información (Cordicom) para la publicación de dichos contenidos.

Palabras clave: Ley Orgánica de Comunicación, medios impresos.

## ABSTRACT

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación analizará el contenido intercultural en los diarios La Prensa y Los Andes de la ciudad de Riobamba según los parámetros establecidos en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación en el periodo enero - julio de 2017.

Dicho artículo establece que los medios deben publicar contenidos que reflejen la cosmovisión, cultura y tradiciones de los pueblos y nacionalidades indígenas. Los medios deben cumplir con un espacio del 5 por ciento del total de su contenido para dar cumplimiento a la normativa, es importante destacar que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información (Cordicom) aprobó en el 2015 el Reglamento de Comunicación Intercultural en el que se establece los parámetros que se deben seguir para la construcción del contenido intercultural. La normativa dice que los medios de comunicación pueden incrementar dicho espacio por su propia iniciativa.

Los diarios La Prensa y Los Andes son los de mayor circulación en la ciudad por lo que ambos impresos serán analizados para determinar si en sus páginas se cumple o no con el artículo 36 y los parámetros que establece el Cordicom.

Se realizará un análisis de contenido, se hará un estudio ejemplar por ejemplar durante 2 meses, para conocer cuál es la información publicada sobre temas de interculturalidad y si se cumple o no con el artículo 36 de la LOC.

Además, se realizará una investigación de campo con un grupo de suscriptores de ambos medios de comunicación, para el efecto se estableció un tamaño muestral de 255 personas de entre 25 y 40 años de edad. A este grupo se le aplicará la técnica de encuesta.

Finalmente se establecerá un grupo que estará integrado por profesionales que laboran en los dos medios de comunicación y que tienen a su cargo la redacción del contenido intercultural. Es decir, editores y periodistas.

Este trabajo de investigación se divide en los siguientes capítulos:

**CAPÍTULO I.** Marco Referencial: en este apartado se establece el planteamiento del problema, objetivo general y específicos además de la justificación de la importancia de esta investigación.

**CAPÍTULO II.** Marco Teórico: abordamos la fundamentación teórica de todos los aspectos que forman parte de este tema de investigación. Varios autores se citan en este capítulo para dar base a los conceptos presentados.

**CAPÍTULO III.** Marco Metodológico: en este capítulo se detalla la metodología utilizada para la presente investigación, tipo de investigación. Se define la muestra y la población a la que se le aplicó la encuesta y las técnicas para el procesamiento de datos.

**CAPÍTULO IV.** Análisis e interpretación de los datos: se trata de los resultados del análisis de contenido, las encuestas y entrevistas se muestran en esta parte de la investigación.

**CAPÍTULO V.** Discusión de los resultados: en este apartado se realizará un análisis breve de los resultados obtenidos en la presente investigación.

**CAPÍTULO VI.** Propuesta: Para finalizar se presenta un producto comunicacional, una agenda con las festividades más importantes y trascendentales de los pueblos y nacionalidades indígenas de Riobamba y Chimborazo.

## **CAPITULO I**

### **1. MARCO REFERENCIAL**

#### **1.1 Planteamiento del problema**

En el artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en junio de 2013 se estipula: “Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio”.

Para dar cumplimiento al artículo 36 de la LOC, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (Cordicom) aprobó el Reglamento de Contenido Intercultural en el que constan los parámetros para dar cumplimiento a este artículo cumplimiento de esta obligación. La falta de cumplimiento del artículo 36 por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación SUPERCOM, con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos.

Actualmente en los medios impresos, objeto de este estudio, se trata de cumplir este artículo, pero en muchas ocasiones la información publicada es muy superficial respecto

al tema intercultural y a la riqueza de culturas y temas que se pueden analizar en nuestra provincia.

En esta ocasión se ha tomado como muestra a los medios impresos La Prensa y Los Andes, para lo cual se hará un análisis de contenidos con la finalidad de verificar cual es el tipo de información intercultural que se difundió durante los meses de enero a julio de 2017.

Como la ley lo dice, no solo se trata de publicar sobre cultura, tradiciones o saberes si no de dar cumplimiento a quince parámetros específicos que los medios escritos no están cumpliendo. Esto es importante puesto que ambos impresos deben difundir todo lo referente a tradiciones, cultura y saberes.

Es por este motivo que a través de esta investigación se conocerá cuáles son los factores que inciden para que los medios escritos analizados no profundicen en la difusión de las expresiones interculturales que se dan en nuestra provincia.

Tras un análisis rápido de los medios escritos se pudo identificar que la información presentada únicamente se centra en contenidos que hablan sobre culturas propias de la región amazónica, esto en el caso de Diario La Prensa. En dicho medio la información se enfoca en las nacionalidades Secoya, Siona, Huaorani, Zápara y Achuar, principalmente. En cuanto a diario Los Andes, la información es menos constante pues en diario La Prensa se presenta este contenido diariamente mientras que, en el otro medio, la frecuencia del contenido varía.

El tema del idioma kichwa, la difusión de las palabras más importantes y el poder establecer una conversación, es el contenido que más se da a conocer en las páginas de este medio de comunicación.

Es decir, en ambos medios no existen contenidos en donde se hable sobre las tradiciones propias de nuestra provincia, sus festividades, modos de vida de la población u otros

temas que revelan la interculturalidad que hay en Chimborazo, tomando en cuenta que en nuestra provincia existían 458.581 habitantes de los cuales el 38 por ciento corresponde a población indígena, según datos del último censo en el año 2010.

Para poner un ejemplo de la información intercultural que se podría difundir en los medios impresos se puede citar el viaje que realizan las comunidades indígenas hacia Riobamba para participar en el pregón de inicio del Carnaval. No solo se trata de un viaje sino de una preparación ya que cada grupo trae sus propios instrumentos, elabora su comida y trabaja su vestimenta. El contenido que se presenta en los medios se centra en el desarrollo del pregón, pero expone pocos datos sobre las características mencionadas.

La actual difusión de contenido intercultural hace que el lector tampoco preste atención a la información presentada en los medios impresos, las secciones de política, actualidad o crónica siguen siendo las más leídas. ¿Esto es resultado del tratamiento que le dan los medios a este tipo de contenido? ¿Qué busca el lector en las páginas de interculturalidad?

## **1.2. Formulación del problema**

¿El contenido intercultural en los diarios La Prensa y Los Andes de la ciudad de Riobamba sigue los parámetros establecidos en el artículo 36 de la Ley de Comunicación en el periodo enero- julio de 2017?

## **1.3. Justificación**

Este trabajo de investigación es importante porque permitirá analizar qué temas son los que se publican en los medios de comunicación mencionados y si éstos cumplen o no con los parámetros que establece el Cordicom para dar cumplimiento al artículo 36 de la LOC. Se analizará la opinión que tienen los lectores sobre este tipo de contenido. La generación de un producto comunicacional permitirá que los medios locales conozcan qué festividades que se dan en nuestra provincia para poder así enriquecer el contenido intercultural que se difunde en sus páginas.

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. General**

Analizar el contenido intercultural en los diarios La Prensa y Los Andes de la ciudad de Riobamba según los parámetros establecidos en el artículo 36 de la Ley de Comunicación en el periodo enero - julio de 2017

### **1.4.2. Específicos**

- Realizar un análisis del contenido intercultural en los diarios La Prensa y Los Andes, en el periodo enero - julio de 2017.
- Determinar si los temas de interculturalidad publicados cumplen los parámetros establecidos en el artículo 36 de la Ley de Comunicación.
- Proponer una estrategia de comunicación con el fin de que los medios puedan profundizar en el tratamiento informativo de los temas interculturales.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1.1 Fundamentación teórica

#### 2.1.2 Comunicación

Las sociedades mantienen un intercambio de información de manera constante, lo hicieron desde formas básicas de gestualidad hasta llegar al desarrollo tecnológico que actualmente nos caracteriza. La comunicación es precisamente esa intención de comunicar algo, de dar un mensaje a alguien más, evidentemente este proceso no solo se limita a personas, sino que además se ejecuta de un medio de comunicación a un público. Por ello dentro del proceso de comunicación se debe analizar cómo se da la construcción del mensaje, el público a donde se pretende llegar y las reacciones y efectos que tendrá el mensaje emitido.

Méndez Rubio afirma que:

La comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad el hombre. (Mendez, 1990).

El autor aborda un término importante “convivencia”, es decir que la comunicación es un factor fundamental para que el hombre conviva con otros, establezca relaciones, emita y reciba mensajes y desde luego pueda conocer y aprender más de las personas que lo rodean.

Se puede entender que tanto emisor y receptor deben mantener un interés en comunicarse para conseguir un proceso exitoso que implique la recepción de lo que se intenta comunicar.

La comunicación es un proceso a través del cual, en el tema intercultural, se da a conocer los aspectos propios de una cultura determinada, a través del habla, los actores de cada una de las culturas que interactúan diariamente en un espacio determinado, intercambian información específica. Pero para que el proceso se complete es evidentemente necesario un interés de querer entablar una conexión y querer recibir el mensaje.

Los procesos de comunicación ocupan cada día un lugar más estratégico en la sociedad, pues ya no solo se trata de comunicarse para informar algo si no de construir mensajes que permitan transmitir ideas, mantener vivo ciertos contenidos y evitar que algunas memorias se pierdan. Así la información se convierte en una materia prima que permite decir que la comunicación actualmente se ubica en el espacio de la producción y no sólo en el de la circulación de ideas (Barbero, 1987).

La comunicación ya no es un proceso estático, sino la base para el desarrollo de las sociedades, partiendo de esto se puede decir que la comunicación de dichos aspectos culturales nos da un punto de partida para la construcción de contenidos nuevos que lleguen a un público cada vez más grande.

Recordemos que el artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación establece que los medios no están obligados a cumplir con solo un 5 por ciento de contenido intercultural, sino que además pueden incrementar este porcentaje, el medio está en completa libertad de profundizar temas y lograr que la cantidad de información crezca.

La comunicación no solo se centra en la circulación sino también en la producción, esto último es clave puesto que basados en la información sobre los aspectos culturales que diariamente se revelan en nuestra sociedad se podría establecer agendas diarias ricas en temáticas poco conocidas que respondan a las necesidades de información de los lectores, sobre nueva información y acceso a lo poco conocido.

Es necesario mencionar que los procesos de comunicación operan de acuerdo con la cultura, la estructura, la organización y tecnología de comunicación de una determinada sociedad, los procesos de comunicación no serán iguales en todos los escenarios puesto que este ejercicio necesita de ciertas herramientas que en cada sociedad cambian (Castells, 2009).

Los procesos de comunicación y su resultado, están ligados a la formación de las personas que intervienen en ese proceso, su forma de relacionarse e incluso la tecnología juega un papel importante y más ahora cuando las herramientas tecnológicas permiten una mayor rapidez a la hora de comunicar un mensaje.

Uno de los pioneros de las teorías de la comunicación, Harold Lasswell, estableció que el proceso comunicativo cumple tres funciones principales en la sociedad. La vigilancia del entorno, la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno y la transmisión de la herencia social, punto a tomar en cuenta en esta investigación (Lasswell, 1948),

La última función establecida por Lasswell resulta interesante dentro de este tema pues el concepto de “transmisión de la herencia social” resulta similar a los aspectos que establece el Cordicom para la construcción del contenido intercultural.

El objetivo de los 15 parámetros es precisamente difundir, a través de los contenidos informativos, los aspectos que identifican a cada una de las nacionalidades y pueblos que existen en nuestro país. La comunicación tiene funciones importantes y una de ellas es la de transmitir la cultura y como hemos visto anteriormente el proceso para comunicar un mensaje depende de factores relacionados con el entorno, la construcción del mensaje e incluso con las especificidades tanto del emisor como del receptor.

Finalmente podemos decir que la comunicación es una interacción entre personas que busca comunicar un mensaje, intercambiar ideas y como vemos transmitir información a

otras generaciones. La comunicación marca el desarrollo de las sociedades y evidentemente ha tenido un crecimiento y cambio, pues como hemos visto este proceso va marcado también por el desarrollo de las nuevas tecnologías.

### **2.1.3 Cultura**

El término Cultura admite dos acepciones que es importante analizar: la primera la que se refiere a la acción o proceso de cultivar y la segunda que se refiere al estado de lo que ha sido cultivado (Giménez Montiel, 2006)

Este primer concepto nos da una luz de lo que significa el término cultura, según el autor, la cultura abarca aspectos diferenciadores de una población, los mismos que tienen un amplio espacio de tiempo en que fueron desarrollados.

Los aspectos culturales determinantes de un grupo social no son construcciones recientes, sino que se refieren a temas que han ido pasando de generación en generación. Se habla del cuidado de aspectos específicos que determinan a una sociedad, su custodia y su llegada hacia las nuevas generaciones.

La cultura es un conjunto de aspectos en diferentes campos que, con el paso del tiempo, se vuelven aspectos fundamentales para destacar a un grupo social, es fundamental que estos aspectos sean difundidos a las nuevas generaciones con la finalidad de preservar esos conocimientos, la cultura no es una sola, cada grupo social mantiene aspectos propios que lo hacen único.

La cultura es el momento autocrítico de la reproducción de un grupo humano determinada, en una circunstancia histórica determinada hace de su singularidad concreta; es el momento dialéctico del cultivo de su identidad (Beuchot, 2005).

La cultura está marcada por momentos específicos, algo que marca el proceso de construcción de esa determinación de identidad. Sabemos que cada grupo social, en el caso de esta investigación pueblos y nacionalidades, tienen aspectos específicos diferenciadores y que su vida está marcada por hechos importantes, como señala el autor.

Recordemos el caso de pueblo indígena, tomando en cuenta que Chimborazo es una de las provincias con un mayor número de población de este tipo, que atravesó un proceso liberador de la mano de Monseñor Leonidas Proaño, lo que marcó un cambio en el rol que este grupo social tenía dentro de la sociedad.

La cultura es lo que identifica a un pueblo, abarca aspectos únicos que diferencian a una etnia o pueblo de otros, define a un grupo humano y lo caracteriza de los demás. Pero la cultura implica además un largo proceso de crecimiento no se trata de aspectos que hayan aparecido de un momento a otro, sino de aspectos que debieron pasar de un momento a otro, en este punto el proceso de comunicación es fundamental para la lograr la transmisión de esos aspectos culturales únicos.

La cultura no es genética sino apreendida, es todo aquello que no es biológico, como lo que es transmitido socialmente. Incluye los patrones de comportamiento artístico, social, ideológico, religioso y el uso del ambiente (Poast, 2010).

En este concepto se enumeran los aspectos que componen la cultura y una vez más se revela que la transmisión de estos aspectos está relacionada con el uso del lenguaje, es decir con el proceso de comunicación y el resultado de la transmisión de un mensaje.

#### **2.1.4 Interculturalidad**

Grimson (2001) señala que la interculturalidad abarca un conjunto inmenso de fenómenos que incluyen la convivencia en ciudades, la interculturalidad incluye dimensiones cotidianas, a veces personales, de extrañamiento frente la alteridad, desigualdades

sociales, así como dimensiones políticas, grupales y estatales de reconocimiento e igualdad.

La interculturalidad no muestra únicamente rostros homogéneos, sino que nos revela escenarios con actores sociales diversos, lo que da como resultado un espacio de amplia riqueza cultural en el que todos interactúan y van conociendo y adoptando algunos aspectos culturales.

La interrelación de diversos grupos étnicos ha dado como resultado cambios en los rasgos culturales pues es innegable que debido a esa convivencia las sociedades adoptan algunos aspectos que no son necesariamente propios de su entorno cultural.

La convivencia, las relaciones diarias, la cotidianidad básicamente en cualquier espacio, permite desarrollar procesos de interculturalidad, evidentemente no se trata de algo nuevo lo intercultural es algo que siempre ha existido.

Y en nuestro país en los últimos años el concepto tomó mayor fuerza. Por ello se dio paso a la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación, a través de la cual se intenta dar un espacio en los medios masivos a los pueblos y nacionalidades para comunicar, difundir y preservar los aspectos culturales y las mismas relaciones interculturales que se dan.

Walsh (2009) mencionó que la interculturalidad es aquello que rompe con la hegemonía de una cultura dominante. Esto permite reforzar las identidades tradicionalmente excluidas para convivir en un ambiente de respeto y legitimidad. El romper la hegemonía es un aspecto clave para entender el proceso de interculturalidad, esto revela que los aspectos culturales de personas que llegan a adentrarse en una cultura diferente marca la relación entre individuos y da inicio a la interrelación de una o más culturas.

La interculturalidad entonces, es la construcción de relaciones equitativas entre personas, comunidades, países y culturas, y los medios de comunicación son una pieza clave para lograr la difusión de estos aspectos.

Actualmente el ser humano se desarrolla en un espacio de interculturalidad debido a que las personas ya no viven en el mismo espacio durante toda su vida, esto tras los procesos de emigración e inmigración. La interculturalidad abarca aspectos de varias culturas, tanto las dominantes como las que han sido tradicionalmente aisladas.

En el caso de Chimborazo las personas de las áreas rurales tienden a emigrar hacia la ciudad y traen con ellos, todas sus costumbres, tradiciones, formas de expresión y otros, que posteriormente las siguen compartiendo en el espacio nuevo en el cual se desenvuelven. La interculturalidad es un tema muy amplio de abarcar por parte de los medios de comunicación debido a que en ella se centran diferentes culturas que conviven entre sí. Por ello los temas a presentar son variados, no solo se limitan a especificar aspectos de cada cultura sino a contar lo que sucede en cada una de las relaciones de interculturalidad.

### **2.1.5 Periodismo**

El periodismo se trata de una actividad profesional en la que el periodista planifica un tema, recolecta datos, analiza la información obtenida, la resume, jerarquiza y la transmite a un público, es una actividad a través de la cual se informa.

Martini (2000) indica que el periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa.

El periodismo implica la difusión de aspectos a los que la ciudadanía no tiene acceso, podemos decir entonces que los contenidos que presentan los medios de comunicación son una herramienta para conocer temas diversos.

En el caso específico del tema intercultural sabemos que si bien se trata de relaciones cotidianas, por el mismo ritmo de vida, muchas veces estos aspectos pasas desapercibidos, por ello la información presentada en los medios debe dar a conocer estos aspectos, mostrar el resultado de las relaciones interculturales y revelar esos escenarios en donde las culturas se relacionan.

Otro aspecto interesante es el tema del poder que tiene la información, algo que se debe tomar en cuenta al momento de producir contenidos, pues quien los reciba accederá a un nuevo contenido, un aspecto que le permitirá entender un nuevo escenario. En este punto es importante tomar en cuenta que el periodismo requiere de hechos actuales que se registran en una sociedad determinada

La importancia del periodismo radica en que la construcción del tiempo contemporáneo no podría haberse hecho sin periódicos (De Miguel, 2010). Una afirmación totalmente cierta que demuestra el rol que juegan los medios.

Independientemente del tipo de medio que se escoja, siempre existe la necesidad de mantenerse informado, de conocer lo que sucede en nuestro entorno y desde luego aprender cosas nuevas de las sociedades que nos rodean. De Miguel (2010) clasificó el periodismo escrito en: periodismo informativo, periodismo literario y literatura periodística y cada clasificación tiene características propias.

El periodismo informativo, que se relaciona con esta investigación, tiene la característica evidente de informar y se caracteriza por la presentación de información en tercera persona.

El ejercicio periodístico permite a los individuos conocer los detalles no solo de los escenarios que los rodean sino del mundo, es decir, permite a las sociedades acceder a información que les permita tener una nueva visión, lo que convierte al periodismo en una labor delicada, pues, se trata de entregar información que llegará a un público amplio.

El papel del periodista se ha vuelto mucho más indispensable, sobre todo por el hecho de que las nuevas tecnologías han hecho que casi cualquier persona pueda transmitir un mensaje. Dentro de este tema podemos decir que el rol del periodista se centra en seleccionar la información y determinar qué hechos son valiosos y deben ser divulgados, el periodista se esfuerza por ser imparcial y mostrar todos los lados de la historia, desde luego existen algunos criterios que el profesional puede usar para determinar que hechos pueden convertirse en una noticia y cuáles no.

Gomis (1991) explica que el periodismo es un fenómeno de interpretación y más exactamente un método para interpretar periódicamente la realidad social del entorno humano, método que comporta unos hábitos y unos supuestos.

Lo que significa que el periodismo es un ejercicio que permite interpretar lo que sucede diariamente y presentarlo ante un público que busca precisamente esa interpretación, que busca conocer lo que sucede a diario en el entorno, la información presentada en los medios de comunicación es vital pues en base a ese trabajo las sociedades conocen y construyen su idea del mundo.

El ejercicio periodístico es una tarea que debe realizarse con responsabilidad, mostrando todos los lados de los hechos, información verificada pues el material presentado será consumido por un público que necesita información y a partir de la cual el receptor se hará una idea de lo que ocurre en el mundo, aprenderá y conocerá nuevos espacios.

### **2.1.6 Noticias**

¿Qué son las noticias? Una noticia es algo nuevo, es lo que sucede en un momento determinado que rompe con lo cotidiano. Se trata de información sobre eventos recientes y desconocidos. Desde luego las noticias deben cumplir con un conjunto de características para poder ser publicadas en los medios de comunicación. Si revisamos los medios,

cualquiera de ellos, las noticias contienen datos interesantes, datos que hacen que el lector continúe leyendo la información presentada.

Potter (2006) menciona que para decidir qué noticias se deben cubrir existen “valores noticiosos” que el periodista debe tomar en cuenta, estos valores noticiosos son:

**Oportunidad:** Un hecho que acaba de pasar. En el caso de los medios objetos de este estudio, al tratarse de diarios, los hechos que se toman en cuenta para publicarlos responderán al día a día. Actualmente y con la implementación del uso de las redes sociales la información en los medios impresos es aún más rápida o por lo menos debería ser así, hoy en el plano local casi todos los medios de comunicación usan los medios digitales para dar a conocer de forma inmediata las noticias del día a día.

**Impacto:** Para conocer si un hecho cumple o no con este parámetro es necesario preguntarse ¿el hecho afectará a muchas personas o solo a unas cuantas? Analicemos este parámetro tomando en cuenta una de las noticias publicadas por Diario La Prensa, por ejemplo, una nota publicada en la página intercultural habla sobre la cultura Macabea, probablemente este artículo no tenga mucho impacto puesto que será interesante para un pequeño grupo. Recientemente se publicó un artículo en la misma sección, sobre el rescate de la Ruta de Hielero y cómo beneficia al turismo comunitario. Esta noticia seguramente tendrá un mayor impacto, puesto que se trata de un tema con más interés y promoción en la provincia.

**Proximidad:** Esta característica se puede explicar también con el ejemplo anterior pues la proximidad se refiere a los hechos que registran en la localidad, la recuperación de la “Ruta del Hielero”, tendrá mayor valor noticioso que lo referente a otras culturas por ser lo más próximo.

**Controversia:** ¿Existen desacuerdos entre la gente en torno al hecho registrado? Las sociedades por lo general, siempre se sentirán mucho más atraídas por los casos que

implican un conflicto. Un hecho que divida opiniones será un tema que se pueda difundir a través de un medio de comunicación.

**Prominencia:** ¿En el hecho registrado estuvo involucrado alguien conocido? De ser así sin duda el hecho se convertirá en una noticia.

**Actualidad:** ¿De qué habla la gente? Esos temas que son los más comentados en nuestra ciudad, son los que se deben dar a conocer en los medios de comunicación. Se debe tomar en cuenta también el hecho de que si en la ciudad se desarrolla un evento poco común, también se tomará en cuenta en la planificación del medio de comunicación.

**Extrañeza:** ¿Lo que sucedió es habitual o rompe con la cotidianidad? Si es un hecho insólito entonces deberá salir en los medios de comunicación.

No todos los acontecimientos son noticias, para que lo sean deben cumplir con ciertos parámetros, tomando en cuenta los valores noticiosos mencionados podemos decir que para que un hecho se transforme en una noticia debe cumplir con: oportunidad, impacto, controversia, prominencia, actualidad y extrañeza. El periodista debe tomar en cuenta estos valores noticiosos para así determinar qué temas deben ir en el papel.

Barroso (1992) señala que el concepto valor – noticia, surge como elemento configurador de la noticiabilidad, entendido como cualidades de los acontecimientos o de su construcción discursiva cuya presencia, en mayor número, define la noticiabilidad del suceso.

Los hechos deben tener ciertas características que los hagan relevantes e interesantes para una audiencia. Se debe tomar en cuenta también que los valores noticiosos de un hecho, no son solamente evaluados por el periodista sino además por la persona a cargo de la edición en el medio de comunicación.

Evidentemente la noticia es uno de los géneros periodísticos más utilizados puesto que se refiere a un hecho de trascendencia, algo que la gente busca conocer. La noticia es un

hecho verdadero, inédito y actual. Es de interés general y se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión. (Martínez, 2005) La información es el género que cuenta exactamente un hecho.

La noticia es el género periodístico más utilizado por los medios de comunicación para emitir sus contenidos, al usar este género se debe responder las cinco preguntas básicas: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?, pero es importante tomar en cuenta algunos aspectos para determinar que es noticia y que no. En este punto es importante recordar los aspectos de noticiabilidad, que es lo que permite determinar que hechos son o no una noticia.

### **2.1.7 Análisis de Contenido**

El análisis de contenido es una técnica a través de la cual se estudia los contenidos presentados en un medio de comunicación, usando esta técnica se puede conocer cuáles son los mensajes que el medio presenta, en qué forma los difunde, qué herramientas son utilizadas, entre otros temas.

Bardin (2002) mencionó que el análisis de contenido es un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones. No se trata de un instrumento sino de un abanico de útiles, o más exactamente de un solo útil, pero caracterizado por una gran disparidad de formas y adaptable a un campo de aplicación muy extenso como es la comunicación.

El análisis de contenido es una herramienta que permite analizar la forma en la que se presentan los contenidos, se trata de un análisis cuantitativo pues los resultados obtenidos proporcionan una cantidad, en este caso, de noticias, aplicación de parámetros entre otros aspectos.

Pero se suma además un análisis de los mensajes, por lo que también se deben emplear técnica cuantitativa, es decir, se trata de un análisis que nos permite obtener cifras, pero además nos permite evaluar la calidad.

El análisis de contenidos es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación (Berelson, 1925).

Usando esta técnica se decodifican los contenidos de los mensajes siguiendo un orden y una estructura, es importante señalar que un análisis de contenidos es un trabajo que implica la observación de cada detalle.

Este trabajo se basa en el método científico (incluyendo la atención a la objetividad a la intersubjetividad, diseño a priori, fiabilidad, validez, generalización, una prueba de hipótesis), y no está limitado en cuanto a los tipos de variables que pueden medir ni el contexto en el cual los mensajes se crean o se presentan (Neuendorf, 2001).

Se entiende que el análisis de contenido implica un estudio de varias herramientas y a ello se suma entonces las capacidades de la persona que realiza el estudio, para obtener una cifra que revele los resultados que se busca, además a través de esta estrategia se intenta demostrar una hipótesis.

En los medios de comunicación el análisis de contenido es una estrategia que permite evaluar la información presentada. Finalmente, el análisis de contenido es una herramienta que permite evaluar la información que un medio de comunicación ha presentado, nos permitirá obtener un resultado en números, pero a ello se sumarán técnicas para recoger datos y analizar de forma cualitativa los mensajes difundidos por el medio de comunicación.

### **2.1.8 Información Cultural**

La sección de información cultural es el espacio que dedican los medios de comunicación al tratamiento de las manifestaciones culturales. En el Ecuador y tras la aprobación de la

Ley Orgánica de Comunicación, los medios deben publicar un porcentaje mínimo información sobre manifestaciones culturales.

Serrano (1979) explica que el ciclo de la especialización periodística tiene su momento culminante con la crítica cultural escrita por un especialista para una audiencia especialmente interesada.

La sección de información cultural o intercultural debe ser escrita por un periodista que tenga amplio conocimiento del tema a tratar, además la información presentada en el medio de comunicación será consumida por un grupo de lectores que específicamente buscan dicha información.

La información cultural es un mosaico que deja de ser uniforme para convertirse en una mezcla de varios elementos. Esto hace que exista diversidad en el tratamiento informativo respecto a los fenómenos culturales.

La interculturalidad es la suma de varios elementos culturales que se desarrollan en un determinado espacio y la sección de información cultural debe mostrar esas manifestaciones, en sus publicaciones se difunde el resultado de esa mezcla de culturas.

La información va a un público que busca conocer precisamente esa información, que está interesada en conocer nuevas expresiones culturales.

Se ha consagrado históricamente con el nombre del periodismo cultural a una zona muy compleja y heterogénea, de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios, los terrenos de las “bellas artes”, las corrientes del pensamiento, de las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental (Rivera, 1995).

La información cultural es la información presentada en los medios de comunicación pero que se relaciona con el tratamiento informativo de las expresiones culturales que se

desarrollan en una localidad determinada. En la sección cultural caben de hecho todos los géneros periodísticos, noticias de hechos culturales en forma de información, reportajes, entrevistas, crónicas y comentarios.

Ramírez (1999) lo que implica que el periodista puede usar cualquier género para difundir la información recogida, pero existen tres géneros que suelen ser los más utilizados y son: la crítica, la crónica y la reseña.

El periodismo cultural es una oportunidad que los medios podrían aprovechar para difundir los escenarios en donde diferentes culturas se relacionan, los autores citados hacen referencia a la información que se genera sobre eventos culturales, pero aún se habla poco sobre la interrelación de las culturas. Este tipo especializado de información brinda al lector una oportunidad para conocer lo que sucede en un escenario determinado sobre la mezcla cultural.

### **2.1.9 Marco Legal**

Dentro de esta investigación es fundamental tomar en cuenta lo establecido en la normativa que actualmente rige a los medios de comunicación. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio.

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación (Cordicom) establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación. Esta Ley fue aprobada en el país en el 2013, posterior a ello el Cordicom estableció 15 parámetros que los medios de comunicación deben tomar en cuenta a la hora de elaborar contenidos interculturales.

En esta investigación se toma en cuenta otros artículos que forman parte de un marco legal mundial que establece derechos culturales para los ciudadanos.

En el artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que toda persona tiene derecho a tomar parte libremente de la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes, y participar en el proceso científico y en los beneficios que de él resulten. (DUDH, 1948)

Es decir, esta normativa establece que todas las personas sin importar en donde se encuentren tienen derecho a ser parte de la ejecución de la cultura de forma activa sin ningún tipo de traba, así mismo tienen derecho a obtener información sobre el proceso cultural y disfrutar de todas sus formas de expresión.

También la Constitución de la República del Ecuador en la sección referente al tema del Buen Vivir, en la sección tercera de “Comunicación e Información” señala que:

“Art 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y en sus propios símbolos.

La Constitución, incluso antes de la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, ya menciona que la ciudadanía tiene derecho a acceder a una comunicación libre en la que no existan cuestionamientos por temas de lenguaje u otros temas. Destaca además que la información puede presentarse en un lenguaje propio.

De igual forma la Constitución del año 2008 en la sección sobre “Cultura y Ciencia”, establece que:

Art. 21. Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a

acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas”. (Constitución de la República del Ecuador, Sección III Comunicación e Información, 2008)

En el Ecuador además de la Ley de Comunicación, la Constitución del Ecuador establece artículos que garantizan que la ciudadanía tenga libertad para expresar su cultura de forma libre y desde luego tiene el derecho y la libertad de difundir su cultura en su propia lengua y con los aspectos que todo ello implica.

El mismo artículo, de la Constitución del Ecuador, menciona que; las personas sin excepción alguna tienen derecho a edificar y reconstruir el entorno que han elegido como parte de su identidad cultural desde su individualidad, al escoger el ámbito de preferencia sea artísticos, deportivos, religiosos, comunicativos, etc. Incluyendo a cada individuo en determinado sector. Menciona también que las sociedades pueden construir y difundir sus propios contenidos.

El Consejo de Regulación Control y Desarrollo de la Información y Comunicación estableció los parámetros para la difusión de contenidos interculturales, estos son:

1. Resaltar valores de las culturas.
2. Fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama.
3. Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias.
4. Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas.
5. Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural.

6. Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio.
7. Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades.
8. Recrear la memoria social de los pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas.
9. Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios.
10. Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.
11. Difundir conocimientos y sus relacionados con la naturaleza y el universo.
12. Difundir técnicas artesanales tradicionales.
13. Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades.
14. Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario.
15. Difundir las tradiciones y expresiones orales incluidos el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social. (Cordicom, 2015)

La propia Ley indica que el tratamiento de información intercultural debe abarcar varias aristas que definan la cultura de una población, pero los medios se centran a realizar temas superficiales, dejando a un lado el verdadero objetivo de este artículo que es, que la población conozca sobre la diversidad que tiene el país.

#### **2.1.10 Diarios La Prensa y Los Andes**

##### **2.2.1 Diario La Prensa**

Diario La Prensa, medio de comunicación impreso de Riobamba, presenta sus contenidos en tamaño estándar, anteriormente cuando se llevó a cabo el análisis de contenido, este medio de comunicación manejaba tres secciones y las páginas de contenido intercultural

se presentaban en la sección B. Actualmente, Diario La Prensa redujo el número de secciones dejando el impreso solo con dos secciones, pero el contenido intercultural sigue presentándose en la sección B. Los contenidos de este medio de comunicación se relacionan con información local y más desde que se redujo el número de secciones, anteriormente se presentaban contenidos de carácter nacional e internacional. Finalmente se debe indicar que este medio de comunicación presenta cuatro suplementos: Lunes “El Canchero”, Martes “CITI”, Jueves: “Revista Social VIDA” y Domingo: “Hablemos”.

### **2.2.2 Diario Los Andes**

Este medio de comunicación maneja tres secciones, la sección A contiene información local sobre temas de actualidad, educación, actividades culturales y política. En la sección B se presenta información sobre actividades interculturales y contenidos regionales, es decir información de las provincias de Bolívar y Cotopaxi. Y en la sección C se presentan contenidos con deportes, internacionales y misceláneos. Cabe mencionar que el tamaño de este diario es tabloide.

Este medio de comunicación se distribuye en las tres provincias: Chimborazo, Cotopaxi y Bolívar. Se trata de provincia con importantes actividades cultural, aun así la información presentada son reproducciones de otras publicaciones.

## **2.1.10 Variables**

### **2.1.10.1. Variable Independiente**

Contenido intercultural en los diarios La Prensa y Los Andes de la ciudad de Riobamba

### **2.1.10.2 Variable Dependiente**

Parámetros establecidos en el artículo 36 de la Ley de Comunicación

### 2.1.11 Operacionalización de las variables

Variables	Concepto	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p><i>Independiente</i></p> <p>Contenido intercultural</p>	<p>El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL) define a la interculturalidad como “el conocimiento, la percepción y la comprensión de la relación entre el «mundo de origen» y el «mundo de la comunidad objeto de estudio» (similitudes y diferencias distintivas) producen una conciencia intercultural, que incluye, naturalmente, la conciencia de la diversidad regional y social en ambos mundos, que se enriquece con la conciencia de una serie de culturas más amplia de la que conlleva la lengua materna y la segunda lengua, lo cual contribuye a ubicar ambas en su contexto”. Es decir la interculturalidad es un proceso que incluye todos los aspectos culturales que adquirimos de nuestro entorno pero también incluye los aspectos de otras culturas con las que nos vamos relacionando durante nuestra vida. Es un proceso de interacción entre culturas en donde ningún aspecto sobrepasa a otro sino que se complementan.</p>	<p>Relación Diversidad Culturas</p>	<p>Publicaciones  Contenidos interculturales</p>	<p>Investigación bibliográfica  Análisis de Contenido  Encuesta</p>

<p><i>Dependiente</i></p> <p>Artículo 36 de la Ley de Comunicación</p>	<p>Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación. (LOC, 2013) El Cordicom estableció 15 parámetros que los medios deben tomar en cuenta a la hora de difundir contenidos interculturales.</p>	<p>Medios de Comunicación</p> <p>Tradición</p> <p>Cosmovisión</p> <p>Saberes Ancestrales</p>	<p>Parámetros</p> <p>Cumplimiento de la ley Orgánica de Comunicación</p>	<p>Análisis de Contenido</p> <p>Entrevista a expertos</p>
--	---	--	--	---

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Metodología**

##### **3.1.1 Método Inductivo – Deductivo**

El método inductivo - deductivo permitió incluir deducciones definidas a partir de los fenómenos observados, teniendo como objeto de estudio el contenido intercultural que difunden los medios de comunicación escritos Los Andes y La Prensa desde una perspectiva de interculturalidad establecida por la Ley de Comunicación

##### **3.1.2 Método Descriptivo**

El método descriptivo permitió describir qué tipo de temas son los que los medios escritos antes mencionados suelen realizar para cumplir con el 5% de contenido intercultural que la ley dispone.

#### **3.2 Tipo de Investigación**

De acuerdo y en función a los objetivos que se plantean en esta investigación utilizamos tres tipos de investigación.

##### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

En la investigación se analizó cada uno de los parámetros que establece el artículo 36 de la Ley de Comunicación para de esta manera comprobar cuáles son los factores o temas claves que los medios de comunicación no publican.

### **3.2.2 Investigación Documental – Bibliográfica**

Por medio de esta investigación se realizó un análisis de contenido a los medios de comunicación La Prensa y Los Andes, se estudiaron las publicaciones realizadas en el periodo enero - julio 2017.

### **3.2.3 Investigación de Campo**

La investigación que se desarrolló con los periodistas o encargados de las secciones interculturales en cada uno de los diarios, para de esta manera poder verificar cómo ellos manejan la información y cuál es el trato que se le da antes de publicarla.

### **3.3 Diseño de la Investigación**

Las técnicas a utilizar fueron el análisis documental para recoger información de fuentes secundarias (periódicos, libros, revistas), la entrevista que permitió conocer cuál es el manejo de la información intercultural y cómo se planifican estos temas de investigación. El análisis de contenido, técnica a través de la cual se determinó si los parámetros establecidos para la publicación de contenidos interculturales se cumplen o no. Y la encuesta a través de la cual se pudo conocer el impacto que tiene el contenido intercultural presentado en los dos medios de comunicación.

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población**

Para el desarrollo de la siguiente investigación se estableció como población el total de los suscriptores del medio impreso de ambos medios de comunicación, en el caso de Diario La Prensa es de 400 personas y en el caso de Diario Los Andes es de 300.

### 3.4.2 Muestra

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

$$n = \frac{700}{0.05^2(700 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{700}{0.0025^2(699) + 1}$$

$$n = \frac{700}{2.7475}$$

$$n = 255 \text{ suscriptores}$$

*Datos:*

**N = 700**

**n = Tamaño de la muestra**

**E = Error máximo admisible 5%**

### 3.5 Técnicas de Recolección de Datos

**3.5.1 Observación.** - Permite recopilar datos e información a partir de fuentes primarias a través de la percepción del escenario estudiado.

**3.5.2 Análisis documental.** - Búsqueda de información contenida en documentos como periódicos, libros, revistas y folletos.

**3.5.3 Encuesta.** - Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

**3.5.4 Análisis de Contenido.** - Es una técnica a través de la cual se puede estudiar los contenidos comunicacionales. Para el análisis de contenido se utilizarán dos matrices, una

a través de la cual se analizará el uso de elementos de ayuda gráfica, fuentes, uso de fotografías, entre otros. La segunda matriz servirá para conocer si los contenidos cumplen o no con los parámetros establecidos por el Cordicom y el artículo 36 de la Ley de Comunicación. Para el análisis de contenido se estudiarán las páginas de contenido intercultural.

### **3.6 Técnicas de Procesamiento de Datos**

**3.6.1 Tabla de datos.** - Rango de celdas que muestra los resultados de información recolectada en diferentes valores o fórmulas.

**3.6.2 Gráfico circular.** - Gráfica que representa la proporción de cada categoría en los datos, sus divisiones representan una categoría de datos

## CAPÍTULO IV

### 4. Resultados de la Investigación

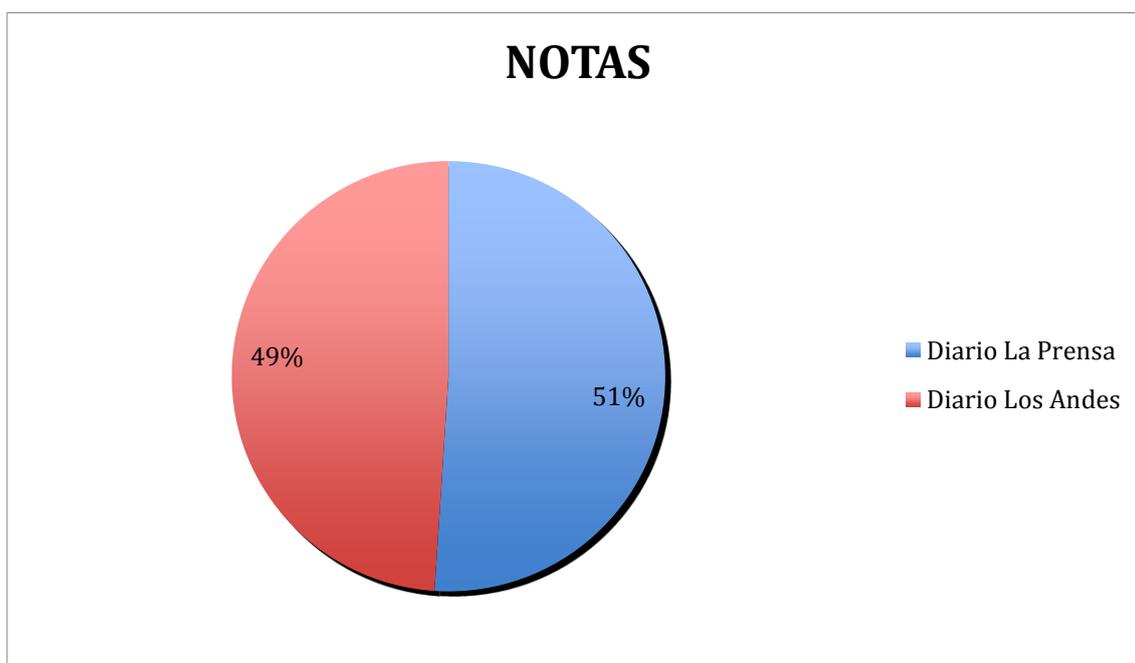
#### 4.1 Análisis e interpretación de resultados

##### 4.1.1. Análisis de contenido

Tabulación, interpretación y análisis de contenido realizado en las notas periodísticas de la página de información intercultural en el periodo enero – junio de 2017 de los diarios La Prensa y Los Andes.

**Tamaño del análisis:** 198 notas en Diario La Prensa y 190 en Diario Los Andes

**Gráfico 1: Número de Notas**



**Fuente:** Elaboración Propia

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Diario La Prensa en el período de análisis, enero – julio de 2017, presenta un total de 198 notas sobre temas de interculturalidad. En el mismo periodo Diario Los Andes presentó 190 notas. Es decir, Diario La Prensa tiene un 51% de notas interculturales mientras que

Diario Los Andes presenta un 49%. La diferencia es mínima entre ambos impresos, pero es importante decir que en Diario Los Andes las notas de interculturalidad corresponden a un solo tema, es decir se trata de una nota principal o de apertura. En Diario La Prensa la página de contenido intercultural se trata, en la mayoría de casos, de una nota principal y el resto de la página contiene anuncios publicitarios y notas cortas.

Recordemos que según la Ley Orgánica de Comunicación los medios deben presentar en sus ediciones al menos el cinco por ciento de contenido intercultural.

**Tabla 1: ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA (DIARIO LA PRENSA)**

<b>ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA (DIARIO LA PRENSA)</b>		
<b>Fotografía</b>	175	74%
<b>Infografía</b>	15	6%
<b>Cuadros</b>	0	0%
<b>Gráficos</b>	0	0%
<b>Estadísticas</b>	0	0%
<b>Anexos</b>	0	0%
<b>Insertos</b>	0	0%
<b>Entresacados</b>	48	20%

**Fuente: Elaboración Propia**

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Diario La Prensa utiliza muy pocos elementos de ayuda gráfica. Los elementos más utilizados son las fotografías, la infografía y los entresacados. En el 74 % de las notas se usan fotografías para ilustrar el contenido, el restante de notas que no tienen foto corresponde a notas cortas en donde por motivos de espacio no se usan fotografías. En tanto, el entresacado, que se trata de un elemento de ayuda gráfica que sirve para destacar una frase o un dato importante, se usó solamente en el 20 % de las notas. Finalmente, la infografía se usó únicamente en el 6 % de las notas publicadas. Los demás elementos de

ayuda gráfica descritos en la matriz nunca fueron utilizados durante el periodo de estudio analizado.

**Tabla 2: ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA (DIARIO LOS ANDES)**

<b>ELEMENTOS DE AYUDA GRÁFICA (DIARIO LOS ANDES)</b>		
<b>Fotografía</b>	190	94%
<b>Infografía</b>	0	0%
<b>Cuadros</b>	12	6%
<b>Gráficos</b>	0	0%
<b>Estadísticas</b>	0	0%
<b>Anexos</b>	0	0%
<b>Insertos</b>	0	0%
<b>Entresacados</b>	0	0%

**Fuente: Elaboración Propia**

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Diario Los Andes usa pocos elementos de ayuda gráfica. La fotografía es el elemento de ayuda gráfica que más se usó en este medio de comunicación durante el periodo de análisis. El cien por ciento de las notas tiene una fotografía que permite ilustrar el contenido intercultural que presentó este medio de comunicación. En segundo lugar, los cuadros son los elementos más utilizados, corresponde al 6 % del total analizado. Los demás elementos de ayuda gráfica descritos en esta matriz no se usaron en ninguna de las ediciones analizadas.

Tabla 3: FUENTES DIARIO LA PRENSA

<b>FUENTES (DIARIO LA PRENSA)</b>		
<b>Oficial</b>	95	39%
<b>Testimonial</b>	24	10%
<b>Documental</b>	102	42%
<b>Multicultural</b>	23	9%

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En Diario La Prensa el tipo de fuente más utilizada es la Documental, esta fuente corresponde al 42% del total analizado, se trata de referencias a libros, revistas y publicaciones sobre diferentes temas culturales o interculturales. En segundo lugar, la fuente más usada en el medio corresponde al tipo de fuente Oficial, es decir a consultas a personas que laboran en dependencias públicas y que tienen a su cargo el tema intercultural. En tercer lugar, se ubica la fuente Testimonial con el 10 %, esto corresponde a fuentes consultadas que fueron parte de algún tipo de actividad interculturalidad. Finalmente, el tipo de fuente Multicultural, que corresponde a personas que conocen a profundidad el tema intercultural, se usó tan solo en el 9 % de los casos. Si hablamos de una fuente intercultural nos referimos a un experto en temas de interculturalidad, el no consultar a esta fuente en un mayor número de veces brinda una idea del por qué en los contenidos no existe mayor profundidad o más datos que aporten a la construcción de un texto que pueda llamar la atención del lector.

Tabla 4: FUENTES DIARIO LOS ANDES

<b>FUENTES (DIARIO LOS ANDES)</b>		
Oficial	28	14%
Testimonial	6	3%

Documental	158	82%
Multicultural	1	1%

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPERTRACIÓN**

En Diario Los Andes el tipo de fuente más utilizada es la fuente Documental, corresponde al 82% del total analizado. Es decir, las notas presentadas en este medio de comunicación se basan en publicaciones de libros, revistas o artículos especializados. En segundo lugar, la fuente de más utilizada es la fuente Oficial con un total de 14 %. En tercer lugar, se ubica la fuente Testimonial con el 3 % y al final se encuentra la fuente Multicultural con tan solo el 1 % del total analizado. Al igual que en el caso de Diario La Prensa, en este medio tampoco se da un espacio para los comentarios de expertos en interculturalidad.

Tabla 5: LENGUAJE DIARIO LA PRENSA

<b>LENGUAJE (DIARIO LA PRENSA)</b>		
<b>Español</b>	198	100%
<b>Quichua</b>	0	0%

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Las notas presentadas en Diario La Prensa en su totalidad están escritas en español. Cabe indicar que dentro del contenido algunas palabras o frases están escritas en Kichwa esto corresponde al contexto de la nota, pero al tratarse de un porcentaje mínimo no se le dio un porcentaje dentro de este apartado pues se analizó si las notas estaban escritas en español o quichua. Es importante recordar que la encuesta se aplicó a un grupo de suscriptores que en su mayoría corresponde a dueños de negocios que hablan español por lo que se entiende que la construcción del mensaje se haga en este idioma.

Tabla 6: LENGUAJE DIARIO LOS ANDES

<b>LENGUAJE (DIARIO LOS ANDES)</b>		
Español	165	87%
Quichua	25	13%

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En Diario Los Andes el 87 % de las notas están escritas en español mientras que el 13 % de las notas están redactadas en quichua. Esto último corresponde a ciertos artículos en donde se explica al lector varias palabras y frases que se pueden emplear para mantener una conversación básica con personas cuya lengua materna es el Quichua.

Tabla 7: NOTAS APARECIDAS EN PORTADA DIARIO LA PRENSA

<b>NOTAS APARECIDAS EN PORTADA (DIARIO LA PRENSA)</b>		
<b>Con anuncio en portada</b>	6	3%
<b>Sin anuncio en portada</b>	192	97%

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de notas presentadas en Diario La Prensa tan solo el 3 % fue anunciado en la portada del medio. El 97 % no tuvo un espacio en la portada. Es importante destacar que la portada es la página más importante del medio pues en ella constan los temas más destacados con los que el medio busca atraer al lector.

Tabla 8: NOTAS APARECIDAS EN PORTADA DIARIO LOS ANDES

<b>NOTAS APARECIDAS EN PORTADA (DIARIO LOS ANDES)</b>		
<b>Con anuncio en portada</b>	11	6%
<b>Sin anuncio en portada</b>	179	94%

**Fuente: Elaboración Propia**

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados son similares en Diario Los Andes, pero vale destacar que durante el periodo de estudio el porcentaje de notas con portada en este medio es mayor al del otro impreso analizado. En este medio el 6 por ciento de las notas fueron anunciadas en la portada, mientras que el 94 por ciento no tuvo un espacio en la portada, que como ya dijimos es una de las páginas más importantes de un medio de comunicación.

Tabla 9: CUMPLIMIENTO DE ÍTEMS PARA CONTENIDO INTERCULTURAL  
DIARIO LA PRENSA

<b>CUMPLIMIENTO DE ÍTEMS PARA CONTENIDO INTERCULTURAL (DIARIO LA PRENSA)</b>		
1.- Resaltar valores culturales	22	11%
2.- Fomentar los derechos de la naturaleza	8	4%
3.- Promover el derecho a la difusión y a la reserva de la cultura de saberes ancestrales y a las ciencias milenarias	7	3%
4.- Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas	8	4%

<p>5.- Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural</p>	<p>65</p>	<p>33%</p>
<p>6.- Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio</p>	<p>3</p>	<p>1%</p>
<p>7.- Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades</p>	<p>8</p>	<p>4%</p>

8.- Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas	33	17%
9.- Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios	5	3%
10.- Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades	8	4%
11.- Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	7	7%
12.- Difundir técnicas artesanales tradicionales	7	7%
13.- Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades	6	4%

14.- Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario	7	7%
15.- Difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social	4	2%

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) estableció 15 parámetros para la construcción de contenido intercultural, estos ítems deben cumplirse por parte de los medios de comunicación.

En el caso de Diario La Prensa el parámetro número 5 “Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural” es el que más se cumple, en el 33 % de las notas se evidencia el cumplimiento.

En segundo lugar, el ítem 8 “Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas” se cumple en un 17 % de las notas informativas presentadas.

En tercer lugar, el ítem 1 “resaltar valores de las culturas” se cumple en un 11 %.

Los demás ítems se cumplen en el siguiente orden:

En el 4 % de las notas cumplen los ítems:

- Fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama

- Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas
- Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades
- Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.
- Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Difundir técnicas artesanales tradicionales.
- Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario

En el 3 % de las notas se cumplen los ítems:

- Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias
- Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades

En el 2 % de las notas se cumplen los ítems:

- Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios
- Difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social

En el 1 % de las notas se cumple el ítem:

- Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario

Tabla 10: CUMPLIMIENTO DE ÍTEMS PARA CONTENIDO INTERCULTURAL  
DIARIO LOS ANDES

<b>CUMPLIMIENTO DE ÍTEMS PARA CONTENIDO INTERCULTURAL (DIARIO LOS ANDES)</b>		
1.- Resaltar valores culturales	20	10%
2.- Fomentar los derechos de la naturaleza	18	9%
3.- Promover el derecho a la difusión y a la reserva de la cultura de saberes ancestrales y a las ciencias milenarias	5	3%
4.- Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas	10	5%
5.- Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural	55	29%
6.- Fomentar la interrelación y convivencia entre los	3	2%

pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio		
7.- Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades	5	3%
8.- Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas	25	13%

9.- Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios	5	3%
10.- Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades	7	3%
11.- Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	5	3%
12.- Difundir técnicas artesanales tradicionales	6	3%
13.- Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades	8	4%
14.- Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario	14	7%

15.- Difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social	4	2%
--	---	----

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los resultados en Diario Los Andes son algo similares a los de Diario La Prensa. El análisis demostró que el ítem más cumplido en este medio impreso fue también el número 5 “Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural”, el 29 % de las notas cumplen con este parámetro. El segundo ítem más cumplido es el número 8 “Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas”, en el 13 % de las notas se evidencia este cumplimiento. En tanto, el ítem número 1 “Resaltar valores de las culturas” se cumple en el 10 % de las notas analizadas.

Los demás ítems se cumplen en el siguiente orden:

En el 9 % de las notas se cumple el ítem 2:

- “Fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama”

En el 7 % de las notas se cumple el ítem 14:

- “Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario”

En el 5 % de las notas se cumple el ítem 4:

- “Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas”

En el 4 % de las notas se cumplen los ítems:

- “Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural”
- “Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades”
- “Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades”

En el 3 % de las notas se cumplen los ítems:

- “Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias”
- “Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades”
- “Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios”
- “Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo”
- “Difundir técnicas artesanales tradicionales”

En el 2 % de las notas se cumplen los ítems:

- “Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio”
- “Difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social”

#### 4.1.2 Análisis de las Encuestas

Tabulación, interpretación y análisis de las encuestas realizadas a los suscriptores de ambos medios de comunicación.

Tamaño de la muestra: 255 personas

Tabla 11: PERSONAS ENCUESTADAS

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>MASCULINO</b>	200	78%
<b>FEMENINO</b>	55	22%
<b>TOTAL</b>	255	100%

**Fuente: Elaboración Propia**

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80 % de las personas encuestadas son de género masculino, mientras que el 20 % son de género femenino, se aplicaron 200 encuestas a hombres y 55 a mujeres. Es importante mencionar que las encuestas fueron aplicadas a los suscriptores de ambos medios de comunicación, en su mayoría los suscriptores son propietarios de diferentes tipos de negocios, tiendas de barrio, consultorios médicos o jurídicos, restaurantes, estéticas y algunas instituciones públicas. Quienes están al frente de estos negocios son hombres, principalmente en comercios pequeños como tiendas, por ejemplo.

#### PREGUNTA 1.-

Tabla 12: ¿LEE USTED MEDIOS IMPRESOS LOCALES?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	198	78%
<b>NO</b>	57	22%

<b>TOTAL</b>	255	100 %
--------------	-----	-------

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Tras la aplicación de las encuestas se determinó que el 23% de las personas encuestadas no lee periódicos locales mientras que el 77% de los encuestados aseguró que si lee los diarios locales. El carácter local de las noticias que presentan ambos medios tiene que ver con el porcentaje de personas que leen estos medios pues lo que buscan los lectores es conocer lo que sucede en la ciudad, la realidad local en diferentes temas.

### **PREGUNTA 2.-**

Tabla 13: ¿QUÉ DIARIO LEE CON MÁS FRECUENCIA?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>LA PRENSA</b>	110	43%
<b>LOS ANDES</b>	85	33%
<b>DIARIO DE RIOBAMBA</b>	22	9%
<b>OTROS</b>	38	15%
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El 44 % de las personas encuestadas lee con mayor frecuencia Diario La Prensa, el segundo diario más leído en la ciudad es Diario Los Andes pues el 33 % de los encuestados aseguró leer este medio. El tercer medio impreso más leído en la ciudad es El Diario de Riobamba, así se reveló en el 9 % de los resultados. Finalmente, el 14 % de los resultados corresponde a la lectura de otros medios impresos que circulan en la ciudad. Diario La Prensa dedica sus tres secciones a noticias de carácter local a diferencia de

Diario Los Andes en el que solo una de sus tres secciones presenta noticias sobre lo que ocurre en la ciudad. Y los resultados concuerdan con el tiraje que exponen ambos diarios, La Prensa tiene más ejemplares en circulación que Los Andes.

### **PREGUNTA 3.-**

Tabla 14: ¿QUÉ SECCIÓN LEE CON MÁS FRECUENCIA?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>POLÍTICA</b>	40	16%
<b>DEPORTES</b>	50	20 %
<b>ACTUALIDAD</b>	105	41%
<b>BARRIOS</b>	36	14 %
<b>INTERCULTURALIDAD</b>	24	9 %
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Los resultados obtenidos nos demuestran que el 42 % de las personas encuestadas lee la sección de Actualidad, que corresponde a notas con información local. El 20 % de los encuestados lee la sección de Deportes. En tercer lugar, la sección más leída es la de Barrios pues el 14 % de los encuestados mostró mayor interés en esta sección. Finalmente, los resultados de la encuesta revelaron que la sección de Interculturalidad es la menos leída pues tan solo el 10 % de los encuestados mostró interés en la información presentada en esta sección. Tomando en cuenta el tema de investigación, el público local no muestra un interés en la información presentada en los diarios locales, prefiere información sobre temas de ciudad, autoridades, instituciones, entre otros.

#### **PREGUNTA 4.-**

Tabla 15: ¿CREE QUE ES IMPORTANTE QUE NUESTROS PUEBLOS Y NACIONALIDADES INDÍGENAS ESTÉN REFLEJADOS EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	207	81 %
<b>NO</b>	48	19 %
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de personas encuestadas el 81 % considera que es importante que los pueblos y nacionales indígenas estén reflejados en los contenidos de los medios de comunicación.

En tanto el 19 % considera que el tema no es necesario, en mayor medida y tomando en cuenta las respuestas en preguntas anteriores los lectores locales tienen desconocimiento frente a los temas interculturales y es quizá por la poca profundidad que se les da a estos contenidos en cada uno de los medios.

#### **PREGUNTA 5.-**

Tabla 16: ¿CONSIDERA IMPORTANTE QUE LOS DIARIOS TENGAN CONTENIDOS INTERCULTURALES EN SUS EDICIONES?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	216	85%
<b>NO</b>	39	15%
<b>TOTAL</b>	255	100%

**Fuente: Elaboración Propia**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El resultado de las encuestas aplicadas reveló que el 85% de los encuestados considera que los diarios deberían tener en sus ediciones contenidos interculturales. Por otro lado, el 15% de los encuestados piensa que este tipo de contenidos no es necesario en las ediciones que los medios publican diariamente. Es decir, existe un interés de parte de los lectores por acceder a contenidos que hablen sobre otras realidades y en este caso que le permitan conocer sobre los pueblos y nacionalidades indígenas que habitan en el territorio.

#### **PREGUNTA 6.-**

Tabla 17: ¿ENCUENTRA USTED PÁGINAS DE CONTENIDO INTERCULTURAL EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	133	52%
<b>NO</b>	122	48%
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Sobre la pregunta 6, los encuestados consideran que los medios analizados si presentan páginas de contenido intercultural en sus ediciones diarias. En tanto, el 48 % de los consultados piensa que los medios impresos no presentan contenido intercultural. Cabe mencionar que los resultados son bastante parejos. En ambos diarios las páginas de interculturalidad llevan un encabezado que informa sobre el tipo de contenido, lo que quiere que decir que el lector puede identificar plenamente que ambos impresos cuentan con este tipo de información. Sobre la percepción del lector frente a este contenido se obtendrá un resultado en las próximas preguntas.

## **PREGUNTA 7.-**

Tabla 18: ¿LE PARECE INTERESANTE EL CONTENIDO INTERCULTURAL DE DICHAS PÁGINAS?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>MUY INTERESANTE</b>	49	19%
<b>POCO INTERESANTE</b>	59	23 %
<b>NADA INTERESANTE</b>	62	24 %
<b>INDIFERENTE</b>	85	34 %
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El 34% de los encuestados manifestó sentirse Indiferente frente a los contenidos de interculturalidad que presentan los medios de comunicación impresos. El 24% reveló que los contenidos presentados le parecen Nada Interesante, el 23% de los encuestados dijo que los contenidos presentados con Poco Interesantes, mientras que tan solo el 19% manifestó que los contenidos son Muy Interesantes. Este resultado nos da una muestra de cómo los lectores ven los contenidos interculturales, un margen muy pequeño considera que los contenidos interculturales son interesantes y un alto número le parece indiferente este tipo de información. Recordemos que la sección intercultural era la menos leída en ambos medios de comunicación puesto que la mayor cantidad de lectores buscan información sobre lo que sucede en la ciudad, buscan información sobre las autoridades y las instituciones.

### **PREGUNTA 8.-**

Tabla 19: ¿CONOCE USTED LO ESTIPULADO EN LA LEY DE COMUNICACIÓN SOBRE LOS CONTENIDOS INTERCULTURALES?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	117	46%
<b>NO</b>	138	56%
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de personas encuestadas, el 45 % por ciento manifestó tener conocimiento sobre lo que estipula la Ley Orgánica de Comunicación con relación al contenido intercultural. Por el contrario, un porcentaje mayor el 55 % señaló que no conoce lo que establece esta normativa. Si bien la Ley de Comunicación fue difundida entre los comunicadores, periodistas y entre quienes son parte del ejercicio periodístico, la ciudadanía poco conoce sobre esta normativa, recordemos que las acciones de difusión que cumplía la Supercom anteriormente se concentraban principalmente en los establecimientos educativos.

### **PREGUNTA 9.-**

Tabla 20: ¿CONOCE USTED CUALES SON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS POR EL CORDICOM PARA LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS INTERCULTURALES?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	85	33%
<b>NO</b>	170	67%
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Sobre la pregunta 9 los resultados revelan que el 68 % de los encuestados no conoce los quince parámetros que establece el Consejo de Regulación de la Información y Comunicación (Cordicom) para la construcción de contenidos interculturales. Se revela, además, que solo 32 % conoce el tema, aunque no a profundidad. El reglamento establecido por el Cordicom establece 15 aspectos que se deben cumplir para la construcción de contenidos interculturales, al no estar identificado en la ley es necesario buscar información adicional lo que justifica el resultado obtenido en esta pregunta.

### **PREGUNTA 10.-**

Tabla 21 ¿CONSIDERA QUE LOS CONTENIDOS INTERCULTURALES DE LOS MEDIOS IMPRESOS RESPONDEN LA REALIDAD CULTURAL DE NUESTROS PUEBLOS Y NACIONALIDADES INDÍGENAS?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	108	42%
<b>NO</b>	147	58%
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Elaboración Propia**

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

La pregunta 10 resulta importante pues pone en evidencia la opinión de los lectores frente a los contenidos interculturales presentados en los medios de comunicación. Sobre si los contenidos reflejan o no la realidad de los pueblos y las nacionalidades indígenas, solo 43 % de los encuestados opina que si, mientras que el 57 % de las personas consultadas piensa que los contenidos presentados no reflejan la realidad local. Recordemos que en el análisis de fuentes el uso de la fuente documental predomina en los contenidos, se trata de noticias que son reproducciones de publicaciones de libros. Pero el poder contar

historias a través de la realización de reportería aporta mayor profundidad a la información y genera noticias más interesantes.

#### **PREGUNTA 11.-**

Tabla 22: ¿DEBERÍA HABER NOTICIAS EN QUICHUA EN LOS MEDIOS IMPRESOS?

<b>DATOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	132	52%
<b>NO</b>	123	48%
<b>TOTAL</b>	255	100 %

**Fuente: Elaboración Propia**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Sobre la pregunta 11, el 52% de las personas encuestadas considera que deberían existir noticias en idioma Quichua en los medios impresos que circulan en nuestra ciudad. En tanto, el 48% piensa que no es necesario este tipo de contenido en los medios locales, cabe indicar que las personas encuestadas corresponden a un grupo de personas que en su mayoría posee negocios, se trata de personas que no dominan el idioma Kichwa por lo que la respuesta es lógica. Los encuestados no buscan contenidos en dicho idioma.

### **4.1.3 Entrevistas a los editores y periodistas a cargo de la sección intercultural.**

#### **4.1.3.1 Diario La Prensa**

**Editor:** Carlos Chimborazo

- **¿Cómo se realiza la planificación de temas para la sección intercultural?**

Diariamente realizamos una reunión de planificación, existen propuestas del periodista encargado del tema intercultural, también tomamos en cuenta los temas propios que cada periodista trabaja y las invitaciones que en ocasiones nos llegan de diferentes cantones u organizaciones y que están relacionadas con este tema.

- **¿Para la publicación de estos temas se toma en cuenta los parámetros establecidos en la Ley de Comunicación, es decir lo que establece el Cordicom?**

Desde luego, en este medio de comunicación conocemos el contenido de Ley de Comunicación que es la normativa que nos rige y rige el trabajo periodístico en el país. Los parámetros que establece el Cordicom también los tomamos en cuenta para el tema intercultural y este aspecto se analiza al momento de revisar los contenidos.

- **¿En el medio de comunicación se da seguimiento a los temas de la sección intercultural?**

Claro que si hacemos seguimiento de los temas que se presentan, en realidad hacemos seguimiento de todos los temas de cada sección. El medio trata siempre de presentar más detalles y también estamos atentos a las agendas y tomamos en cuenta las actividades que se realizan de forma frecuente para dar más información que la ciudadanía necesita.

- **¿Dentro de la construcción de contenidos se usan elementos de ayuda gráfica?**

Claro y en este tipo de temáticas la fotografía es lo más importante, por ejemplo. El estilo del diario permite que se puedan añadir varios elementos, trabajamos bajo un sistema que contempla todo este tipo de ayudas gráficas ya que el diseño es una parte importante de los contenidos.

- **El español es el idioma en el que se construyen los contenidos, ¿se piensa en construir noticias en kichwa, por ejemplo?**

El español es el idioma más utilizado entre nuestros lectores y el redactar noticias en Kichwa requeriría de un periodista que domine esta lengua y por el momento contamos con esa persona.

- **¿Qué tipo de fuentes son las más utilizadas?**

La reportería es importante dentro de la construcción de contenidos, el periodista encargado de esta sección siempre acude a la fuente, al lugar en donde se desarrolla la noticia para conversar de forma directa con todos los actores. Además, consultamos libros y otras fuentes para realizar las notas.

**Periodista:** Fernando Flores, periodista de Diario La Prensa

- **¿Cómo se realiza la construcción de contenidos en el tema de interculturalidad?**

Existe una temática amplia en cuanto a contenidos interculturales. Además, la provincia de Chimborazo es muy rica en culturas y eso hace que la posibilidad de contar estas historias sea mucho mayor. Durante el año existen varios temas a los que se puede dar

continuidad y el medio de comunicación nos permite hacer investigaciones para luego presentarlas a los lectores.

- **¿Cuáles son las fuentes que más se utilizan?**

Tenemos acceso a varios tipos de fuentes, pero la fuente testimonial o profesional es la que más utilizamos. Es decir, como periodistas tenemos que llegar hasta donde se realizan las celebraciones ancestrales, por ejemplo, o cualquier otra actividad de carácter intercultural. Y también requerimos para la construcción de contenidos el testimonio de un experto en la materia, consultamos docentes, yachaks, taitas o mamas para aportar a la investigación que realizamos.

- **¿Los elementos de ayuda gráfica que tan importante son a la hora de presentar este tipo de contenidos?**

La fotografía es quizá más del cincuenta por ciento del contenido por lo que debe ser una fotografía que cuente la historia, que llame la atención y que capte la atención del lector. En el diario se utilizan diferentes elementos de ayuda gráfica dependiendo del tipo de contenido que se vaya a presentar, dependiendo del tema hacemos fotogalerías porque ese elemento es uno de los más importantes y con lo que podemos llegar de mejor forma al lector.

- **Desde enero de este año (2018) tú manejas la página intercultural, ¿habías realizado un análisis del contenido sobre lo que se publicaba antes?**

Claro que sí, y este análisis me permitió ver que los contenidos en su mayoría eran reproducciones de libros. Lo que no da riqueza a los contenidos pues al realizar una investigación podemos aportar más detalles. Actualmente solo se hace esta reproducción cuando no existe una persona que se encargue de la redacción de esta página.

- **¿Consideras que los lectores tienen un contenido interesante?**

Claro, los contenidos que se presentan actualmente muestran otro lado de la investigación, más detalles y nuevos protagonistas. En realidad, los contenidos interculturales son quizá los más interesantes desde que se realiza una investigación más detallada de diversos temas.

#### **4.1.3.2 Diario Los Andes**

**Editor:** Geovanni Carrasco

- **¿Cómo se realiza la construcción de contenidos para la sección intercultural?**

Contamos con un experto en el tema que nos colabora con contenidos para esta sección. En realidad, en nuestro medio no realizamos reuniones de planificación si no que cada periodista tiene asignado cierto número de fuentes y si existen actividades realizadas por esa fuente el periodista asignado lo cubre. Pero en muy pocas ocasiones se cubre este tipo de temas.

- **¿Es decir, dentro de la planificación no se toman en cuenta estos?**

Se conocen y analizan, pero no se publican propiamente como contenidos interculturales. En esta sección entran otro tipo de contenidos. Las publicaciones de nuestro colaborador y algunos artículos con fuente documental, es decir libros u otras publicaciones.

- **¿Se da cumplimiento a lo establecido en la Ley de Comunicación?**

Desde luego que sí, cumplimos con el porcentaje establecido en la Ley de Comunicación, pero además se suma un porcentaje más cuando alguno de nuestros periodistas trabaja un tema de este tipo.

- **¿Se conocen los parámetros que establece el Cordicom para la construcción de este tipo de contenidos?**

Si, pues son la base de la construcción de este contenido. Dicta los parámetros para realizar este contenido y desde luego no los podemos olvidar cuando realizamos la redacción de estos temas.

- **¿Cuál es el idioma más usado para redactar estos contenidos?**

Las notas que son realizadas por nuestro colaborador y periodistas en ciertas ocasiones son redactadas en español porque nuestros lectores en su mayoría hablan este idioma, pero algunos contenidos que son elaborados tomando en cuenta fuentes documentales son escritos en Kichwa pues tratamos de difundir el idioma.

- **¿Cuáles son los elementos de ayuda gráfica más usados?**

La fotografía es el principal elemento de ayuda gráfica que usamos en este medio de comunicación, puesto que a través de ella comunicamos más del 50% de la noticia. Es fundamental que las fotografías usadas sean de buena calidad y cuenten la historia.

## **4.2 Discusión de Resultados**

El análisis de contenido realizado en los medios de comunicación impreso, objeto de estudio, permitió cumplir con uno de los objetivos de esta investigación, que era precisamente analizar el contenido intercultural en los Diarios La Prensa y Los Andes.

Para el desarrollo de esta parte de la investigación fue necesario analizar el contenido como tal. Es decir, se estudió la construcción de las notas publicadas en ambos medios, se analizó que tipo de elementos de ayuda gráfica se utilizan, las fuentes más usadas para la contextualización y profundidad de los contenidos. El idioma en que son publicados

estos contenidos también se analizó a ello se suma el análisis del cumplimiento de los ítems establecidos por el Cordicom para la construcción de contenidos interculturales.

Así, se reveló que en el mismo periodo enero - julio de 2017 Diario La Prensa tuvo un dos por ciento más de notas interculturales publicadas que Diario Los Andes. Si bien es una diferencia mínima el resultado nos da una idea de que Diario La Prensa incluye una mayor cantidad de notas interculturales y eso se evidenció en el análisis de contenido realizado pues en algunas ediciones Diario La Prensa presentaba más de una página de contenido de este tipo, sobre todo en las ediciones del día lunes.

Sobre el uso de Elementos de Ayuda Gráfica, el resultado fue que Diario La Prensa usó en un 74% de sus notas fotografías, mientras que Diario Los Andes usó este mismo elemento en un 94% de sus publicaciones. Diario La Prensa usó además en un 20% de sus notas el entresacado y Diario Los Andes como segundo recurso más usado tiene a los cuadros con un 6%. Es decir, en ambos medios de comunicación se revela que la fotografía es el elemento más importante a la hora de construir los contenidos, pese a que en los dos medios las páginas de interculturalidad siempre fueron impresas en blanco y negro las fotos son de vital importancia para que el lector pueda comprender los contenidos. Además, puesto que las notas presentadas hacen referencia a costumbres y tradiciones la fotografía es vital para comprender de que se trata cada actividad descrita en las notas.

En cuanto a las Fuentes, la fuente documental es la más utilizada en Diario La Prensa con un 42%. El análisis de contenido reveló que las notas presentadas son contenidos que se construye en base a publicaciones de libros, revistas o incluso otros medios de comunicación. La segunda fuente más usada, con el 39%, es la fuente oficial. Por otro lado, el uso de la fuente documental es una similitud en Diario Los Andes ya que en este medio se usó esta fuente en un 82% de las notas analizadas.

Un mayor uso de la fuente documental en ambos medios de comunicación revela que los contenidos no son contruidos consultando una fuente que domine el tema intercultural o acudiendo a actividades de tipo intercultural que permita contar historias de forma directa, desde el lugar en donde se desarrollan. Esto genera contenidos sin datos interesantes, sin historias nuevas y sin información que permita a los lectores conocer sobre otras culturas, pueblos y nacionalidades, lo que hace que el lector tenga poco interés sobre las noticias publicadas en estos dos medios de comunicación locales.

En el 100 % de las notas de Diario La Prensa se usó el idioma español, mientras que en Diario Los Andes el idioma Kichwa se usó en un 13 % de las notas publicadas. Como se mencionó en apartados anteriores, sobre este punto es necesario tomar en cuenta que los suscriptores encuestados dominan el idioma español, por lo que las notas deben ser redactadas en este idioma para responder a las necesidades de información de los lectores. En Diario Los Andes, existen pocas notas redactadas en Kichwa, en realidad no se trata de notas informativas como tal, se trata de palabras que permiten al lector aprender sobre este idioma y poder decir oraciones cortas.

Esta investigación toma en cuenta lo establecido en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación, en donde se especifica que los medios de comunicación deben cumplir con al menos un 5% de contenido intercultural del total de sus publicaciones. Este artículo, a su vez, se relaciona con 15 parámetros que establece el Consejo de Regulación de la Información y la Comunicación para la construcción de este tipo de contenidos.

Por ello en el análisis de contenido se estudió además si los contenidos cumplen o no con los parámetros que establece este organismo para la difusión de contenidos interculturales.

Los resultados de este análisis permitieron conocer que solo algunos ítems se cumplen en la construcción de contenidos interculturales.

En cuanto a Diario La Prensa el parámetro 5 *“promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural”* es al que se le da mayor cumplimiento, con las publicaciones del medio de comunicación se promueve el reconocimiento de las diferentes nacionalidades y pueblos. A través de sus ediciones se promueve también el rescate de la memoria social y finalmente se resalta el valor de las culturas de nuestro país. Es necesario indicar que mediante el análisis de contenido determinó que no todas las notas fueron redactadas por un periodista del medio de comunicación, pues algunas de las notas analizadas se basan en publicaciones de diferentes autores.

Según el análisis realizado, en este medio de comunicación las notas informativas son publicaciones de libros o revistas, en las que se da a conocer sobre detalles de diferentes nacionalidades indígenas de nuestro país, por ello el ítem más cumplido es el 5.

En segundo lugar, el ítem 8 *“recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas”* se cumple en un 17% de las notas informativas presentadas.

En tercer lugar, el ítem 1 *“resaltar valores de las culturas”* se cumple en un 11%.

Los demás ítems se cumplen en el siguiente orden:

En el 4 % de las notas cumplen los ítems: *“fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama”*, *“difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas”*, *“difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades”*, *“difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades”*, *“difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo”*, *“difundir técnicas artesanales tradicionales”*, *“coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario”*,

En el 3% de las notas se cumplen los ítems: *“promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias”* y *“producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades”*.

En el 2 % de las notas se cumplen los ítems: *“promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios”*, *“difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social”*

En el 1 % de las notas se cumple el ítem: *“coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario”*

Diario Los Andes da cumplimiento a los ítems 1, 5 y 8 con mayor frecuencia, pero cabe señalar que este medio de comunicación usa el idioma Kichwa con más frecuencia. Las notas analizadas también corresponden, en la mayoría de casos, a publicaciones de libros u otras fuentes documentales usando muy poco como fuente principal a las fuentes multiculturales que como se dijo en líneas anteriores el uso de fuentes documentales no permite conocer desde un criterio profesional los detalles de actividades interculturales desarrolladas en diferentes sitios y fechas del año. Los ítems cumplidos en los tres primeros lugares son los mismos a los que da cumplimiento Diario La Prensa. A través de las notas publicadas en ambos medios se promueve la protección de la memoria cultural de los pueblos y nacionalidades, se resalta las costumbres y tradiciones de las diferentes culturas y difunde detalles, formas de vida, entre otros temas más.

Los resultados de la encuesta, que fue aplicada a una muestra de 255 personas, todos suscriptores de ambos medios de comunicación, reveló que la sección intercultural es la menos leída, pero el grupo entrevistado considera que es importante que los medios de comunicación reflejen contenidos que tomen en cuenta la información generada por los pueblos y nacionalidades indígenas. Y se muestran a favor de que los medios impresos

incrementen la cantidad de contenido intercultural. De los 255 encuestados 85 se mostraron indiferentes con el contenido intercultural presentado en los medios de comunicación.

Un dato importante es que Diario La Prensa es el diario más leído en relación a Diario Los Andes y Diario de Riobamba pues 110 personas dijeron leer este diario con mayor frecuencia.

En cuanto las secciones más leídas, la sección de actualidad es la que mayor número de personas lee, del total de encuestados 105 personas, es decir, el 20% considera más importante la sección de Actualidad mientras que la sección de Interculturalidad solo es leída por 24 personas, es decir, el 9% de las personas consultadas.

Es importante notar, para el trabajo periodístico en ambos medios de comunicación, que el 85% por de los suscriptores considera que sería importante que existan páginas de contenido intercultural, es decir a los lectores si les atrae este tipo de contenidos y busca este tipo de información. Los medios podrían ampliar sus páginas de interculturalidad y tomar en cuenta las actividades que se desarrollan durante el año o buscar temas que no se traten precisamente de actividades o festividades si no de actos cotidianos, como las ferias artesanales, por ejemplo.

En cuanto al conocimiento de los estipulado en la Ley Orgánica de Comunicación los resultados son bastante parejos pues el 45% por ciento manifestó tener conocimiento sobre lo que estipula la LOC y el 55% señaló que no conoce lo que establece esta normativa.

Y siendo más específicos el 67% de los encuestados no conoce lo que se establece en el artículo 36 y los parámetros que dicta el Cordicom para la redacción de los contenidos interculturales.

Un resultado fundamental que se debe considerar con atención es que el 58% de los suscriptores no considera que los contenidos interculturales presentados en los medios objeto de este estudio respondan a la realidad cultural de nuestros pueblos y nacionalidades y hay que recordar que la mayor parte de las publicaciones son tomadas de libros o publicaciones que se refieren a culturas bastante lejanas a la nuestra.

Los resultados mostraron que los medios de comunicación únicamente cumplen con el 5% de contenidos interculturales establecido por la Ley Orgánica de Comunicación, pero no profundizan en los contenidos, en conocer más detalles de las diferentes nacionalidades para difundirlos en sus contenidos.

## CAPÍTULO V

### 5. Conclusiones y Recomendaciones

#### 5.1. Conclusiones

- El análisis de contenido realizado en los Diarios La Prensa y Los Andes se desarrolló usando dos matrices y permitió determinar que, en cuanto al tema de fuentes, en ambos medios impresos se usa con mayor frecuencia las fuentes documentales, es decir, no se trata de contenidos contruidos por los periodistas a cargo de estas páginas, lo que imposibilita tener visiones propias de lo que ocurre en la provincia en cuanto a actividad intercultural. El español es el idioma más utilizado. Y se determinó que en ambos diarios, La Prensa y Los Andes, se cumplen con mayor frecuencia los ítems 1, 5 y 8. Estos ítems corresponden a resaltar los valores culturales, promover el reconocimiento de identidades diversas y recrear la memoria social. Se trata de publicaciones que, si bien dan a conocer detalles de diferentes culturas, son notas informativas que no describen precisamente detalles de la cultura local, lo que hace que los lectores consideren no interesante la información presentada. Es importante mencionar que los otros doce ítems se cumplen, pero una menor medida y en porcentajes distintos.
- Los contenidos presentados cumplen con los parámetros establecidos en el artículo 36 de la Ley de Comunicación y que a su vez determina 15 parámetros establecidos por el Cordicom. Pero cabe indicar que las notas presentadas no cumplen todos los parámetros, es decir se cumplen en su mayoría solo tres parámetros. Los demás cumplen de forma esporádica.
- Dado que los contenidos no responden a la realidad local, es necesario que en ambos medios de comunicación se cuente con una agenda en la que se

establezcan todas las actividades interculturales que se desarrollan en nuestra localidad.

## **5.2. Recomendaciones**

- Se recomienda a estos medios que utilicen nuevos elementos de ayuda gráfica en sus ediciones. El uso de infografías, por ejemplo, es una herramienta que permitirá al lector acceder a los contenidos desde otra visión. Es importante señalar que existen elementos como los cuadros estadísticos, tablas, entresacados, letra capital, entre otros que se pueden adicionar a las ediciones y enriquecer así los contenidos. Se sugiere que además del uso de fuentes documentales, se utilicen también y con mayor prioridad las fuentes multiculturales y testimoniales que puedan contar de forma directa como se desarrollan las diferentes expresiones culturales. Se aconseja a Diario La Prensa que en futuras ediciones se incluyan temas que sean redactados en idioma Kichwa con la finalidad de que más personas puedan acceder a los contenidos presentados por el medio de comunicación.
- Se recomienda a los editores y periodistas a cargo de las páginas de interculturalidad estudiar los quince parámetros establecidos por el Cordicom y tomarlos en cuenta a la hora de escribir cada contenido de las páginas de interculturalidad, de esta forma las publicaciones revelarán la realidad local.
- Se recomienda que en los medios objeto de este estudio se use una agenda de actividades interculturales que pueda servir de base para ampliar los contenidos de esta sección. Una agenda que abarque las actividades que se desarrollan durante todo el año en diferentes sectores de la provincia.

## **CAPÍTULO VI**

### **6.- PROPUESTA DE PRODUCTO COMUNICACIONAL**

PROPONER UNA AGENDA DE EVENTOS Y ACTIVIDADES EN DONDE CONSTEN FECHAS QUE SE CELEBRAN EN LA PROVINCIA Y QUE RESPONDAN A LA ACTIVIDAD CULTURAL Y TRADICIONES DE LOS PUEBLOS Y NACIONALIDADES INDÍGENAS.

#### **PROPUESTA:**

Elaboración de un producto comunicacional impreso, en donde se enumeren las actividades y celebraciones tradicionales. El mismo que servirá como guía en los Diarios La Prensa y Los Andes para que los contenidos respondan a la realidad local y se pueda abarcar varias actividades y muchos más territorios.

#### **INTRODUCCIÓN:**

Como hemos visto los medios de comunicación son una parte fundamental en el desarrollo de la sociedad actual. En sus páginas reflejan lo que sucede en un determinado espacio. La cultura es el conjunto de parámetros que caracteriza a un grupo social y la interculturalidad es el resultado de las relaciones entre individuos pertenecientes a diferentes culturas.

Es necesario que los contenidos de los medios de comunicación reflejen la realidad de los pueblos y nacionalidades que conviven en nuestra localidad, por lo que la creación de una agenda en la que consten todas las actividades más destacadas para los pueblos locales

permitirá a los periodistas de ambos medios de comunicación conocer que eventos se desarrollan y cuál es su importancia.

### **OBJETIVO DE LA PROPUESTA**

Elaborar de un producto comunicacional impreso: agenda de actividades interculturales que se desarrollan en la provincia para que sirva de guía a los periodistas a fin de lograr contenidos más cercanos e interesantes.

### **OBSERVACIÓN:**

La agenda se presentará a través de una línea de tiempo en donde se establezcan fechas y significado de cada actividad.

### **BIBLIOGRAFÍA**

Barroso J. (1992) Proceso de la Información de actualidad en televisión. España: Radio y Televisión Española.

Berelson, B. (1952). Análisis de contenido de Investigaciones de la Comunicación. New York: Glencoe, III., Free Press.

Beuchot, M (2005). Interculturalidad y Derechos Humanos. Argentina: Siglo XXI, Editores Argentina

Castells M. (2009) Comunicación y Poder. Madrid: Alianza Editorial

Constitución de Ecuador. (2008). Quito: Fundación Qellkaj

CORDICOM (2013). Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. Quito, Ecuador.

De Miguel A. (1982) Sociología de las Páginas de Opinión. Michigan: A.T.E.

Declaración Universal de los Derechos Humanos. (1948) París.

Giménez Montiel G. (2005) Teoría y Análisis de la Cultura. México: Conaculta

Gomis L. (1991) Teoría del periodismo, como se forma el presente. España: Paidós Comunicación

Grimson, A (2001). Interculturalidad y Comunicación. España: Paidós. Grupo Editorial Norma

Kottak, C. (2011). Antropología cultural. México Distrito Federal: Mcgraw-Hill Publishing Co.

Ley Orgánica de comunicación (2013). Función Legislativa. Asamblea Nacional. Quito, Ecuador.

Martín Barbero J. (1987) De los Medios a las Mediaciones. México: Gustavo Gili S. A

Martínez A. (1984) Curso general de redacción periodística. Paraninfo. España: A.T.E

Martini S. (2000) Periodismo, noticia y noticiabilidad. Buenos Aires: Norma

Méndez Rubio A. (1994) Perspectivas sobre Comunicación y Sociedad. España: Quiles

Neuendorf, K. (2001). *The Content Analysis Guidebook*. Estados Unidos: Sage Publications

Payne, M. (2002). *Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Poast S. (2010). Una reflexión sobre la Interculturalidad desde la Antropología. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana De Estudios Socioambientales*, (7), 7-10.  
<https://doi.org/10.17141/letrasverdes.7.2010.876>

Potter D. (2006). *Manual de Periodismo Independiente*. Estados Unidos: Global Publishing Solutions.

Ramírez F. (1999) *Áreas de Especialización Periodística*. Madrid: Fragua

Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós.

Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, estado, sociedad, luchas coloniales de nuestra época*. Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

## **ANEXOS**

**Preguntas realizadas a los periodistas encargados de la sección intercultural y los editores de ambos medios de comunicación.**

Carlos Chimborazo, editor de Diario La Prensa

- **¿Cómo se realiza la planificación de temas para la sección intercultural?**
- **¿Para la publicación de estos temas se toma en cuenta los parámetros establecidos en la Ley de Comunicación, es decir lo que establece el Cordicom?**
- **¿En el medio de comunicación se da seguimiento a los temas de la sección intercultural?**
- **¿Dentro de la construcción de contenidos se usan elementos de ayuda gráfica?**
- **El español es el idioma en el que se construyen los contenidos, ¿se piensa en construir noticias en kichwa, por ejemplo?**
- **¿Qué tipo de fuentes son las más utilizadas?**

Fernando Flores, periodista de Diario La Prensa

- **¿Cómo se realiza la construcción de contenidos en el tema de interculturalidad?**
- **¿Cuáles son las fuentes que más se utilizan?**
- **¿Los elementos de ayuda gráfica que tan importante son a la hora de presentar este tipo de contenidos?**
- **Desde enero de este año (2017) tú manejas la página intercultural, ¿habías realizado un análisis del contenido sobre lo que se publicaba antes?**

- **¿Consideras que los lectores tienen un contenido interesante?**

Geovanny Carrasco, editor de Diario Los Andes

- **¿Cómo se realiza la construcción de contenidos para la sección intercultural?**
- **¿Es decir, dentro de la planificación no se toman en cuenta estos?**
- **¿Se da cumplimiento a lo establecido en la Ley de Comunicación?**
- **¿Se conocen los parámetros que establece el Cordicom para la construcción de este tipo de contenidos?**
- **¿Cuál es el idioma más usado para redactar estos contenidos?**
- **¿Cuáles son los elementos de ayuda gráfica más usadas?**

## Modelo de Encuesta

Encuesta dirigida a los suscriptores de Diario La Prensa y Los Andes para conocer como evalúan las páginas de contenido intercultural que presentan dichos medios de comunicación

Género:

Masculino

Femenino

1.- ¿Lee usted medios impresos locales?

SI

NO

2.- ¿Qué diario lee con más frecuencia?

LA PRENSA

LOS ANDES

EL DIARIO DE RIOBAMBA

OTROS

3.- ¿Qué sección lee con más frecuencia?

POLÍTICA

DEPORTES

ACTUALIDAD

BARRIOS

INTERCULTURALIDAD

4.- ¿Cree que es importante que nuestros pueblos y nacionalidades indígenas estén reflejados en los medios impresos locales?

SI

NO

5.- ¿Considera importante que los diarios tengan contenidos interculturales en sus ediciones?

SI

NO

6.- ¿Encuentra usted páginas de contenido intercultural en los medios impresos locales?

SI

NO

7.- ¿Le parece interesante el contenido intercultural de dichas páginas?

MUY INTERESANTE

POCO INTERESANTE

NADA INTERESANTE

INDIFERENTE

8.- ¿Conoce usted lo estipulado en la Ley de Comunicación sobre los contenidos interculturales?

SI

NO

9.- ¿Conoce usted cuales son los parámetros establecidos por el Cordicom para la publicación de contenidos interculturales?

SI

NO

10.- ¿Considera que los contenidos interculturales de los medios impresos responden la realidad cultural de nuestros pueblos y nacionalidades indígenas?

SI

NO

11.- ¿Debería haber noticias en Quichua en los medios impresos?

SI

NO

**Matrices usadas para el analizar los contenidos de Diario La Prensa y Los Andes**

**Matriz N°1 para análisis de contenido en los Diarios La Prensa y Los Andes**

Medio de Comunicación	Elementos Ayuda Gráfica							Fuentes			Lengua je		Notas con anuncio en Portada		
	F	I	C	G	E	A	I	E	T	D	M	E	K	C. PORTADA	S. PORTADA
<b>Diario La Prensa 198 notas</b>															
<b>Diarios Los Andes 190 notas</b>															

**Matriz N°2 para análisis de cumplimiento de ítems para construcción de contenido intercultural**

Medio de Comunicación	Ítems para la construcción de contenidos interculturales														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<b>Diario La Prensa 198 notas</b>															
<b>Diario Los Andes 190 notas</b>															

**Detalle de ítems Cordicom**

1. Resaltar valores de las culturas.
2. Fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama.
3. Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias.
4. Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas.
5. Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural.
6. Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio.
7. Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades.
8. Recrear la memoria social de los pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas.
9. Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios.

10. Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.
11. Difundir conocimientos y sus relacionados con la naturaleza y el universo.
12. Difundir técnicas artesanales tradicionales.
13. Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades.
14. Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario.
15. Difundir las tradiciones y expresiones orales incluidos el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social.

# Capturas de pantalla, ediciones Diario La Prensa

(01/01/2017)



(10/01/2017)



(20/01/2017)



(01/02/2017)



(10/02/2017)

The screenshot shows a digital document viewer displaying a newspaper page. The page is titled 'PROVINCIA e INTERCULTURALIDAD' and features a main article with the headline 'Capac Apu, en la memoria andina'. The article includes a black and white photograph of a man in traditional Andean attire. Below the main article, there is a section titled 'AVISO DE REMATE' which contains several tables of data. The document viewer interface includes a menu bar (File, Edit, View, Document, Tools, Window, Help), a toolbar with various icons, and a status bar at the bottom indicating '9 of 20' pages.

(28/02/2017)

The screenshot shows a digital document viewer displaying a newspaper page. The page is titled 'PROVINCIA e INTERCULTURALIDAD' and features a main article with the headline 'En Guamote, enterrar al carnaval es una tradición'. The article includes a black and white photograph of a group of people in a public square. Below the main article, there are several smaller articles with headlines such as 'La viuda del carnaval, considerada un personaje nuevo de esta festividad', 'Origen del capulí incierto', and 'El sombrero, parte del atuendo de los pueblos'. The document viewer interface includes a menu bar (File, Edit, View, Document, Tools, Window, Help), a toolbar with various icons, and a status bar at the bottom indicating '9 of 18' pages.

(01/03/2017)



(10/03/2017)





(10/05/2017)

The screenshot shows Adobe Reader displaying a newspaper page. The main headline is "Bautizo en el pueblo indígena" (Baptism in the indigenous community). The article discusses the baptism of a child in an indigenous community, highlighting the importance of the ceremony and the imposition of a name. A sub-section titled "PARTE MORTUORIO" (Funeral Notice) is visible, mentioning "Fat Erineo Granizo". The page number "9 of 18" is shown at the bottom.

(20/05/2017)

The screenshot shows Adobe Reader displaying a newspaper page. The main headline is "Un 18 de mayo, Túpac Amaru II fue ejecutado" (On May 18, Túpac Amaru II was executed). The article discusses the execution of Túpac Amaru II and his family. A sub-section titled "Huayna Cápac y su familia" is visible. The page number "9 of 18" is shown at the bottom.

(10/06/2017)

Adobe Reader - [100617.pdf]

File Edit View Document Tools Window Help

Save a Copy Search Select 40% Help Search Web Adobe Reader 7.0

Provincia e Interculturalidad

### El yachak, el sabio de los pueblos: ¿nace o se hace?

El yachak es un personaje que se encuentra en los pueblos originarios de la Sierra de los Andes. Su rol es el de un sabio que transmite conocimientos y valores a las nuevas generaciones. Este rol es fundamental para la preservación de la cultura y la identidad de los pueblos.



**REMATE**  
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ACCIÓN RURAL LTDA. EN LIQUIDACIÓN,  
CON SEDE EN EL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DEL CHIMBORAZO.

Se anuncia al público en general que se procederá al remate de los bienes muebles e inmuebles de acuerdo a la Resolución N° 208 de la Superintendencia de Economía Financiera y Fideicomisos.

Los bienes se rematarán en las oficinas de la Superintendencia de Economía Financiera y Fideicomisos, en las calles España 26-42 entre Argemiro y Juan (Gigante) (Riobamba), el día 14/06/2017 a las 09:00 am hasta las 17:00 pm.

Los interesados pueden hacer la oferta hasta el día anterior a la fecha de remate y solicitar la información que requieran a través de los siguientes teléfonos de comunicación:

- Oficina de atención al cliente: 099980465 - 0999827287.

- Oficina de atención al cliente: 099980465 - 0999827287.

- En las oficinas de remate ubicadas en las calles: España 26-42 entre Argemiro y Juan.

Los bienes que se rematarán son los siguientes:

(25/06/2017)

Adobe Reader - [250617.pdf]

File Edit View Document Tools Window Help

Save a Copy Search Select 40% Help Search Web Try Acrobat 7 Professional for free!

Provincia e Interculturalidad

### Sexualidad dentro del mundo andino

La sexualidad dentro del mundo andino es un tema que ha sido abordado por los investigadores de la Universidad de Cuenca. Este estudio busca comprender cómo se manifiesta la sexualidad en las comunidades andinas y cómo se relaciona con la cultura y la tradición.



**Los habes, un alimento importante en la Sierra**

Los habes son un tipo de papa que se consume principalmente en la Sierra de los Andes. Este alimento es rico en nutrientes y es fundamental para la alimentación de las comunidades andinas. Su cultivo y consumo son parte esencial de la cultura y la tradición de estas regiones.



# Recetas Ecuatorianas

## Cuy asado



### Ingredientes

- CUY**
- 1 cuy pelado
  - 5 dientes de ajo licuados
  - 1 cucharada de comino
  - 1/2 cucharadita de achote
- Sal a gusto
- PAPAS AHOGADAS**
- 2 libras de papas peladas
  - 1 cucharada de manteca de chanco o aceite
  - 2 ramitas de cebolla blanca finamente picada
  - 1 papa de cebolla colorada pequeña finamente picada
  - 1 diente de ajo
  - 1 pizca de orégano
  - 1 pizca de pimienta molida
  - 1 cucharada de culantro
- Sal a gusto
- 1 lechuga



### PARACIÓN

... con los ajos, el comino y la sal. Dejarlos en la olla siguiente. Barnizarlos con achote y carbon, pinchándolos para que vayan cocinándose.

### CIÓN DE LAS PAPAS

... y preparar en una olla el refrito con la cebolla, el ajo, el comino, la pimienta y la lechuga con suficiente agua y a fuego lento y cocinan con las hojas de lechuga

<http://www.recetasdeecuador.com/2012/11/mar-asado.html>

## Diccionario ESPAÑOL - KICHWA

Luis Cordero  
Ex presidente de la República  
Casa de la Cultura Ecuatoriana  
Quito 1955

Español	Kichwa
ATRAS, adv	Con verbos de cantidad: Huashlapi, con las de movimiento: Huashamanta. ALGO MAS ATRAS, Huashamigman. DE ATRAS, Huashamanta. PARA ATRAS, Huashaman. POR ATRAS, Huashata. DESDE ATRAS, Huashamantapacha.
ATRASADO, a, p, p	Quipayashen, Huashayashina.
ATRASAR, v, a	Quipayashina: Huashayashina. TA ATRASAR, Quipayashina. TAHTA ATRASANDO, Quipayashina. VENIR ATRASANDO, Quipayashina. ATRASARSE, Quipayashina. Las mismas derivaciones admiten HUASHAYANA, ATASARSE EN FUERTINA, VERSE EMPORRICEER. Quipayay ATRASO EN BIENES, Huashata tacuna.
ATRASO, n	Quipayashina.
ATRAVESADO, a, p, p	Quingayman churashca.
ATRAVESAR, v, a	Imallata quingayman churana, hama jarashina.
ATREVERSE, v, r	Churashca. Véase LIDIAR.
ATREVIDO, a, p, p	Churashca.
AUDITORIO, n	Uyaycuna.
AULLAR, v, n	Aumta.
AULLIDO, n	Aumtaca.
AUMENTADO, a, p, p	Mirachishca.



## LA CUENCANA

II PARTE

### UBICACIÓN

de Azuay.

### UTILIZADOS

... la fibra se procesa en los propios lugares, contratando a trabajadores rama de cultivo, hante el ripla, eliminan la r de la fibra o a sener la paja, pas de cada co el desene se acado y seca para venderlas se comerciantes o la surra, que entregan a las ventas de paja, silven la venta a prima en las ciudades de quos. se Elaboran de los sombrero toquilla, es una

... manufactura que requiere de poco tiempo para el aprendizaje, de menos fuerza material, capital, utensilios y herramientas, facilitando que cualquier persona, sin distinción de sexos e incluso de edades, este capacitada para la realización de este oficio.

**Técnicas de Elaboración**  
Una vez adquiridos los cogollos, se comienza el tejido de los sombreros. El número de cogollos que deberán comprar depende del tipo a clase del sombrero por confeccionarse.

Dentro de los instrumentos esta la burra constituye el pilar de esta artesanía. Es la encargada de dar forma al nuevo sombrero, también permite al artesano apretar la paja con la fríasidad de darle al tejido mayor consistencia y dureza.

El sombrero consta de tres partes: plantilla, copa y falda.

- La plantilla: Su centro tiene una forma circular, la habilidad manual del artesano, da la calidad del sombrero, asando las labores y los



calados que en ellos hacen, producto de su iniciativa personal.

- La copa: Es la que es indispensable el uso de la horma que es la que da forma al sombrero.
- La Falda: Concluido el tejido de la falda, se hace el rematado, de derecha a izquierda, sin cortar las pajas sobrantes. Aquí termina la ardua y artística tarea de nuestras hábiles tejedoras. El sombrero queda listo para que se efectúen los procesos últimos de lavado, asado, sahumado, prensado.

## CUENTOS Y LEYENDAS

I PARTE La leyenda del sombrero de Panamá



<https://www.faringa.net/post/paranormal/13000260-Leyenda-ecuatoriana-emo-farmanas.html>

Desde 1630 los sombreros ecuatorianos han cubierto las cabezas de muchos famosos incluyendo a Napoleón, Winston Churchill, Nikita Krushchev, Harry Truman, Paul Newman, Anthony Hopkins, y otros. En 1906 Theodore Roosevelt usó uno de estos sombreros mientras visitaba la construcción del canal de Panamá. Su fotografía viajó alrededor del

mundo y esta obra maestra se convirtió en "El sombrero de Panamá". Las cooperativas de artesanos que hacen estos sombreros se toman entre una semana y seis meses para elaborar un sombrero dependiendo del espesor seleccionado, utilizan solo las más finas fibras de paja "toquilla". El sombrero de Panamá tiene varios nombres. Fue llamado jipijapa, a partir del nombre de una ciudad

pequeña de la provincia de Manabí que se suponía era su origen tradicional, o Montecristi, un nombre que todavía se encuentra entre los especialistas de los panamas de calidad. El jipijapa o el Montecristi también se ha llamado toquilla, un nombre derivado del nombre de los sombreros que los españoles usaron en la conquista.

# Recetas Ecuatorianas

## Receta suspiros



### Ingredientes

5 Claras de huevo  
2 cucharadas de jugo de Limón  
1 lb. de azúcar impalpable

### PREPARACIÓN

Se baten las claras de huevo a punto de nieve. Se agregan las cucharadas de jugo de limón y se sigue batiendo. Se agregan poco a poco el azúcar impalpable hasta formar una masa esponjosa y brillante. Se forman las suspiros con una manga pastelera o con la mano. Se hornean en un horno precalentado a 100°C hasta que se sequen y doren.

Porción para 6 personas.

## Dulce de tres leches

### Ingredientes

8 huevos  
250 gramos de harina  
250 gramos de azúcar  
250 ml de crema de leche  
250 ml de leche evaporada  
250 ml de leche entera  
250 ml de leche condensada  
Vainilla al gusto

### PREPARACIÓN

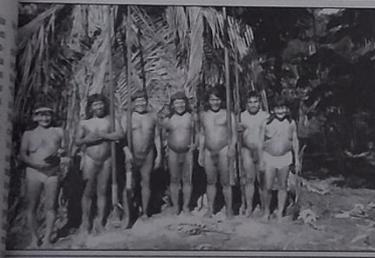
Se baten los huevos, la esencia de vainilla y el azúcar hasta que duplique su tamaño. Se agrega la harina pero no se mezcla mucho. Se mete al horno esta preparación, durante 10 minutos, a 230°C. Se deja que el bizcocho se enfríe. Se mezclan las leches en un recipiente. Se añade la esencia de vainilla.



## Diccionario ESPAÑOL - KICHWA

Luis Cordero  
Ex presidente de la Republica  
Casa de la Cultura Ecuatoriana  
Quito 1955

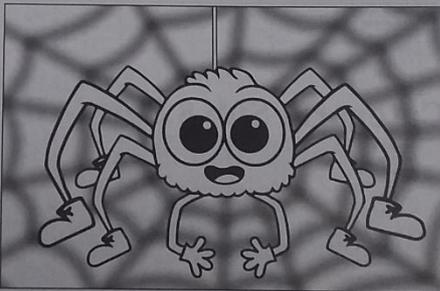
Español	Kichwa
VERTIDO, a, p, p	Jichashca, Tallashca
VERTIGO, n	Umamayuy, Umaysay
VESTIDO, n	Churana, Churarina, Pachallina
VESTIDURA, n	Lo mismo que VESTIDO
VESTIGIO (huella), n	Chaquisarushca
VESTRIR, v, a	Charachina, VERTIRSE, Chararina
VESTUARIO, n	Vease VESTIDO
VETUSTO, a, adj	Mauca. Véase VIEJO
VEZ, n	Cuti
VIA, n	Nan
VIABLE, adj	Causaypag
VIAJANTE, adj	Caruta purig
VIAJAR, v, n	Chican llagacunaman purina
VIAJE, n	Caruman ríña
VIAJERO, a, adj	Lo mismo que VIAJANTE
VIANDA, n	Micuna
VICIO, n	Jucha
VICIOSO, a, adj	Cutimpish cutimpish juchallish causag



http://www.memografias.com/trabajo/cuentos-y-leyendas-don-sapo.shtml

## CUENTOS Y LEYENDAS

### II PARTE La araña y doña Rosa



http://www.memografias.com/trabajo/cuentos-y-leyendas-don-sapo.shtml

## LOS ZÁPAROS III PARTE

Las normas ancestrales de uso y manejo de los recursos del bosque, es decir, solamente cazar y pescar lo necesario para la familia, sin afectar el equilibrio ecológico del medio y manteniendo la relación directa entre el hombre, la naturaleza y la sociedad. Tampoco hay degradación del suelo por el cultivo extensivo de chacras ni se practica la tala excesiva de árboles maderables; los agentes externos son los que atentan contra la naturaleza.

Su economía es de subsistencia basada en el manejo de chacras itinerantes de acuerdo con las necesidades de cada familia, completando su dieta balanceada con la caza, pesca y recolección. Sus principales productos son la yuca, plátano, papajira, chonta. Solamente compran la sal de fuera, con el producto de la venta de las artesanías. Todavía cazan



con cerbatana. Sin embargo, factores externos como el tránsito frecuente por los territorios de cacería por parte de colonos y comunidades cercanas a la nacionalidad junto con las actividades petroleras, han comenzado a incidir negativamente en la estabilidad del ecosistema mantenido hasta ahora por los Záparos.

Debajo era el escondite de un grupo de cuyes criollos y ariscos a quienes no les faltaba la hierba fresca para la alimentación. El mal olor de los excrementos de los cuyes era un atractivo muy fuerte para moscas y mosquitos que invadían la habitación y que molestaban con sus zumbidos a los compradores.

La puerta de calle estaba tan vieja y llena de rendijas, al igual que la que daba a la cocina. Del marco superior pendía una enorme tela de araña que crecía día a día y que servía para atrapar a los moscos que llegaban desde el exterior. Su dueña era una enorme araña negra que tejía sin descanso durante las noches para asegurar abundante comida para ella y sus

tiernos hijos. Todas las mañanas Doña Rosa se levantaba muy temprano para hacer su oficina de ama de casa, luego de su aseo personal, arreglar su cama, barrer la habitación, hacer el desayuno que se servía con su gato cariñoso, proporcionar la yerba a sus cuyes, con quienes conversaba amigablemente.

Como no podía enderezarse ni mirar hacia arriba y peor hacer movimientos en lo alto, jamás destruyó la red tejida por la araña. Sus clientes que eran bien atendidos tampoco hicieron nada para destruirla, además en nada les molestaba.

Del fruto de su trabajo y del ahorro de toda su vida, Doña Rosa había amasado una buena fortuna que la tenía bajo el colchón viejo y mojado

de tanto soportar el maltrato por tantas noches de insomnio. Sus vecinos murmuraban: «¿Qué hará Doña Rosa con tanto dinero? ¿En dónde guardará? ¿Quién heredará cuando muera?»

Por su parte Doña Rosa, todas las noches antes de acostarse, después de rezar con devoción, conversaba con su gato y le decía: cuida los atados de billetes a fin de que los ratones no se acerquen y destruyan o utilicen haciendo nidos. Cuando yo me muera, después de pagar los gastos de mi entierro, el sobrante entrégaselo a una casa de ancianos y olo guardarás para que pagues por las misas de honras, cada año.

# Recetas Ecuatorianas

## Proquetas de pescado con papas



### Ingredientes

1 libra de pescado blanco  
1/2 kilo de papas  
1/2 kilo de cebolla  
1 cucharada de mostaza  
sal y pimienta al gusto

### PREPARACIÓN

El pescado se desmenuza y se mezcla con la mostaza y la cebolla picada. Se agregan las papas cocidas y se amasa. Se forman las croquetas y se frien en aceite muy caliente. Estas croquetas se las puede hacer también en la misma forma con el camarón. Se sirve con ensaladas de tomates.

## Cazuela de pescado con camarón

### Ingredientes

2 libras de pescado o camarón  
8 plátanos verdes  
1 Coco  
1/2 libra de maní  
2 cabezas de cebolla colorada  
3 ramas de cebolla blanca  
3 pimientos  
4 dientes de ajo  
6 hojas de chilangua u orégano  
1 cucharada de orégano seco  
2 cucharadas de achiote  
1/2 taza de aceite

### PREPARACIÓN

Ralle de verde, después lo licua con agua. Luego haga un refrito con los ajíes amolados. Ponga este en una olla y le agrega bastante aceite para que la masa no se ponga negra, le agrega el verde licuado y lo pone a cocinar a fuego lento, moviendo constantemente para que se pegue. Raspe o ralle el coco, sacando la leche y la segunda agua; esta segunda agua se le agrega al verde que está cocinando. El pescado se lo sofría con leche del coco, hasta que queda espeso. En la olla que se está cocinando el verde se le agrega el maní licuado y se hervorvea bien. Cuando ya está cocinada la masa, se deja enfriar un poco. Se prepara una fuente para meterla al horno y le pone un poco de aceite al fondo. En la fuente se le pone un poco de la masa cocinada y en el centro el pescado con su jugo de coco. Luego se le pone otra capa de masa de verde. Encima se le pone un poco de aceite para que se dore bien y se le mete al horno por unos diez minutos. Para servir se deja enfriar un poco, se corta en pedazos y se lo sirve con arroz blanco.

# Diccionario ESPAÑOL - KICHWA

Luis Cordero  
Ex presidente de la República

Casa de la Cultura Ecuatoriana  
Quito 1955

Español	Kichwa
AGUA, n.	Yacu.—AGUA DULCE, Mshgwi yacu.—AGUA CENAGOSA, Guzu yacu.—AGUA DE LLUVIA, Tami yacu.—AGUA DE FUENTE, Puygu Yacu.—AGUA SUCIA, Mapa yacu.
AGUACATE, n.	Paita
AGUADILLA, n.	Yacu quia
AGUADOR, a. adj.	Yacu astag
AGUAMANOS, n.	Maqui mayllana yacu
AGUANOSO, a. adj.	Yacuapa
AGUAITAR, v. a.	Chapana. Véase Atishar
AGUAR, v. a.	Yacuuan chapana; Yacuyachina
AGUADOR, a. adj.	Shuyag
AGUARDAR, v. a.	Shuyana. Véase Esperar
AGUERO (malo), n.	Chiqui. Cosa o persona de mal agüero, Chiqui. AGUILLAR (tratándose de los bueyes que aran, v. a. Garruchahuán) gushalpa carcuna. La palabra garrucha es de procedencia castellana
AGULÓN, n.	Tugina
AGUJEREO, a. adj.	Jutushca



## VALOS

### UBICACIÓN

Quito, coge-  
Andina  
Cayambe  
Cotacachi,  
por último

Los stuen-  
mujeres  
ay hermanas  
se han hecho  
conocidas por  
examinae ber-  
trudicadas en  
su influencia  
dicho la he-  
mo parte de  
ada de color

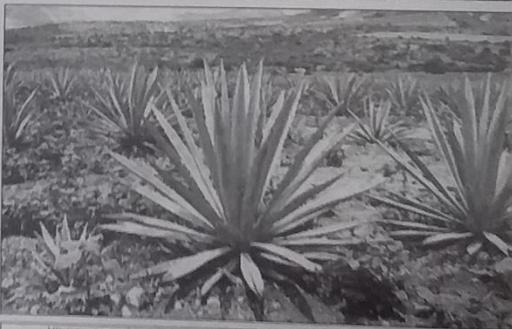


### II PARTE

blanco que llega hasta las to-  
tillos cuyo pecho y mangas  
son bordadas con hilos mul-  
ticolores que representan  
las flores y plantas de mien-  
tra madre naturaleza, sirven  
como blusa y enagua.  
ANACO BLANCO. Antes  
que el Inka llegara, las mu-  
jeres utilizaban una manta  
de algodón grande que daba

# CUENTOS Y LEYENDAS

## II PARTE La fábula del magüey



H abían caído las som-  
bras de la noche y al  
joven preocupado,  
que le había picado el bichito  
de indagación, lamentaba  
el olvido de la cita amorosa y  
se consolaba con el aruma y  
el dulzor de la bebida descu-  
bierta por una pura casuali-  
dad. Por su mente pasaron  
milanes imágenes de cómo  
obtener a preparar la bebida,  
y algo más.  
Por sus ocupaciones pro-  
prias de la actividad agrícola,  
no pudo regresar al siguiente  
día, es más, tenía que darla  
una explicación a su enima-  
da del por qué de su incum-  
plimiento a la cita, pero de  
su mente se se borraba el se-  
apartaba el acontecimiento  
experimentado.  
Regresó al tercer día y  
mientras se acercaba a la es-  
baya negra, el olor era más  
fuerte y agradable al olfato  
del joven preocupado. El ori-  
ficio se había llenado hasta  
destrozarlas, las levaduras  
habían hecho su parte y la  
bebida estaba muy bien fer-  
mentada. El joven, utilizando  
el sorbete bebió hasta saciar-  
se. A los pocos minutos ex-  
perimentó una extraña sen-  
sación, se había embriagado,  
se quedó tendido en el suelo  
profundamente dormido has-  
ta al siguiente día, en que sus  
familiares y vecinos del barrio  
le encontraron con un fuerte  
chubampí, muy deshidratado  
y con mucha sed que lo apla-  
cía con varios sorbos de cha-  
huamshiki fresco.  
Se armó una gran confu-  
sencia entre familiares, ami-  
gos y vecinos del lugar. Hubo  
muchas preguntas e inquisi-  
tudes. Algunas ingenias y  
otras acertadas ideas para la  
extracción del chahuamshiki  
dulce de calabaza. Hasta  
que al fin el joven seducido,  
decidió contarle el suceso  
que había tenido. Cuando las  
calabazas lleguen al estado de  
madurez, vespere de la salida  
del chahuamshiki que coincide  
con la llegada de la Santísima  
Santa, están en condiciones  
de secretar el chahuamshiki  
y para obtenerlo, hay que ca-  
var un hueco lo más grande  
posible a la altura de la esca-  
la de las peñas. Hay que  
taparlo con las mismas pe-  
ñas y esperar hasta el día se-  
guiente en que las lagartijas  
habían los primeros bostacos y  
la bebida estará lista para ser  
consumida con cautela por  
los humanos.

# Recetas Ecuatorianas

## Arroz marinero

### Ingredientes

- Arroz (500 gr)
- Caldo de pescado o marisco (4 tazas)
- Camarones (400 gr)
- Almejas (400 gr)
- Conchas (400 gr)
- Calamar (400 gr)
- Mejillones (400 gr)
- Gambas (400 gr)
- Pescado blanco (400 gr)
- Aceite de Girasol (5 cucharadas)
- Sal y pimienta (Al gusto)
- Mantequilla (2 cucharadas)
- Achiote Molido (1 cucharada)
- Ajo machacado (3 dientes)
- Cilantro (1 cucharadita) Comino (1 cucharadita)
- Cebolla blanca picada (1 taza)
- Pimiento picado (1 und)



Se fríen en aceite de girasol los camarones, conchas, mejillones y gambas. Por 3 minutos y se agregan las almejas, calamar y el pescado. Mezclar todo bien y dejar cocinar hasta que los mariscos estén cocinados. Agregar el cilantro y el comino restante. Probar la sal. Mezclar la preparación con el arroz. Cocinar por 3 minutos más. Servir.

<http://www.recetasdel.com/recetas-ecuatorianas-arroz-marinero>

# Diccionario ESPAÑOL - KICHWA

Luis Cordero  
Ex presidente de la República

Casa de la Cultura Ecuatoriana  
Quito 1955

Español	Kichwa
ACOMODAR, v. a.	Véase ARREGLAR.
ACOMPANADO, a. p. p.	Shughuan tucushca; Shugemahuan pagta causag; Mana sapalla purig.
ACOMPANAR, v. a.	Shugta calma; Shughuan causana—ACOMPANARSE, Maycanhuan tandarina.
ACONSEJADO, a. p. p.	Cunashca.
ACONSEJAR, v. a.	Cunana—IRA ACONSEJAR, Cunagrina—ESTAR ACONSEJANDO, Cunacuna—VENIR DESPUÉS DE ACONSEJAR, Cunamuna—HACER ACONSEJAR, Cunachina—ACONSEJAR CONSTANTEMENTE, Cunaruna—ACONSEJARSE MUTUAMENTE, Cunanacuna.
ACOIADO, a. p. p.	Tandachishca.
ACOIAR, v. a.	Tandachina. Véase RECOGER.
ACOBARDARSE, v. r.	Yuyana; Yuyarina—IRA ACORBARDARSE, Yuyarigrina—ESTAR ACORBARDÁNDOSE, Yuyaricuna—EMPEZAR A ACORBARDARSE O VENIR DESPUÉS DE ACORBARDARSE, Yuyarimuna.
ACORTADO, a. p. p.	Cutyachishca.
ACORTAR, v. a.	Cutyachina—IRA ACORTAR, Cutyachigrina—ESTAR ACORTANDO, Cutyachicuna—ACORTAR Y VENIR, Cutyachimuna.
ACOSAR, v. a.	Catirana.
ACOTADO, a. adj.	Muyundita unanchishca.

# CUENTOS Y LEYENDAS

## I PARTE LA ABEJITA



<http://www.monografias.com/trabajos7/cuentos-y-leyendas-dos-ajpo/cuentos-y-leyendas-dos-ajpo1.shtml>

En el centro de un añejo e impregnado bosque, el aroma de las mil flores en el verano, estaba enclavada la mansión de una doncella que vivía de distantes ilusiones de una mujer platinicamente enamorada y de los recuerdos lejanos e imborrables de su niñez. Se llamaba Leonora, y en su rostro llevaba sellado el paso de los años solitarios. Su majestuosa casa de campo, estaba rodeada de amplios jardines con flores de mil fragancias y maticos y de espesas y generosas huertas. Su rincón preferido, era aquel que contenía muchísimas plantas y flores de ilusiones, que las custodiaba con toda la dedicación, puesto que obedecía a la superstición de que cultivando las ilusiones con amor y ponderado afán, alcanzaría muy pronto su amor preferido y esperado. Además frecuentaba a su altar muy privado, en donde le velaba a su San Antonio puesto de cabeza, con el mismo propósito, ya que, consideraba se estaba quedando solterona.

Todas las mañanas, religiosamente visitaba a sus ilusiones y espantaba a una abeja que atraída por el perfume de las flores, frecuentaba y recogía el néctar para llevarse a su colmena. La espantaba a la abeja, porque creía que estropeaba a sus flores hermosas y entorpecía la realización de sus sueños. Fueron muchísimas las correrías tras la abeja que día a día se repetía, hasta que, en una noche de luna grande y muy redonda, en el silencio misterioso de su adorado ejido, tuvo un dulce y placentero sueño. Vestida de estipula, hermosa cual ninguna, le visitaba muy alegre la abeja, a quien la corría todas las mañanas de su fastuoso jardín, y con la delicadeza de una visitante simpática, al oído le explicaba que no era la única abeja que visitaba a sus flores, que eran muchísimas, muy parecidas y que el único afán, era el de recoger el néctar de las flores para elaborar la miel.

También le decía que en sus patas traseras acarrecaban el polen de las flores para el alimento de sus hermanas y hermanos pequeños; pero que al ir de flor en flor ayudaban a que se polinizara para asegurar su fructificación. Que no dañaban a las frutas, debido a que no disponían de mandíbulas trazaradoras y que sus únicas herramientas eran la lengua y el buche para succinar y almacenar el néctar, el agua y los propóleos, las patas para acarrear el polen; y en el interior de la colmena, las glándulas cereras y faringicas para la secreción de la cera y de la jalea real, respectivamente. Además le conversaba que tenía un aguijón muy filado en el término de su abdomen que lo utilizaba únicamente para defenderse de algún enemigo que lo atacara, pero que su veneno servía para la curación de algunas enfermedades como las del reumatismo y la artritis.



## CHILAS O COLORADOS

### II PARTE

cán y lo sinba); y en la otra el verde (lo sinbano). El bilope o collar es el adorno más complicado y que distingue a las mujeres tsachilas. Lo llevan en cinco o seis cuentas que suelen llegar hasta el abdomen. Generalmente este collar está formado por pepas de San Pedro, churos grandes y pequeños, huesecillos de aves o animales de monte y semillas. Vivienda: Su casa como la mayoría de las de la Costa esta hecha con caña guadua, bejuco y follaje de palmeras y algunas están siendo elaboradas con cemento y zinc. Su casa es de forma rectangular, tiene dos aros, la una carece de paredes y pertenece a la cocina y la otra tiene paredes y es utilizada como dormitorio. Los tsachilas no elevan sus casas con pilotes

Actividades y Economía El turismo se está volviendo una actividad económica muy importante entre los Tsachilas, los cuales están iniciando la explotación de los recursos paisajísticos naturales y sitios sagrados que poseen, así como el potencial de su riqueza cultural, a fin de desarrollar esta actividad desde perspectivas autogestionarias. La caza, la pesca y la recolección eran las principales actividades de su economía de subsistencia. Actualmente participan de la economía de mercado mediante la ganadería, la comercialización del plátano, el cacao, el café, el ecoturismo, además de la práctica de la medicina tradicional con fines comerciales.

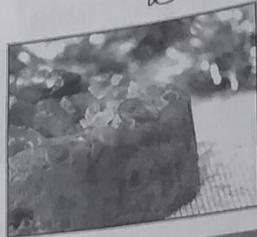






# Recetas Ecuatorianas

## Dulce de frutas



### PREPARACIÓN

Bata la mantequilla y al estar cremosa agregue el azúcar morena. Mezcle bien e incorpore las yemas una a una. Agregue la leche condensada gradualmente y continúe batiendo hasta unir toda la mezcla. Incorpore los polvos de hornear. Mezcle hasta que se hayan unido con la harina, las pasitas, las almendras y las frutas cristalizadas.

Por último, agregue las claras batidas a punto de nieve con movimientos envolventes. Asar en un molde redondo de 10 pulgadas (25 cm) de diámetro a 350°F (175°C) por una hora. Desmolda caliente.

Mezcle todo junto, vierta sobre el dulce y decore con cerezas, nueces y frutas cristalizadas.

### Ingredientes

- 1 taza de mantequilla (7 oz - 200 g.)
- 2 tazas de azúcar morena (280 g.)
- 4 huevos separados
- 1 lata de leche condensada de 14 oz (400 g)
- 2 tazas de harina de trigo (8 4/5 oz - 250 g.)
- 1 cda. de polvos de hornear
- 1 taza de frutas cristalizadas
- 1 taza de pasitas
- 1/2 taza de almendras picadas
- Glasado (opcional)
- tazas de azúcar micropulverizada
- 3 cdas. de jugo de limón
- 2 cdas. de leche fresca



<https://www.recetas.com/receta-dulce-de-frutas-11389/>

### Etnias del Ecuador



<http://www.kichwasdelnorte.org/imagenes/otavallo.jpg>

### OTAVALOS

V PARTE

#### UBICACIÓN

A 96 km de Quito, cogemos la Panamericana Norte, llegamos a Guayalabamba, Cayambe y Otavalo. Desde aquí seguimos hacia el norte hasta llegar a las poblaciones de Cotacachi, Abantayquí y por último Ibarra.

Diablos en el hombre demuestra la elegancia del hombre indígena otavaleño.

**ALPARGATE.** Solían traer hijotas que es una cierta atadura sobre la suela del alpargata, de manera que solo tenían guardada la planta del pie, ahora tienen el mismo diseño que la mujer con la diferencia de que el hombre siempre utiliza el color blanco, ayuda a proteger el pie.

**SOMBRERO.** Son de paño

generalmente de color oscuro negro o café, se colocan encima de encima de la cabeza como una sombrilla que protege del sol.

**TRENSA.** Antiguamente el indígena otavaleño lo dejaba crecer el cabello por delante y por detrás atándose un hilo a la cabeza en el que metían el cabello para poder ver. Ahora el indígena otavaleño se caracteriza por su trenza larga que va sobre la espalda para lo cual utiliza un corchón y así se mantiene con su peinado durante todo el día.

Tanto la vestimenta de la mujer como de los hombres kichwas otavaleños han pasado a ser como trajes de lujo por lo que solo en los actos muy importantes se visten con toda la vestimenta típica, mientras que los días normales se visten como cualquier mestizo por lo que el vestido normal de los mestizos se ha adoptado como una necesidad obligada de ahorro de dinero.



Vivienda la técnica de construcción es la del bahareque que consiste en mezclar barro, paja, bagazo de caña, piedra pómez e incluso la boñiga o excremento de los animales hasta lograr una especie de argamasa la cual se colocaba en el interior de una estructura hecha con los palos del chabuarque, lechero y eucalipto, cuya madera es muy resistente. Una de las características de estas casas es que es antisísmica y térmica ya que en el interior de esta casa el ambiente es bastante fresco y viceversa.

### CUENTOS Y LEYENDAS

#### II PARTE El diablo y el asno



<http://www.educaprensa.com/cuentos-otavaleños-otavalo>

Viendo el día concluir, el asno especuló que si no se iba a probar su ración de avena con algo de gula, cuando, de improviso, vio llegar al sochantre de la parroquia, que le dijo:

—Mi buen asno, me gustaría que me hicieras un gran favor. Las ovejas van a empezar a partir esta noche y debo quedarme con ellas. ¿Aceptarías sustituirme en la misa de medianoche?

El asno había oído decir con frecuencia que, durante la Nochebuena, los animales reciben la facultad de hablar como los humanos. ¿Por qué

no iba a aceptar todo? Inclino la cabeza en prueba de aceptación, entonces el sochantre, con voz firme, dijo:

—Bastará con que Amén de vez en cuando una prueba. Y el asno, con voz burlona, respondió:

—Muy bien, señor sochantre. Cantaré lo que yo. Todo el mundo oírá bien y nadie se sentirá engañado.

El sochantre, como había visto que al asno, herido de conciencia ante la posibilidad de sentir aquel gran

concentros, de acenos reírse. "Hoy, la más poder América E. regreso de de la sala Santos. Francia, una vis esta not de Colum Leos. "par con El pre

## Fotografías sobre entrevistas a editores y periodistas

Carlos Chimborazo Diario La Prensa



Fernando Flores periodista de Diario La Prensa



Entrevista a Giovanni Carrasco, editor de Diario Los Andes

