

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN

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

TRABAJO DE TITULACIÓN

ANÁLISIS DE LOS SEGMENTOS INFANTIL Y JUVENIL DEL PROYECTO EDUCA EN LA
IDENTIDAD CULTURAL EN LOS JÓVENES DE 12 A 17 AÑOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO
DE QUITO DEL CANTÓN COLTA, DURANTE EL PERÍODO ENERO-JUNIO DE 2016

Autores

Victor Verdezoto
Vinicio Bastidas

Tutor:

Marcelo Jijón Paredes

Riobamba - Ecuador
Año 2016

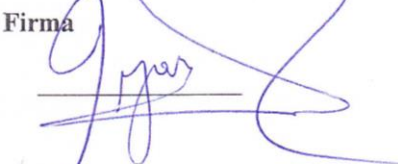


CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO



Los miembros del tribunal de revisión del proyecto de investigación del título: **“ANÁLISIS DE LOS SEGMENTOS INFANTIL Y JUVENIL DEL PROYECTO EDUCA EN LA IDENTIDAD CULTURAL, EN LOS JÓVENES DE 12 A 17 AÑOS DE LA PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO CANTÓN COLTA DURANTE EL PERÍODO ENERO- JULIO DE 2016”**, presentado por Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto.

Una vez revisado el proyecto de investigación con fines de graduación, escrito en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, se procede a la calificación del informe del proyecto de investigación.

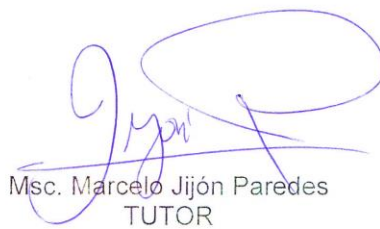
Para constatación de lo expuesto firman:

	Nota	Firma
Msc. Marcelo Jijón Paredes Tutor	<u>10</u>	
Dra. Myriam Murillo Miembro del tribunal	<u>10</u>	
Msc. Victoria León Miembro del tribunal	<u>10</u>	
	<u>10</u>	
	Promedio	

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, y luego de haber revisado el desarrollo del proyecto de investigación elaborado por los señores Vinicio Joaquín Bastidas Berrones y Víctor Alfonso Verdezoto Santos, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requerimientos exigidos para que pueda expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 30 de Enero de 2017



Msc. Marcelo Jijón Paredes
TUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Nosotros, Vinicio Joaquín Bastidas Berrones y Víctor Alfonso Verdezoto Santos, somos los responsables de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente proyecto de investigación y los derechos de autor pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Vinicio Joaquín Bastidas Berrones
C.I. 0604880104



Victor Alfonso Verdezoto Santos
C.I. 0604692954

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a mis padres Vicente Verdezoto, Elsa Santos quienes han sido el apoyo incondicional tanto en la parte económica y ni que decir en el sentido emocional que con su cariño y consejos me han formado como una persona de bien y útil a la sociedad.

Dedico también a las personas que han estado presentes en los momentos más difíciles de mi vida brindándome su apoyo, comprensión con palabras sabias en el momento adecuado.

Victor Verdezoto

Me tomo estas cortas líneas para dedicar este trabajo a la persona que me dio la vida a la Sra. Luz Berrones quien ha sido mi amiga, consejera, motor, hoy por hoy el motivo por el cual me esfuerzo cada día para conseguir mis objetivos planteados.

Dedico también a esos seres anónimos quien algún momento me tendieron esa mano solidaria y me apoyaron en situaciones difíciles, a mi pueblo pallatanguño del cual me siento orgulloso de haber nacido como todos lo conocen la eterna primavera.

Vinicio Bastidas

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo de tesis me gustaría agradecer a Dios por habernos dado salud, vida y sobre todo fuerza en este largo caminar en los cuales hemos tenido que superar diversos obstáculos tanto en el ámbito académico como personal para poder concluir con feliz término este anhelo que es propio y de quienes nos rodean, un sueño que hoy se cristaliza en una realidad.

A nuestros padres por ser ese apoyo incondicional, tanto en la parte económica como espiritual, los consejos brindados que en muchas de las ocasiones con lágrimas y frustraciones nos pedían que el fruto de su trabajo no quede en vano, que nos esforcemos cada día, creemos que no les hemos defraudado.

También agradecemos a las personas que nos han estado apoyando en este largo trajinar, amigos, familiares, personas que han llegado a nuestra vida personal a sumar siendo las mismas un apoyo fundamental en la consecución de los objetivos planteados.

En este párrafo queremos agradecer aquellas personas que más que profesores fueron unos amigos en toda la extensión de la palabra, una dama y unos señores, este último término se lo han ganado porque lo han demostrado con el ejemplo y nos referimos a Dra. Miriam Murillo, Msc. Miguel Ocaña, y nuestro tutor Msc. Marcelo Jijón Paredes.

He pedido la autorización a mi compañero y amigo para poder hacer uso de estas líneas porque considero que la gratitud es fundamental en el ser humano, es por eso que me voy a permitir mencionar en este trabajo como una forma de agradecimiento a Irene Bastidas, Jaime Bastidas, Ing. Diego Moncayo, Ldo. Marcos Obregón, Lda. Tania Mayacela, Msc. Pedro Colángelo, Ing. Nelson Hidalgo, Amir Pavon, Msc. Jenny León.

Vinicio Joaquín Bastidas Berrones

Victor Alfonso Verdezoto Santos

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS

PORTADA.....	i
INFORME DEL TUTOR.....	ii
INFORME DEL TRIBUNAL.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.3 Formulación del problema.....	5
1.4 Objetivos.....	5
1.4.1 General.....	5
1.4.2 Específicos.....	5
1.5 Justificación e importancia.....	5

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 Fundamentación teórica.....	7
2.1.1 Funcionalismo/ Laswell.....	7
2.1.2 Cultura.....	8
2.1.3 Identidad Cultural.....	9
2.1.4 Identidad colectiva.....	10
2.1.5 Imaginario colectivo.....	10
2.1.6 Diversidad cultural.....	11

2.1.7 Globalización cultural.....	12
2.1.8 Consumo.....	12
2.1.9 Santiago de Quito.....	13
2.1.10 Televisión.....	13
2.1.11 Educa TV.....	14
2.1.12 Veo Veo.....	15
2.1.12.1 Nuki Nuki.....	16
2.1.12.2 Tilico.....	16
2.1.12.3 Caja musical.....	16
2.1.12.4 Luna de queso.....	17
2.1.12.5 Peque Clips.....	17
2.1.12.6 Sueños y colores de mi país.....	17
2.1.12.7 Lili y su gran libro de los animales.....	17
2.1.12.8 Sí bebé.....	18
2.1.12.9 Perinola.....	18
2.1.12.10 Hagamos ruido.....	18
2.1.12.11 ¿Babau te puede preguntar?.....	18
2.1.12.12 Casita bombón.....	19
2.1.12.13 Tino y sus amigos.....	19
2.1.13 Mi voz mi mundo.....	19
2.1.14 Marcela aprende Kichwa.....	19
2.1.15 Target.....	20
2.2 Variables.....	20
2.2.1 Variable independiente.....	20
2.2.2 Variable dependiente.....	20
2.2.3 Operacionalización de las variables.....	21

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.....	22
3.1 Método.....	22
3.2 Diseño de la Investigación.....	22
3.3 Tipo de investigación.....	22
3.4 Población y muestra.....	23
3.4.1 Población.....	23

3.4.2 Muestra.....	23
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.5.1 Encuesta.....	24
3.5.2 Entrevista.....	24
3.6 Técnicas de procedimiento para el análisis.....	24

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	25
4.1 Resultados de entrevista con especialistas.....	39
4.2 Discusión y resultados.....	54

CAPÍTULO V

5.1 Conclusiones y recomendaciones.....	57
5.1.1 Conclusiones.....	57
5.1.2 Recomendaciones.....	57
5.2 Bibliografía.....	59
5.3 ANEXOS.....	60
Anexo 1: Encuesta piloto.....	60
Anexo 2: Encuesta final.....	61
Anexo 3: Formulario entrevistas Mario Guadalupe.....	63
Anexo 4: Formulario entrevistas Manuela Cuji.....	64
Anexo 5: Formulario entrevistas Patricio Cárdenas.....	65

ÍNDICE DE CUADROS

Contenidos

Género.....	25
Edad.....	26
Habla Kichwa.....	27
Etnia.....	28
Música.....	29
Vestimenta tradicional.....	30
Gastronomía.....	31
Religión.....	32
Programas.....	33
Por qué ve Marcela aprende Kichwa.....	34
Rating Semanal.....	35
Revista Veo Veo.....	36
Experiencias de mi voz mi mundo.....	37
Identificado con mi voz mi mundo.....	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos

Género.....	25
Edad.....	26
Habla Kichwa.....	27
Etnia.....	28
Música.....	29
Vestimenta tradicional.....	30
Gastronomía.....	31
Religión.....	32
Programas.....	33
Por qué ve Marcela aprende Kichwa.....	34
Rating Semanal.....	35
Revista Veo Veo.....	36
Experiencias de mi voz mi mundo.....	37
Identificado con mi voz mi mundo.....	38

RESUMEN

En la presente investigación se analizó los segmentos infantil y juvenil en la identidad cultural de los jóvenes indígenas de 12 a 17 años de la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta durante el período enero-junio de 2016. Se identificó las prácticas culturales existentes en los adolescentes. La teoría se fundamentó en la aguja hipodérmica que busca inyectar los contenidos en la mente de las personas cambiando su ideología, además la funcionalista porque estudia la influencia de los medios de comunicación en las masas, los resultados obtenidos demostraron que el proyecto no influye en mayor medida a la identidad cultural de los jóvenes ya que el 50% consume los programas una hora semanalmente esto debido a que los mismos realizan actividades en la tarde, por lo que se debería transmitir a partir de las 18:00, la metodología que se utilizó en la presente investigación es descriptiva ya que detalla los comportamientos culturales en torno a la población estudiada en los aspectos de género, tradiciones, religión, vestimenta, música, entre otros, además es de campo ya que se visitó el lugar. La identidad cultural se conserva gracias a otras variables como el entorno donde se desenvuelven y la cotidianidad que está presente en los habitantes, los segmentos más vistos son Veo Veo, Marcela aprende Kichwa y mi voz mi mundo, otro de los aspectos fundamentales que colabora al arraigo de la identidad cultural es la transmisión de ideas culturales a través de las distintas generaciones o la educación que se mantiene intercultural.

Palabras clave: Cultura, Identidad, Veo Veo, Educa TV

ABSTRACT

In this research, young people between the ages of 12 to 17 were analyzed in terms of cultural identity in the parish Santiago de Quito, Colta County, during the period January – June 2016. Existing cultural practices in teenagers were identified. The theory was based on the hypodermic needle which looks to inject its contents into the mentalities of young people thus changing their ideologies, also which is functionalist in the means of communication because it studies the influence of communication means among the masses, the obtained results demonstrate that the project does not influence in the main part of young people's cultural identity since 50% percent of the programs take up one hour weekly and are thus broadcast at 16:00. The methodology which was used in this current research was descriptive since it details cultural behaviors in terms of the studied population regarding gender, traditions, religion, vestment, music, among others. It is also a field research since the place was visited. Cultural identity is conserved thanks to other variables such as the environment were the everyday situations that take place which are present among the inhabitants. The most viewed segments are Veo Veo, Marcela Aprende Kichwa, and Mi Voz Mi Mundo. Another of the fundamental aspects which collaborate with the hold of cultural identity is the transmission of cultural ideas throughout distinct generations or education which maintains itself intercultural.



Reviewed by: Abarca, Sandra

English Language Teacher



CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 INTRODUCCIÓN

La educación a través de los medios de comunicación ha sido otra de las alternativas impulsadas por personas, gobiernos locales, gobierno nacional, en cuanto tiene que ver a la radio una de las principales impulsadoras fue Escuela Radiofónicas Populares del Ecuador ERPE. A través de este medio de comunicación se realizaron programas de alfabetización tanto para gente indígena como mestiza.

En la televisión se creó el programa Aprendamos impulsado por el Municipio de Guayaquil donde se impartía conocimientos en informática, inglés, administración de empresas, cívica, familia, manipulación de alimentos, entre otros. “Aprendamos, una oportunidad para superarnos es el primer programa ecuatoriano de educación a distancia por televisión, impulsado y financiado por la M.I. Municipalidad de Guayaquil. Inició el 13 de mayo de 2003, en la que participaron canales de televisión de señal abierta, la Cámara de Industrias de Guayaquil y Fundación Ecuador”. Portal Web: <http://fe.org.ec/aprendamos/>

El proyecto Educa TV busca mantener y fortalecer los valores, la identidad cultural, además de educar a las diferentes audiencias sobre temas de salud, tecnología, ciencia, familia, cuidados del medio ambiente, entre otros. En esta investigación se enfocó en el segmento infantil y juvenil del programa Educa TV, se analizó si este proyecto está cumpliendo el fin para el que fue creado, verificar si los jóvenes a través del mismo han fortalecido su identidad.

La investigación se sustentó en la teoría funcionalista de ElihuKatz y Paul Lazarfel, misma que estudia a los medios de comunicación y la influencia en el comportamiento de las masas de acuerdo a los contenidos de los mismos, además la teoría de la aguja hipodérmica de Laswell donde la información es inyectada en las personas cambiando su identidad o pensamiento de acuerdo a los programas emitidos por los medios.

La presente investigación consta de cinco capítulos, en el primero está planteado el marco referencial con la introducción, planteamiento del problema, formulación del problema, además de los objetivos general y específicos, justificación e importancia, el segundo capítulo consta la base teórica que inicia con el marco teórico donde se inicia con el funcionalismo de Laswell, cultura, identidad cultural, identidad colectiva, diversidad cultural, globalización cultural, consumo, televisión, los contenidos del proyecto Educa TV y se culmina con el variables dependiente e independiente y la operacionalización de las variables.

El capítulo tres se enfoca en el marco metodológico como el inductivo-deductivo, descriptivo, documental, en el diseño de la investigación es de campo, se especifica la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, el capítulo cuatro contiene resultados y discusión donde se especifica el análisis de resultados de entrevistas con los especialistas y la discusión de los resultados, para finalizar con el capítulo cinco con conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios de comunicación han sido los principales causantes del cambio de la identidad cultural de los pueblos pues adaptan a su cotidianidad los elementos introducidos por los mismos.

También gracias a los medios se ha impulsado la educomunicación como forma de fortalecer los conocimientos en la ciudadanía, se han creado proyectos educativos como Aprendamos, en Radiofónicas ERPE se creó el Sistema de Teleducación (Educación formal a distancia), con apoyo de la radio, 16.000 indígenas y campesinos fueron alumnos de este programa educativo entre 1975 a 1986.

En la Ley Orgánica de Comunicación, sección que se refiere a los derechos de igualdad e interculturalidad, Art. 36 que menciona en el mismo el derecho a la comunicación intercultural y plurinacional, los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias tienen derecho a pronunciar y difundir su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradición, conocimientos y saberes.

Esto tiene relación con la investigación realizada ya que en el proyecto Educa TV se busca impulsar la interculturalidad, además que la población de estudio es indígena, para este segmento está destinado Marcela Aprende Kichwa.

Por otra parte, nos referimos a la misma ley en la sección II, Derechos de igualdad e interculturalidad, Título V, medios de comunicación social, Art. 71, numeral 10, los medios comunicación tienen la responsabilidad de propender a la educomunicación.

“La educomunicación es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-práctico de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación”. Barbas (2012)

La educomunicación en la parroquia Santiago de Quito, está mal enfocada ya

que el horario de transmisión no es el adecuado, es decir, que si desaparece el programa Educa no afectaría en mayor medida al sector.

En la actualidad los medios son considerados como moldeadores (creadores de estereotipos) de la opinión pública, por lo que las personas crean su ideología en base a los contenidos transmitidos.

Es por esto que los medios de comunicación, han sido utilizados en la historia, como un método para el control social de quienes gobernaban un país, un ejemplo es en el período de las dictaduras, donde el poder manejaba o controlaba los medios.

Los medios crean las industrias culturales donde convierten la cotidianidad en un servicio o producto para que en el futuro sea vendido a los posibles consumidores, se han convertido en una poderosa herramienta de influencia y conformación de opinión y visión sobre la realidad.

Es por esto que, en lugar de impulsar a que se mantenga la identidad cultural, ha sido la causante de la pérdida de la misma, siendo principalmente los jóvenes quienes no se identifican con su cultura, si no que adopta otras que provienen de diferentes países y que han sido difundidos por los medios.

En este proyecto se realizó una investigación para así analizar la identidad y los efectos que ha causado el proyecto Educa TV, en los segmentos infantil y juvenil, en los jóvenes de 12 a 17 años de la parroquia Santiago de Quito.

Siendo la identidad cultural todas las prácticas que se llevan en un pueblo o lugar determinado y que son transmitidas por generaciones como las creencias religiosas, gastronomía, vestimenta, idioma, música, arte, danza, entre otras actividades. Las mismas siendo únicas que identifican un pueblo.

Si se sigue impulsando la educomunicación a través del proyecto Educa TV estimulará al fortalecimiento de la identidad cultural, pero en caso de la parroquia en estudio no ha causado un impacto mayor debido al horario de transmisión

que debería ser a partir de las 18:00

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo los segmentos infantil y juvenil del proyecto Educa TV influyeron en la identidad cultural en los jóvenes de 12 a 17 años de la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta, durante el período Enero-Junio de 2016?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1. GENERAL:

Analizar los segmentos infantil y juvenil del proyecto Educa TV en la identidad cultural en los jóvenes de 12 a 17 años de la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta, durante el período Enero-Junio de 2016.

1.4.2. ESPECÍFICOS

1. Determinar los segmentos con mayor sintonía del proyecto Educa TV, dentro del segmento infantil y juvenil.
2. Identificar la identidad cultural de los jóvenes indígenas con respecto al proyecto Educa TV.
3. Investigar las prácticas culturales existentes en los jóvenes de la parroquia Santiago de Quito.

1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Desde que surgieron los medios de comunicación masivos han sido los principales generadores opinión pública y del cambio de identidad cultural, siendo los mismos criticados y durante épocas dictatoriales censurados para que las personas no piensen diferente que el régimen dominante.

Para que un país sea diverso, multiétnico, multicultural deben existir diferentes expresiones culturales que deben ser impulsadas para que no se vayan perdiendo con la globalización o la influencia de los medios de comunicación.

Ante este problema el gobierno está buscando fomentar y mantener la identidad cultural, a través de espacios que se ofrecen a los indígenas que incluyen cargos públicos o participación en medios de comunicación, incluyendo además la

creación de programas con contenidos interculturales.

La importancia de la investigación está en demostrar que los jóvenes indígenas, están perdiendo su identidad cultural gracias a diversos factores, como los medios de comunicación, migración, además de analizar los comportamientos socioculturales, el entorno, la cotidianidad del sector en estudio.

Con esta investigación se demostrará si los contenidos y horarios del proyecto Educa TV son los adecuados según la región, cultura y costumbres del lugar.

El consumismo es otro factor que provoca cambios en la identidad cultural, las personas adoptan otras ideologías como la gastronomía, música, creencias religiosas, arte, danza, entre otros. Todo por estar a la moda y ser aceptados en su entorno.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La investigación se basará en las siguientes teorías de la comunicación:

2.1.1 Funcionalismo/ Laswell

“El funcionalismo estudia la sociedad sin tener en cuenta su historia (sincrónica); estudia la sociedad tal y como la encuentra, intentando comprender como cada elemento de la sociedad se articula con los demás, formando un todo y ejerciendo una función dentro de esa sociedad”. (Herrero, 2002)

La sociedad está en función de las necesidades que se presentan, esto en base a una estructura social que determina los comportamientos de acuerdo a las funciones que cumple cada individuo.

Esta teoría en comunicación nace en Estados Unidos, buscaba estudiar los efectos de los medios de comunicación en las masas, estos cumplen una función que es mantenimiento, estabilidad, control social con el fin de mantener un sistema establecido, por ejemplo, el capitalismo.

Los medios de comunicación manipulan a las masas a través de los mensajes que emiten, este fenómeno se lo explica en la teoría de la aguja hipodérmica y el paradigma de Harold Lasswell, donde se establece las siguientes preguntas ¿quién dice?, ¿qué dice?, ¿a quién?, ¿por qué canal? y ¿con qué efecto?.

¿Quién dice? Se refiere al medio de comunicación, persona, locutor que informa o da a conocer un contenido, ¿qué dice? es el mensaje como una noticia, reportaje, entrevista, entre otros, con la que se quiere llegar al público, ¿por qué canal? es por donde se transmite los datos como el espacio electromagnético, ¿a quién? es el target que se establece o a quienes va dirigido el mensaje, ¿con qué efecto? es el impacto o la reacción que causa en las masas.

Según Lasswell los medios de comunicación cumple con funciones en la sociedad como vigilar el entorno social, es decir, las normas de comportamiento que tienen las masas, otro es correlacionar los elementos sociales y retransmisión de datos.

ElihuKatz y Paul Lazarfel realizaron estudios acerca de la comunicación y como ésta era manipulada por los medios, a ello se lo denominó doble flujo de información. La teoría afirma que existe un emisor que da a conocer al medio los hechos, después esos datos pasan por un intérprete, quien verifica la información, la cambia o manipula, según como le convenga al medio para que al último lo pueda recibir todo el pueblo.

Mediante la teoría de la aguja Hipodérmica se explica que los medios inyectan información a las masas que está fragmentada, además de ser poco pensante ya que mientras menos información exista o menos preparada se encuentre la sociedad, es más fácil que exista influencia directa o manipulación.

Cuando existe manipulación por parte de un líder de opinión los colectivos actúan de manera similar, pero cuando es individualmente existe la conciencia por ende el comportamiento es diferente.

2.1.2 Cultura

Desde la antropología, entendemos por cultura la unidad causativa y causada por ese conjunto de productos humanos generados en los hechos adaptativos, transformativos y creativos de los entornos geográficos e históricos de las personas y grupos humanos. Como tales nos encontramos siempre involucrados en particulares sistemas de relacionamiento social, de producción de significaciones y sentidos de alguna manera compartidos. (Cervino, Chiriboga, 2001)

La cultura está marcada por el conjunto de saberes, conductas, normas de comportamiento que tiene un grupo social, además del uso de herramientas que

ayudan a cubrir las necesidades que poseen, cabe recalcar que estas son diversas como diversas son las expresiones culturales.

Para que exista cultura debe cumplirse una regla y esta es la sociedad que se basa en pilares fundamentales como una lengua única para comunicarse, además del sentido de la autoconciencia y reflexión que está guiado por un patrón de conducta.

Si la comunicación es distinta la cultura también cambiará, por ejemplo, en Estados Unidos es diferente el modo de vida de un país europeo.

Émile Durkheim habla sobre la sociedad y la cosificación de esta, él afirma que no hay que tratarles como cosas a las personas, porque cada una de ellas tienen su personalidad y por ende su libertad. Pero hubo un tiempo donde las personas como los negro e indígenas eran tratados solo para trabajos forzados sin salario, los esclavos eran comercializados y los trataban solo como herramientas de trabajo.

2.1.3 Identidad Cultural

Para definir la identidad cultural se tienen la concepción que desde la semiótica de la cultura usamos el concepto de identidad, entendida como el conjunto de signos que la hacen reconocible. La identidad es lo que se manifiesta a través de un ensamblaje de signos. (Cervino, Chiriboga, 2001)

En este sentido, la noción de identidad es un proyecto y a veces una proyección (como es el caso, hipotéticamente, de las culturas juveniles para las cuales más que hablar de proyectos, hablaríamos de proyecciones: hacia fuera, de su identidad y hacia otras culturas o subculturas). La identidad entonces es la que se encarga de la reconocibilidad “segura” de atributos (de forma y de contenido) caracterizantes. (Cervino, Chiriboga, 2001)

La identidad es diferencial, se constituye en la relación con una alteridad: es así porque no es otra cosa. Los signos que la componen tienen su valor en su

carácter diferencial y negativo en relación con otros: son éstos porque no son otros. (Cervino, Chiriboga, 2001)

Los medios te idiotizan, no te dejan pensar ya que si lo hicieran a ellos no les conviene porque la gente no sería consumista y no hiciera caso de la publicidad, las personas tomaran sus propias decisiones para su vida.

Resulta por los menos dudoso que la Industria Cultural cumpla con la tarea de divertir de la que abiertamente se jacta. Si la mayor parte de las radios y los cines callasen, es sumamente probable que los ciudadanos no sentirían en exceso su falta. Las Industrias Culturales defraudan continuamente a sus consumidores, respecto a todo aquello que prometen. Cuanto menos tiene la Industria Cultural para prometer, más pobre se convierte la ideología que difunde. El jazz y la música popular, podrían servir para modificar la conciencia de la masa, precisamente por su posibilidad de difusión masiva. (Horkheimer, Adorno, 1994)

2.1.4 Identidad Colectiva

La identidad colectiva es un proceso de naturaleza social y psicológica, que vincula a los individuos con un grupo a través de una serie de interacciones que tienen como eje primordial la actividad del movimiento social. La identidad colectiva genera fuertes vínculos entre los individuos y el grupo, de tal modo que los individuos participantes tienen diversos intereses en común. (Morales, 2009).

2.1.5 Imaginario Colectivo

Un imaginario social es un conjunto de valores, instituciones, leyes, símbolos y mitos comunes a un grupo social más o menos concreto y, en parte, a su correspondiente sociedad. Puede que en los imaginarios haya un cierto juego y tensión entre emoción y razón, entre lo real, lo práctico, el deseo, cierto orden simbólico. Existen, desde luego, fundamentales procesos sociales de creación de valor y capital simbólico. (Pierre Bourdieu 1930–2002)

El imaginario está en la mente colectiva que esta es alimentada por los medios

de comunicación masivos que, a través de los programas de televisión, cine, publicidad, propaganda, información de actualidad, entre otros generan consumo y cambios culturales.

Estos cambios vienen ligados a la globalización que ha generado un comportamiento uniforme, esto debido al seguimiento de estereotipos (modelos de vida ideales) que no es la realidad sociocultural de un lugar.

Se crea dos realidades: la realidad imaginaria siendo esta la que todos soñamos y anhelamos, pero nunca la alcanzamos, las grandes marcas nos crean la necesidad y luego nos venden la solución. “La vida material se nutre de la vida imaginaria” (Morín 2009).

La segunda es la real y diversa porque cada ser humano, individuo vive su propia realidad dentro de cada estrato social, cultural e incluso de etnia en el cual el dinero hace parte fundamental de esta.

2.1.6 Diversidad Cultural

“Cualquier tentativa de escribir un resumen de la historia del debate de la diversidad cultural no puede empezar sin el reconocimiento de la existencia de múltiples definiciones del término. La carencia de una sola definición o de alguna diversidad de definiciones, representa el mayor obstáculo en identificar los más importantes instrumentos y foros que en el pasado se han ocupado de los temas de diversidad cultural” Nina Obuljen (2006)

La diversidad cultural son el conjunto de expresiones que son representadas a través de ritos, símbolos, tradiciones que son representativas de un lugar haciéndolo único, cada cultura tiene un modo de vida diferente y el conjunto de culturas crea diversidad.

La diversidad cultural enriquece a un pueblo, pero esta no siempre es aceptada por las mayorías relegándoles a un grupo minúsculo y excluyéndoles de la sociedad por considerarse diferente.

2.1.7 Globalización cultural

Es la expansión de modelos de conducta que viene establecido a través de los medios de comunicación, que crean un sistema de vida uniforme, donde todos los países pueden adoptarlo de manera opcional e incluso acoplarlo a la realidad sociocultural y económica.

La globalización ha provocado un exceso de información que termina saturando, además que no todo lo expuesto es real, esto provoca el nacimiento de nuevas subculturas o culturas híbridas que es mezcla de dos o más expresiones que se manifiesta de manera particular en las nuevas generaciones.

2.1.8 Consumo

El consumo no se puede considerar, por tanto, como un simple deseo de propiedad de objetos, sino como una organización manipulada de la función significativa que transforma al objeto en un signo, el consumo pasa a ser una actividad sistemática de uso expresivo e identificativo de signos. El consumo, al ser producción de signos, es pues un «mecanismo de poder»: estaríamos de alguna manera obligados a consumir sin saberlo. (Baudrillard, 1970)

“El deseo que motiva el consumo es otro: se trata de la adquisición. Aunque conectado con el habitar y con la búsqueda del placer del confort, se trata de móviles que no surgen de la interioridad del ser, sino de las capas exteriores. Existe otra función del consumo, como creador de identidad. La que puede surgir del consumo, de la posesión de objetos, es una identidad que reposa en el tener.

Se trata de una constitución de la identidad por la apariencia. Aquí los objetos aparecen como constituyentes del yo. El predominio del tener sobre el ser se materializa cuando una persona se siente forzada a tener ciertos bienes en función de los otros, del que dirán.

Por ejemplo, cuando se tiene auto no porque se puede o se necesita sino por la presión social. Cuando se va de vacaciones endeudándose más allá de las posibilidades familiares para evitar pasar vergüenza en el barrio o cuando a los niños les pregunten en el colegio”. (Moulián, 1999).

2.1.9 Santiago de Quito

“El origen de esta parroquia comienza en San Antonio en el cual, buscando el desarrollo de los indígenas que habitan por aquí, piensan en formar una parroquia de todos los indígenas, inicialmente con las siguientes comunidades Santa Inés, San Antonio, Capilla, Alabado Chico, Rayaloma, que fueron la base fundamental para esta organización, luego de un trabajo de 11 meses llegan a conseguir el registro oficial de creación el día 16 de Julio de 1982, en la actualidad cuenta con 26 comunidades y 4 barrios. La parroquia se encuentra ubicada al noroccidente de la Provincia de Chimborazo a 18Km de la Ciudad de Riobamba al Oeste de Cantón Colta a 5 Km de la Cabecera Cantonal Villa la Unión, La altitud promedio de esta Parroquia va desde los 2280 hasta los 3600 msnm. Portal web disponible en: http://santiagodequito.gob.ec/?page_id=72

Los límites de la parroquia Santiago de Quito son:

Norte: Villa la Unión Cajabamba,

Sur: Columbe,

Este: Villa la Unión Cajabamba,

Oeste: Cacha y Punín.

2.1.10 La televisión

Como considera Max Horkheimer y Theodor Adorno en su libro La Dialéctica de la Ilustración, la cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos.

La televisión tiende a una síntesis de radio y cine, que está siendo frenada hasta

que las partes interesadas se hayan puesto completamente de acuerdo, pero cuyas posibilidades ilimitadas pueden ser elevadas hasta tal punto por el empobrecimiento de los materiales estéticos que la identidad hoy apenas velada de todos los productos de la industria cultural podrá mañana triunfar abiertamente. (Horkheimer, Adorno, 1994)

Los medios de comunicación televisivos influyen en la identidad cultural ya que mediante sus contenidos cambian la mentalidad de la sociedad de masas transformando su comportamiento en una cultura híbrida que va cambiando conforme la moda impuesta por los medios lo dispone.

La comunicación es una de las mejores herramientas para manipular y controlar masas, a través de distintos canales como radio, prensa, televisión, medios alternativos e internet. Los dos últimos han tenido una gran acogida especialmente en los jóvenes y adolescentes quienes utilizan este medio para poder comunicarse, informarse o educarse.

Los medios de comunicación son utilizados como mecanismos de información, educación y distracción mediante el cual se puede transformar una cultura dependiendo de los contenidos que se transmiten.

Así mismo los medios manipulan el control de las masas, ellos deciden que debe usar la gente, que comer, como verse, y pensar. Por ejemplo para que una mujer se vea atractiva debe ser delgada, en algunos casos hasta anoréxica, esto gracias a formatos impuestos por la publicidad que sale en los medios. En la época medieval una mujer obesa representaba la belleza femenina, los medios cambiaron esa percepción.

2.1.11 Educa TV

"Televisión para aprender", "es un equipo humano al que le apasiona la comunicación educativa para transformar vidas. Las audiencias son la prioridad: infantil, adolescente, juvenil, docente y familiar. Por esta responsabilidad con las audiencias, EDUCA es divertido, innovador, dinámico e interactivo. Investiga

nuevos formatos para satisfacerlos y apoyar la ciudadanía responsable, creativa y forja el futuro del Buen Vivir.

El proyecto TeleEducación gestiona la producción y difusión de la señal de televisión EDUCA, con el respaldo de ser un proyecto emblemático del Ministerio de Educación, mediante Acuerdo ministerial Nro. 0233-13, decretado el 24 de julio de 2013". Portal Web Educa disponible en: <http://www.educa.ec/web/educa/quienes-somos>

El proyecto TeleEducación nació en el 2011 con aprobación de la Senplades, para proveer al sistema educativo ecuatoriano y a la comunidad en general de contenidos audiovisuales y multimediales que fortalezcan la construcción de la sociedad ecuatoriana de paz, en el marco del Buen Vivir.

"Desde el 1 de octubre de 2012, EDUCA salió al aire para dar cumplimiento a la Ley de Radiodifusión y Televisión vigente que prescribía la Hora Educativa, en todos los canales de televisión nacional. Desde el 24 de junio de 2013, EDUCA mantiene la Hora Educativa, de acuerdo al Art. 74, numeral 4 de la Ley Orgánica de Comunicación que dice: "Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias". Portal Web Educa disponible en: <http://www.educa.ec/web/educa/quienes-somos>

2.1.12 Veo Veo:

"Es una iniciativa del Ministerio de Inclusión Económica y Social – MIES y ECTV, instituciones que, desde diciembre de 2012, han unido sus esfuerzos para desarrollar contenidos audiovisuales que contribuyan al desarrollo integral de los niños y niñas, concibiendo las experiencias de ser niño para las propuestas de su programación". Portal Web disponible en: http://mundoveoveo.gob.ec/web/?page_id=6

El Proyecto de VEOVEO plantea la necesidad de construir una señal que conciba a los niños y niñas como ciudadanos; que cree las condiciones necesarias para

que los más chicos puedan reconocerse, aprender, participar, expresarse. Portal Web disponible en: http://mundoveoveo.gob.ec/web/?page_id=6

Veó Veó tiene trece micro segmentos con diferentes temáticas enfocados a niños y niñas, a continuación detallamos el contenido de los mismos que fueron obtenidos en la página web http://mundoveoveo.gob.ec/web/?page_id=10.

2.1.12.1 Nuki Nuki:

Detalle: Serie animada de 1 min.

Sinopsis: Significa “Así es la verdad”, lleva a los niños un mensaje que enseña, guía y divierte a los más pequeños de la casa, enfocándose en la estimulación temprana a través del desarrollo físico, cognitivo y psicoafectivo. Se trata de 30 capítulos con 5 personajes representativos de la región que interactúan con el espectador, educando y recreando a la par en un entorno ambientado al nuestro país.

2.1.12.2 Tilico:

Detalle: Serie de entretenimiento de 3 a 5 min.

Sinopsis: Programa para niños que mezcla la educación inicial y el arte. Tilico enseñará a los niños situaciones tales como amarrarse los zapatos, los medios de transporte y otros aprendizajes más.

2.1.12.3 Caja Musical:

Detalle: Serie animada de 1:27 minutos

Sinopsis: Cada capítulo de “Caja Musical” trata una temática apropiada para niños de 0 a 4 años, desarrollada mediante una canción infantil compuesta originalmente para este propósito y animaciones de objetos o plastilina. Al final la cierra hasta el próximo episodio.

2.1.12.4 Luna de Queso:

Detalle: Serie animada de 2 a 3 minutos

Sinopsis: Programa de cuentos infantiles escritos por diversos autores ecuatorianos. En cada episodio los niños y niñas se sumergirán a un mundo lleno de magia, poesía e historias fantásticas que tienen como telón de fondo la riqueza cultural de nuestro país.

2.1.12.5 Peque Clips:

Detalle: Serie de 1 min. Tomas reales.

Sinopsis: Clips de la vida cotidiana de los niños más pequeños, muestra la relación lúdica entre niños y niñas de diversas regiones del país.

2.1.12.6 Sueños y colores de mi país:

Detalle: Serie de 1 min. Animación 2D.

Sinopsis: Este programa les enseña a los más pequeños a descubrir los tesoros ecuatorianos (flora, fauna, cultura, etc.). Las aventuras de este espacio estimulan los sentidos, disparan la creatividad, invitan a explorar y avanzar, a aprender, a soñar y a transformar.

2.1.12.7 Lili y su gran libro de los animales:

Detalle: Serie de 11 min. Tomas reales y títeres.

Sinopsis: Lili es zoóloga, se dedica a recopilar todos los animales de la fauna ecuatoriana en su “Gran Libro de Animales”. Lili vive en una casa de campo junto a Nacho (la iguana) y el ceibo enano conocido como Árbol. Un día su libro se destruye y pide ayuda a los niños y niñas para rehacerlo.

2.1.12.8 Sí bebé:

Detalle: Serie de 11 min. Tomas reales y animación 2D.

Sinopsis: Es un mundo mágico, que, de una forma entretenida y didáctica, aborda la estimulación temprana junto a padres y cuidadores, buscando mejorar los elementos y actividades de interrelación entre padres e hijos en sus primeros años. Este programa reproduce el entorno de un Centro Infantil del Buen Vivir (CIBV); de esta manera se trabaja con las familias de forma didáctica promoviendo la estimulación y desarrollo de los más pequeños.

2.1.12.9 Perinola:

Detalle: Serie de 1 min. Tomas reales y animación 2D.

Sinopsis: Este programa enseña a los niños y niñas el mundo que nos rodea. Abordará temas como la familia, la casa, el parque, los animales, las plantas, etc. Contribuyendo a su desarrollo de manera educativa y entretenida.

2.1.12.10 Hagamos ruido:

Detalle: Serie de 3 min. Personajes y Animación.

Sinopsis: Es la historia de Chava Chava, un niño de tres años, que todas las noches luego de leer un cuento, vive grandes aventuras con sus amigos, Roboto, Mounstra, Muñeca y su mascota Perrango.

2.1.12.11 ¿Babau te puede preguntar?

Detalle Serie de 11 min. Tomas reales y títeres.

Sinopsis: BABAU responde a varias inquietudes de los niños más pequeños, en un viaje por varios rincones del país.

2.1.12.12 Casita Bombón:

Detalle Serie de 5 min. Stop motion, animación 2D y tomas reales.

Sinopsis: Un mundo de fantasía en donde los niños encontrarán, junto a la familia Garabato, cuentos, bailes, canciones que los ayudarán a aprender muchos divertidos y entretenidos temas.

2.1.12.13 Tino y sus amigos:

Detalle: Serie de 11 min. Animación 2D.

Sinopsis: Tino y sus amigos es un mundo mágico, que de una forma entretenida y didáctica, aborda la estimulación temprana; de esta manera se trabaja con las familias de forma didáctica promoviendo la estimulación y desarrollo de los más pequeños.

2.1.13 Mi voz mi mundo:

Detalle Serie de 30 minutos, tomas reales.

Sinopsis: Es un documental testimonial que presenta un día en la vida de los niños de distintas localidades del país, desde temprano en la mañana, en sus hogares y en sus escuelas. No pueden faltar los juegos y deportes en los recreos ni las travesuras, así como esos creativos proyectos escolares a los que se entregan con pasión. Ofrece una fresca mirada a la infancia ecuatoriana, que utiliza su voz para mostrarnos su mundo". Portal Web disponible en:
<http://www.educa.ec/educatv/capitulosinfantil.xhtml?codigoPrograma=2>

2.1.14 Marcela Aprende Kichwa

Detalle: Serie de 5 minutos, tomas reales.

Sinopsis: Marcela, Wauki y sus amigos son jóvenes que comparten diferentes culturas e historias personales. Gracias a su amistad intercultural, aprenden unos de otros. El programa nos permite acompañarlos por rincones mágicos del Ecuador, introduciéndonos en la bella aventura de aprender kichwa. En cada capítulo iremos aprendiendo nuevos términos del kichwa, expresiones que son el eco de la cosmovisión de un pueblo que permanece a través de los años”.

Portal Web disponible en:
http://www.educa.ec/educatv/capitulo_juvenil.jsp?idFicha=11

2.1.15 Target

“La palabra inglesa “target” no es otra cosa que “objetivo” y cuando lo aplicamos al ámbito del marketing se refiere al público objetivo de nuestras acciones.² ¿A quién nos estamos dirigiendo? ¿Cuáles son su gustos?, ¿sus costumbres?, ¿dónde está? En el ámbito del marketing, el conocimiento del mercado y del público al que nos dirigimos es fundamental y debe guiar todas nuestras decisiones de marketing: precio (¿cuánto está dispuesto a pagar?, ¿tiene ya una alternativa a nuestro producto y cuánto paga por ella?)”. Borge

2.2 VARIABLES

2.2.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Segmentos infantil y juvenil del proyecto Educa

2.2.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Identidad cultural

2.2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTO
Segmentos infantil y juvenil del proyecto Educa TV	El proyecto Educa TV es impulsado por el MIES y el Ministerio de Educación donde busca fortalecer la identidad cultural de la ciudadanía.	Educa TV Televisión	Veo Veo Marcela Aprende Kichwa Mi voz mi mundo Contenidos Programas	Encuestas: Cuestionario
Identidad cultural	La identidad es entendida como el conjunto de signos que la hacen reconocible. (Cervino, Chiriboga, 2001)	Cultura Etnia Santiago de Quito	Tradición Costumbre Religión Gastronomía Vestimenta Música Mestizo Indígena 3200 m.s.n.m. Laguna de Colta 10 a 12 °C	Entrevista Formulario de preguntas

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. MÉTODO

El método de investigación que se utilizó es el científico, mediante este nos permitió obtener conclusiones del tema que se está abordando, para aquello se siguió un orden y procedimientos previamente planificados, los cuales nos permitió trabajar de manera sistemática.

Inductivo.- Se utilizó este método debido a las características propias de la investigación tomando en cuenta que la misma va desde el ámbito particular para obtener conclusiones generales, esto lo definimos gracias a las herramientas aplicadas como es la encuesta y la entrevista.

3.2 Diseño de la Investigación

No experimental.- Se utilizó este diseño porque no se manipulan las variables, en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente para después analizarlos.

Campo.- Se recolectó datos de las 30 comunidades pertenecientes a la parroquia Santiago de Quito, en las cuales se analizó la influencia del Programa Educa TV en la identidad cultural de los jóvenes de 12 a 17 años, siendo los mismos más consumidores de estos productos comunicacionales, esto determinado por encuestas piloto para fines de esta investigación.

3.3 Tipo de la Investigación

Descriptivo.- La investigación es descriptiva ya que recoge y narra a través de los instrumentos de investigación los comportamientos culturales que identifican a los jóvenes de Santiago de Quito como son

gastronomía, vestimenta, preferencias musicales, ocio, religión, entre otros.

Documental.- En el proceso de la recopilación de información, la bibliografía utilizada fue con libros procedentes de la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo, además de libros de diversos países, también se consultó en el repositorio de la Carrera de Comunicación Social.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN.

En esta investigación el universo total es de 900 jóvenes que están en la edad comprendida de 12 a 17 años, de acuerdo a datos del INEC 2010.

3.4.2 MUESTRA

La muestra se realizó el cálculo con la siguiente fórmula

$$n = \frac{m}{e^2(m-1) + 1}$$

Siendo

n: Muestra
m: Población Total
e: Margen de error (0,05)

$$n = \frac{900}{0,05^2(900 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{900}{0,0025 (899) + 1}$$

$$n = \frac{900}{3,2475}$$

$$n = 270$$

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1 Encuesta:

Mediante la encuesta se obtuvo información a través de un cuestionario que permitió obtener resultados que son representados a través de cuadros y gráficas estadísticas. En una primera instancia se realizó una encuesta piloto donde se determinó los segmentos Veo Veo, Marcela aprende Kichwa y Mi voz mi mundo como los más vistos.

3.5.2 Entrevista

Con esta herramienta se recopiló información gracias a las conversaciones que se realizaron con expertos en el tema de investigación.

3.6. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS.

Los resultados de la encuesta que previamente fue tabulada son representados mediante gráficas y cuadros estadísticos que se los elaboró en Microsoft Excel y Microsoft Word.

Para la interpretación de los resultados se utilizó el método inductivo que va de lo particular a lo general.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis de la encuesta aplicada a jóvenes de Santiago de Quito

Género

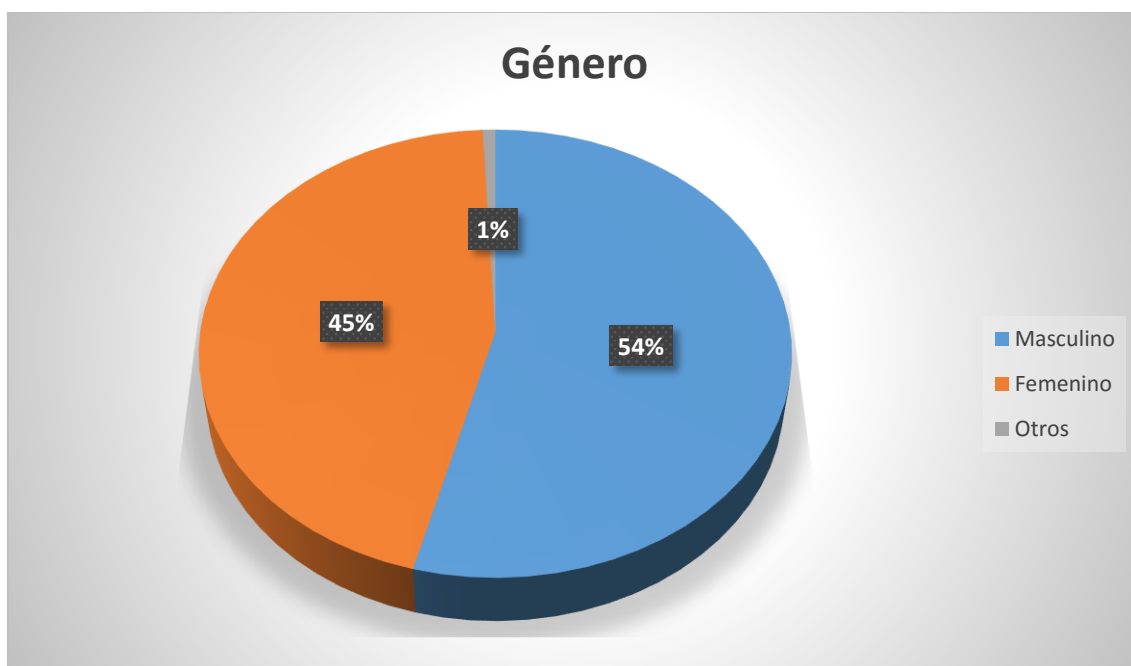
Cuadro N° 1 - Género

Género	Total	Porcentaje
Masculino	146	54,07%
Femenino	122	45,18%
Otros	2	0,75%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N°1 - Género



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: Dentro de la población estudiada de jóvenes de 12 a 17 años hay mayor cantidad de hombres que están representados en un 54% con un 45% de mujeres y el 1% que no tiene definido su género y está interpretado como otros, esto significa que hay mayor cantidad de personas del género masculino en un 9% más.

Edad

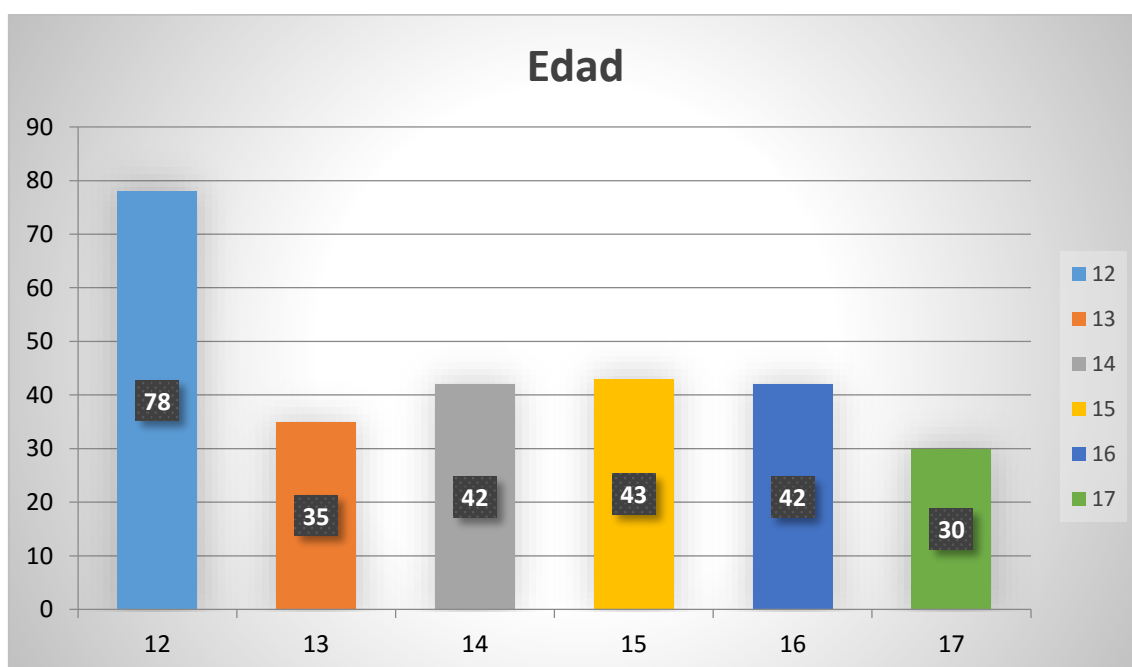
Cuadro N° 2 - Edad

Edad	Total	Porcentaje
12	78	28,89%
13	35	12,96%
14	42	15,56%
15	43	15,92%
16	42	15,56%
17	30	11,11%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N°2 - Edad



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: En la población estudiada existe mayor cantidad de adolescentes de 12 años con el porcentaje del 29,89% y los de 13 años con un porcentaje del 12,96%, mientras que de 14 a 17 mantienen el promedio del 15% al 16%.

Pregunta 1: ¿Usted habla Kichwa?

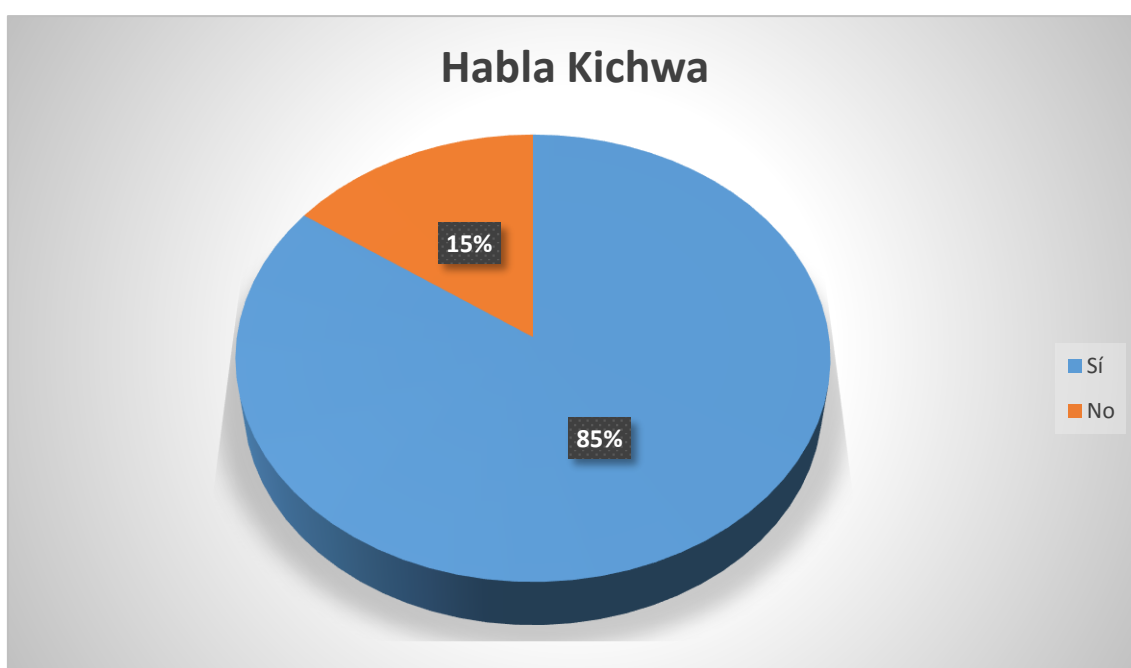
Cuadro N° 3 – Habla Kichwa

Respuestas	Total	Porcentaje
Sí	229	84,82%
No	41	15,18%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N°3 – Habla Kichwa



Fuente: Encuesta realizada

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: En la población analizada de Santiago de Quito existe el 84,82% de Kichwa hablantes, en su mayoría son nativos y bilingües, el 15,18% habla solo castellano dando como resultado final que se mantiene el idioma ancestral con una amplia mayoría.

Pregunta 2: ¿A qué etnia pertenece?

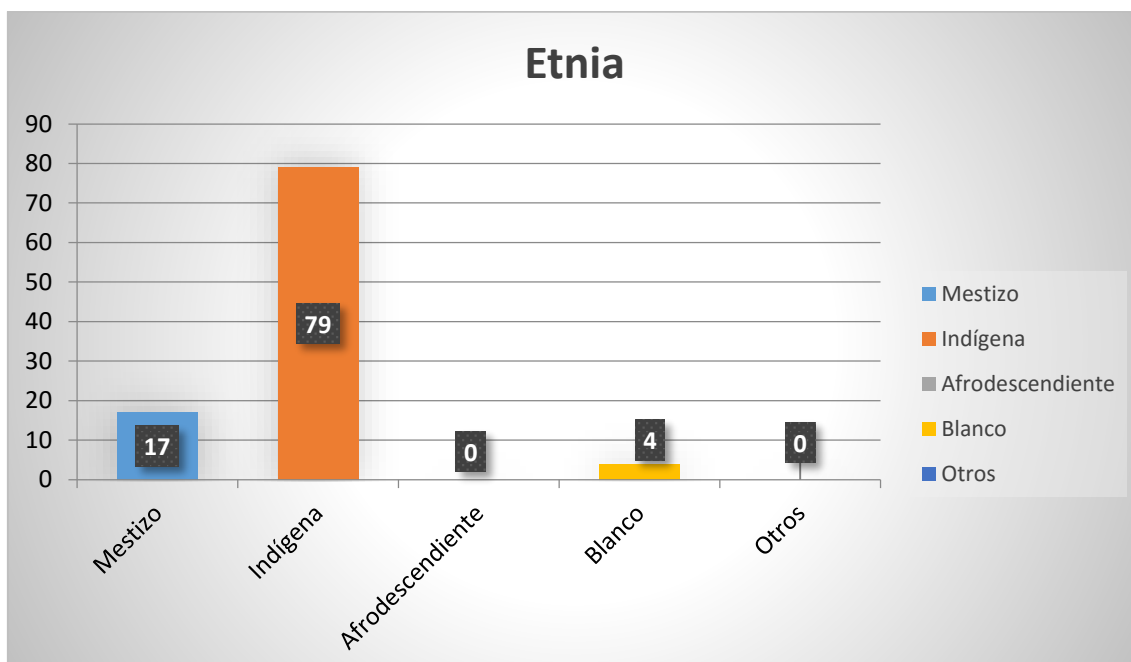
Cuadro N° 4 - Etnia

Respuestas	Total	Porcentaje
Mestizo	46	17,04%
Indígena	213	78,89%
Afrodescendiente	1	0,37%
Blanco	10	3,70%
Otros	0	0%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N°4 - Etnia



Fuente: Encuesta realizada

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: El 79% de la población encuestada de la parroquia Santiago de Quito se identifica como indígenas siendo la predominante, frente a un 17% de mestizos y el 4% de blancos, estos dos últimos porcentajes tienen esta cantidad debido a que no se sienten identificados como indígenas ya que algunos de ellos dominan el idioma castellano y por ende no se sienten indígenas.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de música escucha?

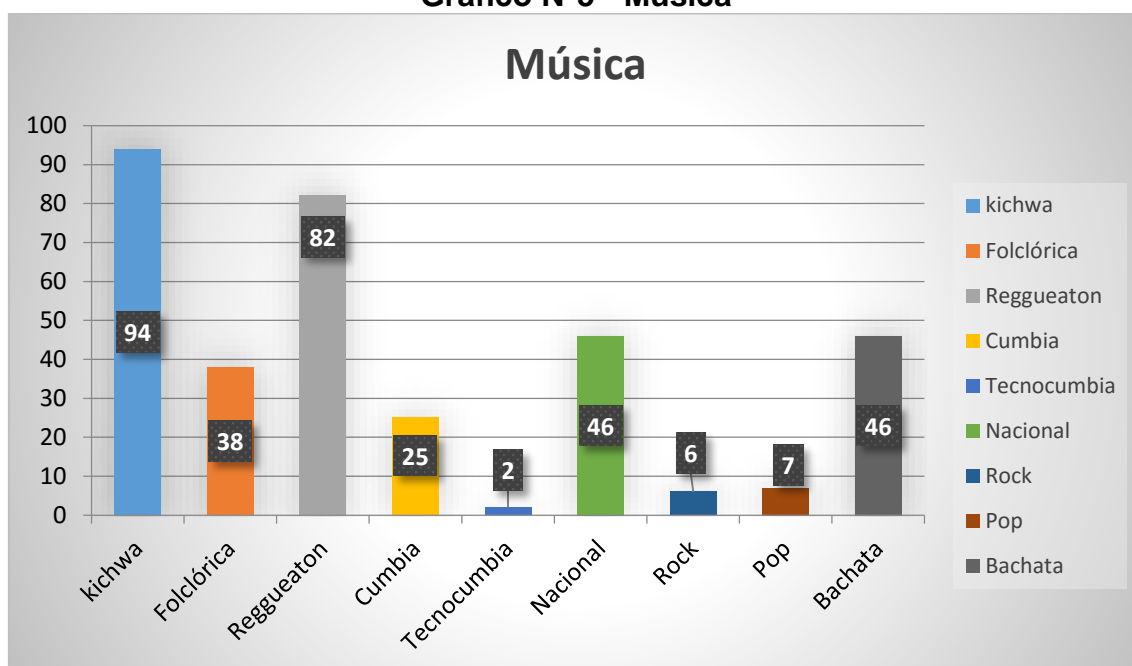
Cuadro N° 5 - Música

Respuestas	Total	Porcentaje
Kichwa	94	27,16%
Folclórica	38	10,98%
Reggaeaton	82	23,70%
Cumbia	25	7,23%
Tecnocumbia	2	0,58%
Nacional	46	13,29%
Rock	6	1,74
Pop	7	2,02
Bachata	46	13,30
Total	346	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N°5 - Música



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: El 27% de la población escucha música en Kichwa lo cual concuerda con la identidad cultural del lugar, a estas cifras le sumamos la música nacional con un 13%, folclórica 11% y tecnocumbia 1% que sumados estos valores suma el 52% que consumen lo que se llamaría música ecuatoriana, el 48% está distribuida en géneros internacionales tales como el reggaeaton con el 24%, bachata 13%, cumbia 7%, pop 2%, rock 2% lo que nos indica que hay una gran influencia en este ámbito.

Pregunta 4: ¿Usa la vestimenta tradicional indígena de Santiago de Quito?

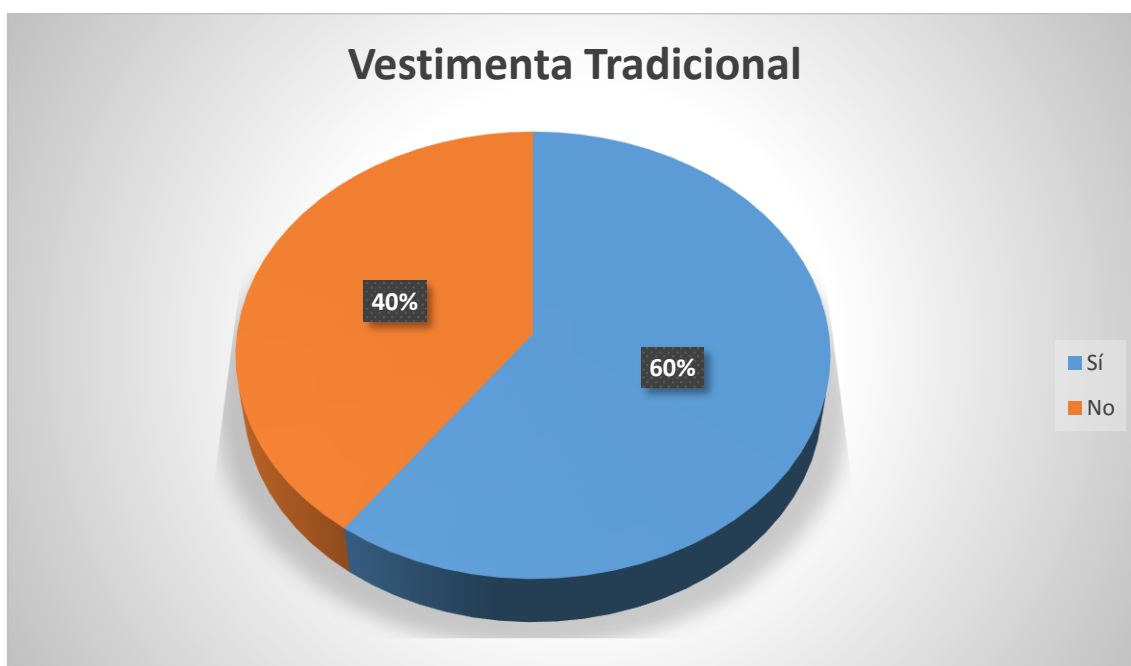
Cuadro N° 6 – Vestimenta Tradicional

Respuestas	Total	Porcentaje
Sí	162	60%
No	108	40%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 6 – Vestimenta Tradicional



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: El 60% de la población estudiada utiliza vestimenta tradicional indígena y el 40% no, a esto se suma que el 19% de la población que ha perdido su identidad en cuanto al modo de vestir ya que 79% se considera de etnia indígena.

Pregunta 5: En su vida cotidiana qué consume:

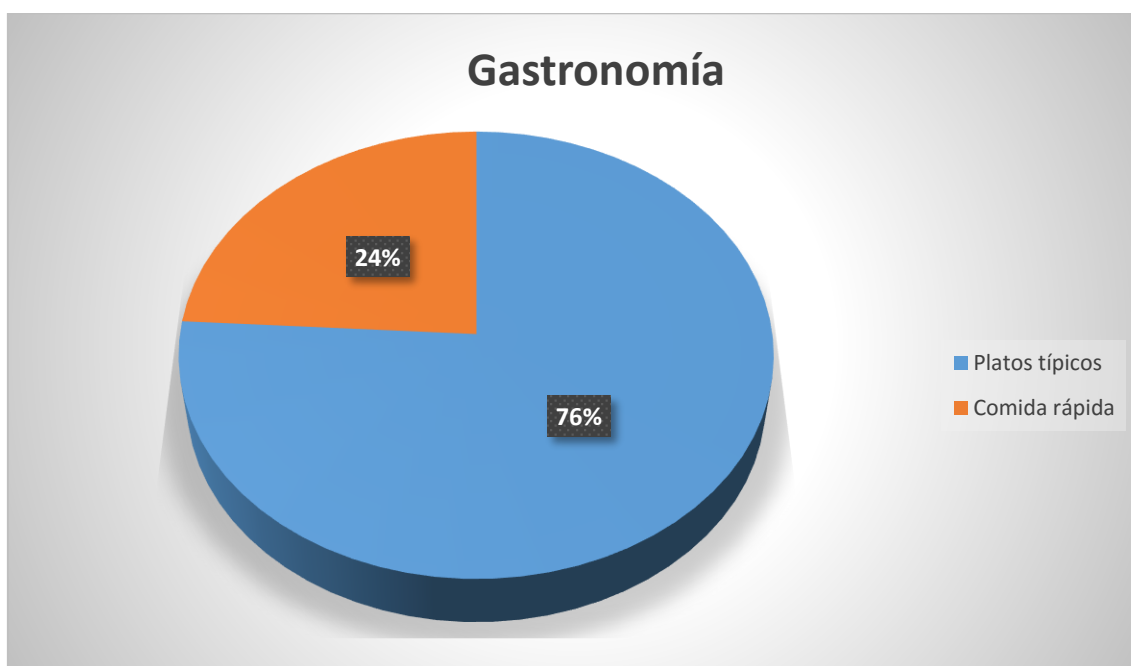
Cuadro N° 7 - Gastronomía

Respuestas	Total	Porcentaje
Platos típicos	205	75,93%
Comida rápida	65	24,06%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 7 - Gastronomía



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: El consumo de los platos típicos en el sector investigado es mayoritario porque el 76% de los habitantes lo incluye dentro de su alimentación diaria, el 24% prefiere la comida rápida, dándonos como conclusión que en este aspecto no se ha perdido la identidad cultural.

Pregunta 6: ¿Cuál es la religión que usted profesa?

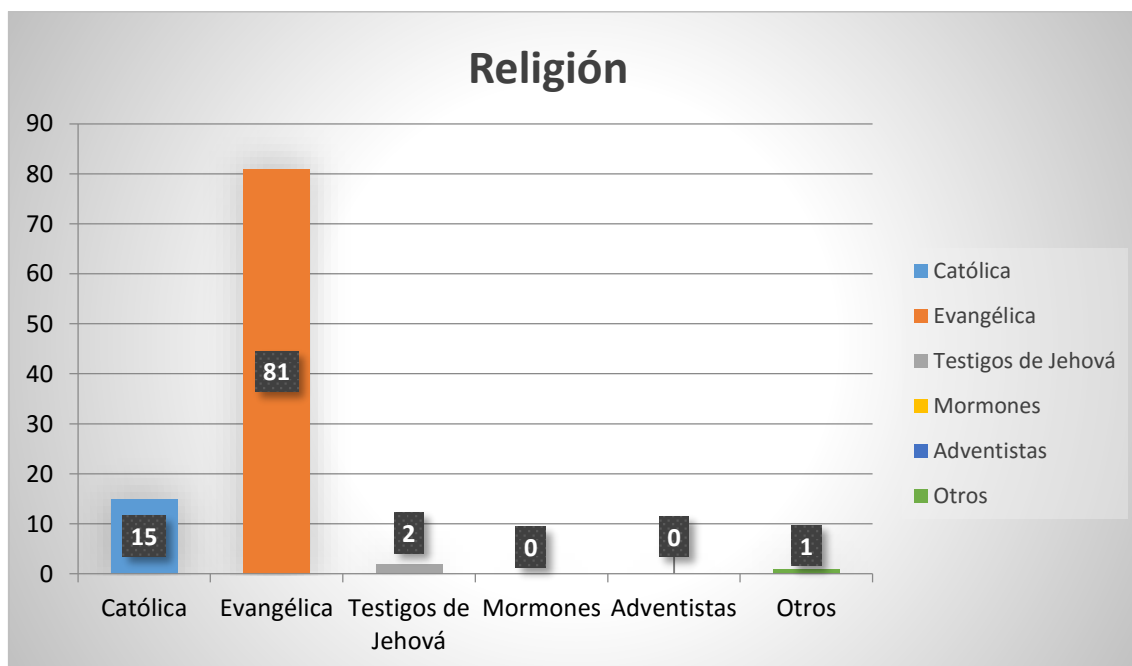
Cuadro N° 8 - Religión

Respuestas	Total	Porcentaje
Católica	40	14,81%
Evangélica	220	81,48%
Testigos de Jehová	5	1,85%
Mormones	0	0%
Adventistas	1	0,38%
Otros	4	1,48%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 8 - Religión



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: La religión predominante con el 81% es evangélica, esto nos da una lectura que no solo el sector indígena es evangélico sino que un 2% de la población que no es indígena se ha sumado a esta religión, con un 15% se encuentra el catolicismo que no cuenta con una iglesia en el sector, el 4% restante profesan otras religiones.

Pregunta 7: ¿Qué programa suele ver más?

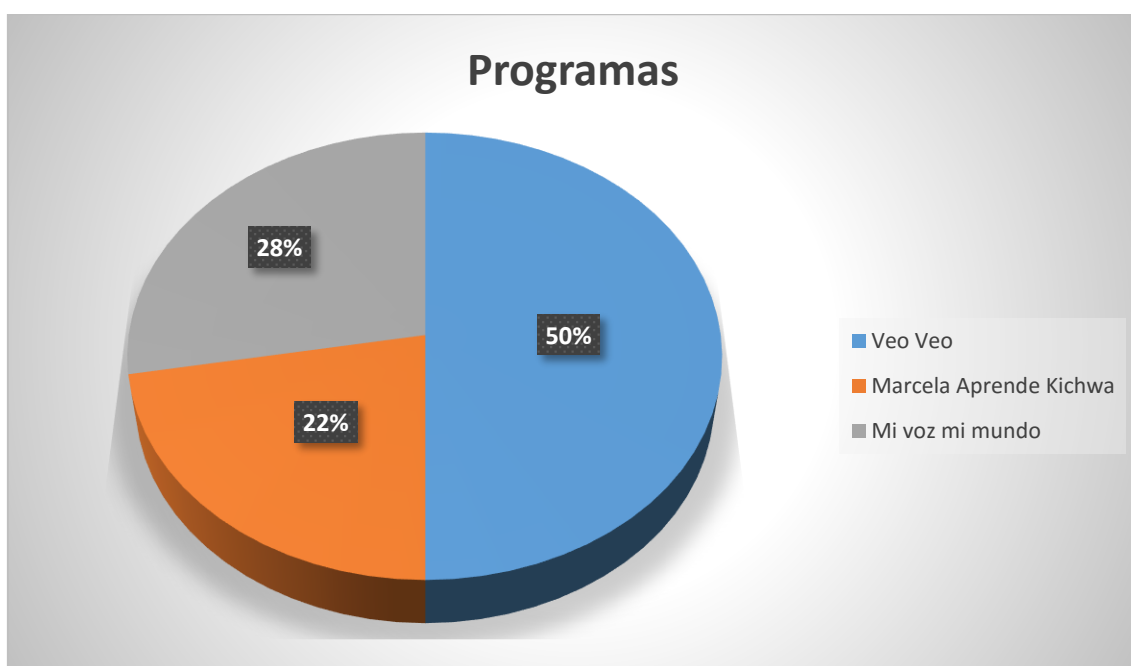
Cuadro N° 9 - Programas

Respuestas	Total	Porcentaje
Veo Veo	135	50%
Marcela Aprende Kichwa	60	22,22%
Mi voz mi mundo	75	27,78%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 9 - Programas



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: Luego de haber realizado la tabulación de los tres programas de EducaTV, que son el objeto de estudio encontramos que los adolescentes de 12 a 17 años tienen como preferencia el segmento Veo Veo con un 50%, seguido de Mi voz mi mundo con un 28% y finalmente Marcela aprende kichwa con un 22%, lo cual llama la atención ya que este último por las condiciones de etnia debería ser el más observado.

Pregunta 8: ¿Por qué ve Marcela aprende Kichwa?

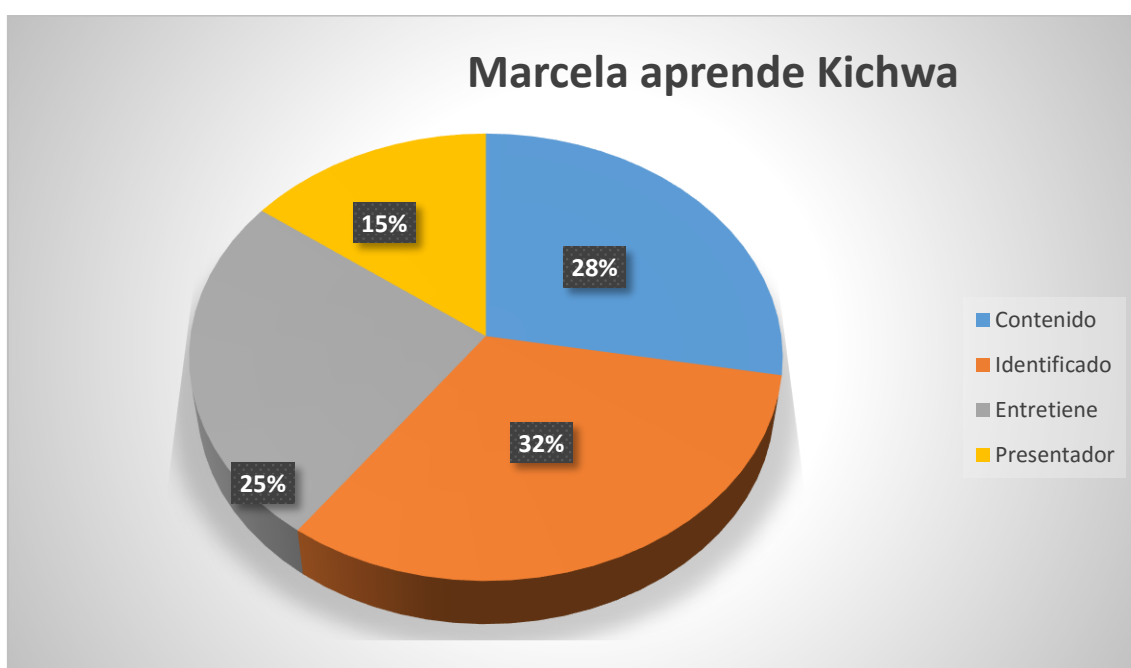
Cuadro N° 10 – Marcela aprende Kichwa

Respuestas	Total	Porcentaje
Contenido	75	27,78%
Identificado	87	32,22%
Entretiene	68	25,19%
Presentador	40	14,81%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 10 – Marcela aprende Kichwa



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: El segmento Marcela aprende Kichwa está planteado bajo cuatro aristas que son: contenido, identificado, entretenimiento, presentador, es así que los consumidores de este programa prefieren el mismo porque se sienten identificados y están representados en un 32%. El contenido tiene un porcentaje del 28%, el factor entretenimiento con el 25%, dejando el 15% por el presentador, estos datos coinciden con la realidad sociocultural del lugar de estudio.

Pregunta 9: ¿Cuánto tiempo suele ver Educa TV semanalmente?

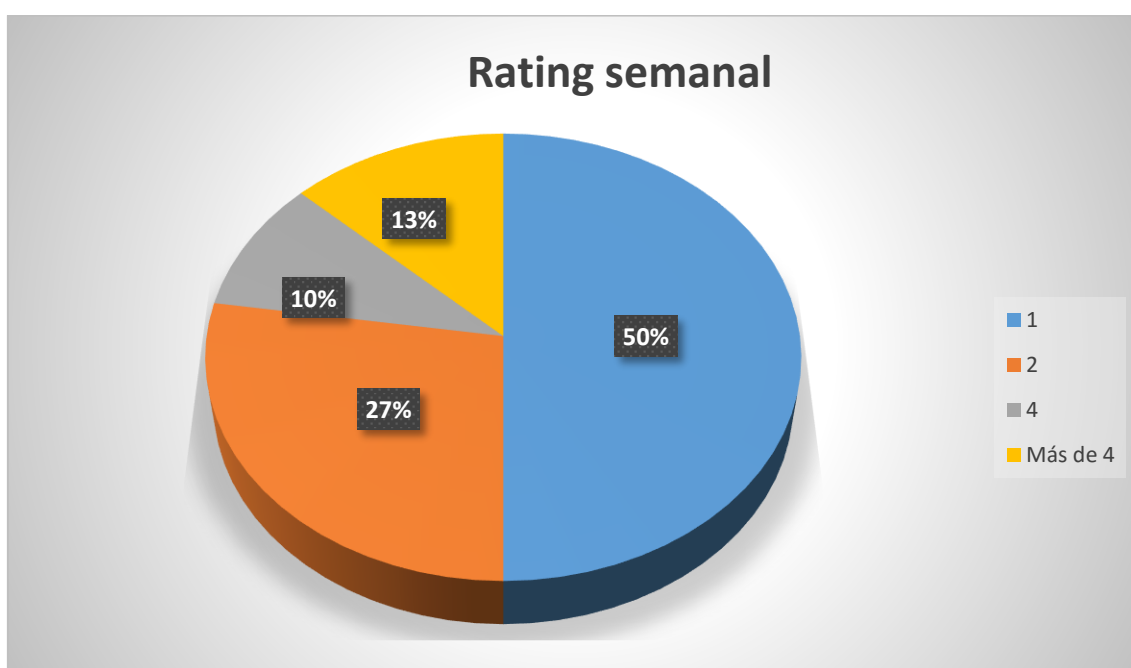
Cuadro N° 11 – Rating semanal

Respuestas	Total	Porcentaje
1	135	50%
2	74	27,41%
4	26	9,63%
Más de 4	35	12,96%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 11 – Rating semanal



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: El 50% de la población estudiada ve una hora a la semana Educa TV, el 27% dos horas, el 13% más de cuatro horas y por último el 10% cuatro horas. Esto se debe a diversos factores, uno de los principales que los adolescentes ayudan a sus padres en las labores cotidianas, motivo por el cual no pueden ver la programación ya que esta se emite entre las 15:30 a 18:00.

Pregunta 10: ¿Conoce de la Existencia de la Revista Veo Veo?

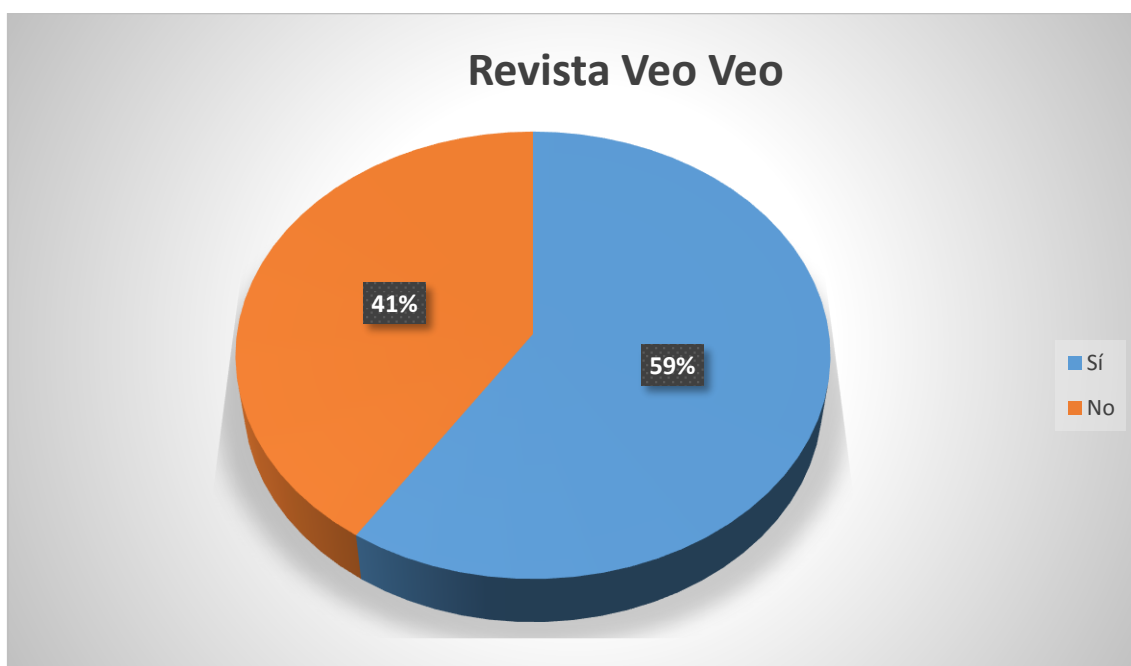
Cuadro N° 12 – Revista Veo Veo

Respuestas	Total	Porcentaje
Sí	160	59,26%
No	110	40,74%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 12 – Revista Veo Veo



Fuente: Encuesta realizada

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: Al momento de ser consultados si conoce la existencia de la revista Veo Veo el 59% respondieron que sí, cabe recalcar que se está refiriendo al producto comunicacional en físico, el 41% restante desconoce de la existencia del mismo.

Pregunta 11: ¿Te ha sido útil las experiencias contadas en el programa Mi Voz mi mundo?

Cuadro N° 13 – Experiencias de Mi voz mi mundo

Respuestas	Total	Porcentaje
Sí	189	70%
No	81	30%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Víctor Verdezoto

Gráfico N° 13 – Experiencias de Mi voz mi mundo



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Víctor Verdezoto

Análisis e interpretación: Mi voz mi mundo es un programa que narra la historia cotidiana de los niños y niñas de los diferentes lugares del territorio ecuatoriano, la población estudiada afirma que le ha sido útil estas historias mismas que están representadas en un 70%, el 30% restante respondió que no.

Pregunta 12: ¿Te has sentido identificado con alguna experiencia narrada en el programa Mi Voz mi mundo?

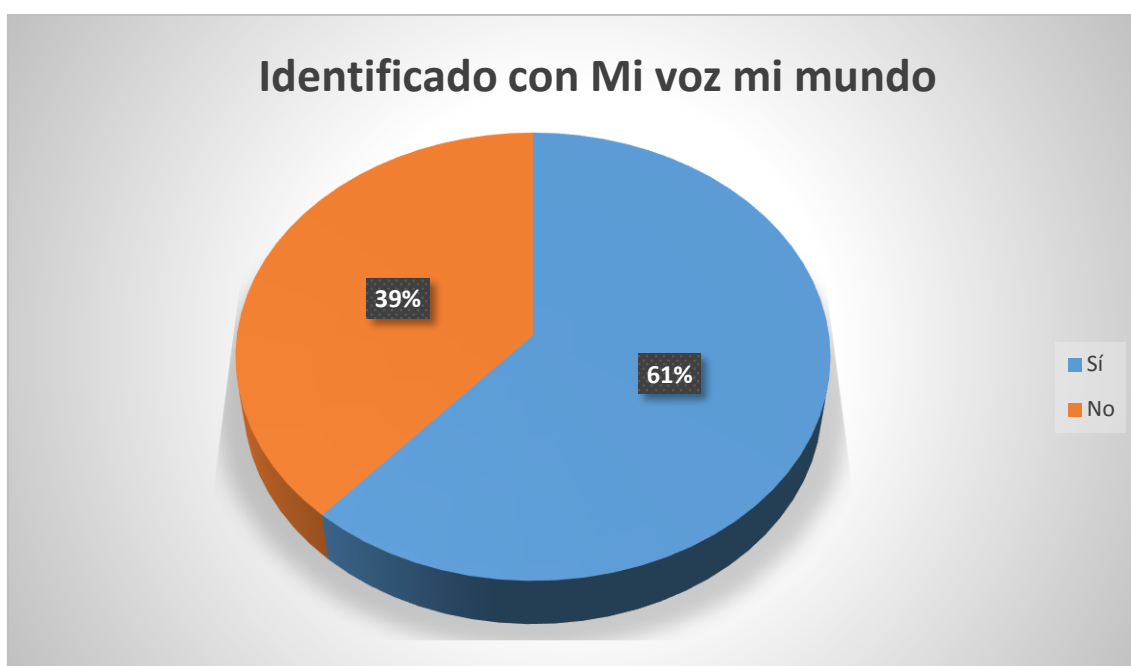
Cuadro N° 14 – Identificado con Mi voz mi mundo

Respuestas	Total	Porcentaje
Sí	166	61,48%
No	104	38,52%
Total	270	100%

Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Gráfico N° 14 - Identificado con Mi voz mi mundo



Fuente: Encuesta realizada a jóvenes

Elaboración: Vinicio Bastidas, Victor Verdezoto

Análisis e interpretación: Al ser estas historias parte de la realidad ecuatoriana, los televidentes estudiados se sienten identificados con el 61%, esto da a entender que tiene una acogida importante, pese a que el 50% ve una hora a la semana, el otro 39% consume este producto, pero no se siente identificado.

4.1 Resultados de entrevistas con los especialistas

En la investigación realizada se entrevistó a:

- Ldo. Mario Guadalupe, director de la Unidad Educativa Santiago de Quito.
- Lcda. Manuela Cuji Pucha, periodista Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador ERPE.
- Dr. Patricio Cárdenas, activista cultural, especialista en gestión de Cultural y Patrimonio, Ministerio de Cultur

Preguntas	Ldo. Mario Guadalupe	Lcda. Manuela Cuji Pucha	Dr. Patricio Cárdenas	Conclusión
<p>1. ¿Cree que el proyecto Educa TV ha fortalecido la identidad cultural de los jóvenes de 12 a 17 años de la parroquia Santiago de Quito?</p>	<p>“En un 50% ya que no todos poseen televisión”.</p>	<p>“Me atrevería decir que como información de alguna manera está presente, pero los horarios de difusión no son los correctos porque los jóvenes están fuera de sus casas a esas horas, yo hablo de mi hija, ella solo mira esos programas los fines de semana, recomendaría que los horarios de difusión sea de 06:00 a 07:00 y en la tarde</p>	<p>“Hablando de Educa TV, personalmente pienso que es un buen trabajo como producto comunicacional, fue creado con el objetivo de ser consumido a través de la televisión, pero lamentablemente en cuestiones de horario y de dinámicas locales impiden llegar al público que está enfocado, creo que la política estatal en este período busca fortalecer el sector indígena campesino”.</p>	<p>Dos de los especialistas: la Lda. María Cuji, Dr. Patricio Cárdenas concuerdan que el horario no es el adecuado, por lo tanto, se debe estudiar el lugar y transmitir los programas de acuerdo a la población.</p>

		de 17:00 a 19:00, que no sea un horario estándar para todos, sino estudiando cada población, se debe realizar un trabajo más de campo y hacer que estos participen”.	“Las personas de la sierra centro no tienen sentido de pertenencia en cuanto a la identidad, esto se diferencia a la sierra norte que son embajadores de su cultura, por ejemplo los de Otavalo, ellos son otavaleños en cualquier parte del mundo.	
2. ¿Sabe usted qué actividades realizan los estudiantes de la parroquia Santiago de Quito después de clases?	“Los chicos se dedican al pastoreo y recoger a los animales hacia los corrales, también ayudan en las labores cotidianas, esta actividad lo realizan hasta las			El factor principal para que los jóvenes no consuman este producto comunicacional es que ayudan en las labores cotidianas a los padres y un porcentaje mínimo no tiene televisión.

	18:00”.			
3. ¿De qué manera se fortalece la identidad cultural de los jóvenes?	<p>“La unidad educativa siempre está realizando eventos en los cuales se recogen la situación vivencial de nuestros ancestros, de los Raymis, como el Pawcar Raymi, Inti Raymi, entre otros, en las distintas fechas como son el 21 de marzo, 21 de junio, 21 de septiembre, 21 de diciembre”.</p> <p>“Con esto se recuerda lo que antes</p>		<p>“Hasta antes de la Ley de Cultura todo lo que era educación era responsable el Ministerio de Educación, actualmente como ley de cultura, nosotros asumimos la responsabilidad de generar los contenidos en cuanto a lo que es este ámbito artístico, en este año, estamos en ese proceso”.</p> <p>“Es así que en las unidades educativas ya no hay cultura estética, ahora es artes y cultura”.</p>	<p>Patricio Cárdenas, afirma que como Ministerio de Cultura han trabajado en el cambio de asignaturas en las unidades educativas con el afán de fortalecer las prácticas culturales y esta tiene una nueva denominación en la malla curricular que es artes y cultura.</p> <p>Por otra parte, Mario Guadalupe nos comentó que se busca mantener la identidad a través de los diferentes programas organizados en la</p>

	<p>se hacía, se fortalece la tradición, así también las fiestas más grandes por ejemplo finados donde se hace las wawas de pan, colada morada y todo lo que conlleva la programación”.</p> <p>“Se da a conocer la semana santa, la pasión y muerte de Jesucristo, el carnaval en lo cultural porque hay gente que viene de Colombia o Venezuela, ellos son los que vivían antes</p>		<p>“Ahora como parte de nuestras políticas está la Ley de Cultura en la cual protege los saberes ancestrales y el diálogo intercultural, esto está en el Art. 5 literal a, b, c, de la misma que está vigente actualmente”.</p>	<p>institución en los cuales utilizan la vestimenta tradicional y recuerdan las prácticas culturales que se han dado por años.</p>
--	---	--	---	--

	en este lugar”.			
4. ¿En qué idioma imparten la educación o se comunican solo kichwa, castellano o bilingüe?	<p>“La unidad educativa es intercultural bilingüe, hay profesores que imparten el idioma kichwa y de igual manera se enseña el idioma extranjero que es el inglés”.</p> <p>“Se cuenta con una planta docente para dar clases de los dos idiomas a más de las señoritas del voluntariado que son de nacionalidad alemana”.</p>	<p>“Lo realizamos en Kichwa y español ya que nuestros oyentes así lo piden, hacemos el programa en la mañana de 04:00 a 06:00 y en la tarde 18:00 a 21:00, en este último hay mayor participación de la audiencia con entrevistas, preguntas y debates, esto con personas que dominan el idioma Kichwa, además se cuenta sintonía en la</p>		<p>Los especialistas coinciden en que al realizar las actividades cotidianas como el aprendizaje, comunicación se lo hace en los dos idiomas castellano y Kichwa.</p>

		parroquia Santiago de Quito”		
5. ¿Se ha mantenido la vestimenta tradicional de Santiago de Quito en los jóvenes?	“En un 98% los estudiantes o directamente del distrito nos han enviado los uniformes con las características de los indígenas, entonces quienes han optado por mantener la falda, nosotros no lo hemos impedido, si ellos no quieren ponerse el anaco, respetamos su decisión”.	“A muchos de ellos les da vergüenza decir que son indígenas porque han viajado a otros lugares y se han adaptado a esa cultura convirtiéndose en una mezcla de lo autóctono y adquirido, esto ha sido provocado por el racismo, la vestimenta ha cambiado con el objetivo de defenderse y estar en		Las razones son distintas aseguran los entrevistados pero finalmente llegan a una conclusión que en la vestimenta si ha existo una afectación y la pérdida de identidad debido a la vergüenza o recelo que sienten al utilizar esta ropa porque en mucho de los casos han sido rechazados por utilizar la misma.

		iguales condiciones que los mestizos”. “Otro factor importante es la ropa cara, un anaco cuesta desde los 150 hasta los 200 dólares, una bayeta \$100, las blusas que tienen bordados \$300, además de estar a la moda sobre todo en los jóvenes”.		
6. ¿Cree que se está perdiendo la identidad cultural en cuanto a la música?	“Definitivamente la música de nuestros ancestros se ha perdido siendo los causantes los medios de comunicación”.	“En cierto sector de la población si se han dejado influenciar por los géneros modernos como rock, bachata, reggaetón”.	“Yo pienso que no, se ha recuperado la identidad, en cuestión a la música y las artes es subjetivo sobretodo la música, esta tiende a adaptarse	Cuji y Cárdenas concuerdan que se mantiene la identidad musical, que no suene a tradicional es distinto, mencionó en sus

	<p>“A nivel de comunicación se ha establecido la ley del uno por uno en cuanto tiene que ver con la música, pero los medios no lo cumplen, contadas son las emisoras que ponen música nacional, no se difunde la música autóctona ecuatoriana, entonces es lógico que vienen otros géneros y los jóvenes se sienten atraídos por los mismos”.</p>	<p>Con los ritmos locales se identifican porque ellos están presentes en las fiestas más populares como el carnaval</p>	<p>de acuerdo al sector, puedo hablar de Colta, Guamote que prefieren los artistas locales, cosa que no sucede en las ciudades, se identifican con sus artistas en el caso de Guaraca, Pingos, Pullay, Quishpe, estos han tenido connotación nacional, pero sin embargo están arraigados a su pueblo, no hay una fiesta en el sector donde no esté uno de esos artistas y eso habla bien que la música no suena a lo tradicional es otra cosa, pero sin embargo es música que</p>	<p>palabras finales.</p> <p>Esta es interpretada en su idioma tradicional y con artistas locales que han trascendido fronteras.</p>
--	---	---	---	---

			está en su propio idioma y esto guarda las estructuras tradicionales autóctonas creando identidad ya que se renueva constantemente”.	
7. ¿Los jóvenes siguen consumiendo la comida típica de Santiago de Quito?	<p>“En la comida definitivamente se sigue manteniendo los platos típicos de nuestros ancestros que son las papas con cuy y el hornado, muy poco se consume fideos y demás”.</p> <p>“Cuando normalmente se</p>	<p>“Se consume aun lo que es las habas, mellocos, papas, quínoa, digo esto porque me consta, he estado presente en Santiago de Quito, entonces se mantiene la identidad”.</p>		<p>En cuanto a la comida tradicional los especialistas coinciden que se mantiene la identidad ya que esta es una práctica diaria en cada uno de sus hogares, además podemos decir que están consumiendo productos sanos ya que en su gran mayoría son cultivados por ellos</p>

	reúnen en familia no puede faltar el plato de papas con cuy y el hornado”.			mismo.
8. ¿Qué religión es predominante en Santiago de Quito?	“En un 90% los moradores y los estudiantes son evangélicos y un 10% son católicos, esas dos religiones están marcadas no existen otras adicionales”.			La religión predominante en Santiago de Quito es evangélica, incluso existe una iglesia para los cultos.
9. ¿Con qué etnia se sienten identificados los estudiantes de Santiago de Quito?	“En un 95% son indígenas y el 5% restante son mestizos, ellos en lo posible tratan de decir que no son indígenas porque algunos de ellos	“En el último censo podría decir que hemos sido perjudicados porque nuestros jóvenes dijeron que ya no eran indígenas, no quieren identificarse	“No nos inventemos las estadísticas, en el último censo en el 2010 se registra que un 33% de la población se identifica como indígena, a diferencia del censo del 2001 que es apenas un	El ecuatoriano tiende a perder la identidad cultural más fácilmente y en el sector indígena se ha agudizado este particular por la discriminación que han sufrido sus antepasados e

	<p>hablan bien castellano porque sienten vergüenza de lo que verdaderamente son, pero los padres se siguen manteniendo como indígenas, de acuerdo a la situación del mestizaje”.</p> <p>“Los pobladores de Santiago de Quito son indígenas Puruhaes”.</p>	<p>como tales, pero en la gran mayoría se mantiene por estar con sus padres”.</p>	<p>13%, este dato nos indica que hay una mayor conciencia de la identidad”.</p> <p>“Es fácil de medir la pérdida de identidad cultural basta comparar un ecuatoriano con un colombiano, peruano, venezolano o argentino, se puede ver que ellos por más que vivan en un lugar no pierden su acento, su forma característica de hacer las cosas, están arraigado a sus raíces, su música, vestimenta, gastronomía”.</p>	<p>incluso las nuevas generaciones.</p>
--	---	---	--	---

			<p>“La pérdida de identidad se debe A la falta de memoria social, lastimosamente el Ecuador a nivel general es un grupo que carece de esta memoria política, social, económica, las nuevas generaciones no se acuerdan del feriado bancario que ocurrió en los 90”.</p>	
<p>10. ¿Se está perdiendo la educación intercultural bilingüe en los centros de educación rural?</p>		<p>A través de la ley se ha manifestado que la educación es intercultural, en Chimborazo solo existe la Unidad Educativa Monseñor</p>	<p>“Yo pienso que en el sector indígena si ha afectado porque era un sistema creado específicamente para un determinado lugar, ahora con lo que predomina</p>	<p>En el campo educativo el nuevo sistema de educación ha perjudicado a las zonas indígenas ya que la educación generalizada y no por sectores al</p>

		<p>Leonidas Proaño, allí se trata de manejar aun lo que es el Kichwa, la enseñanza aprendizaje es bilingüe”.</p>	<p>educación intercultural a nivel nacional, se pretende que todos los espacios tengan las mismas oportunidades en cuanto a conocimientos, saberes y opciones académicas”. “Antes los que eran de una institución bilingüe eran delegados, hoy tienen las mismas oportunidades de ingreso a la universidad, acceso a becas, créditos educativos, ahora que los contenidos siguen siendo diferenciados. En el sector rural se pone énfasis en la</p>	<p>transformarla de bilingüe a intercultural.</p>
--	--	--	---	---

			cosmovisión, materna, ancestrales.	lengua saberes	
--	--	--	--	-------------------	--

4.2 Discusión y Resultados

El proyecto Educa TV busca fortalecer la identidad cultural de los pueblos (sentido de pertenencia) para aquello, se transmiten productos comunicacionales destinados a diferentes grupos o target según la edad, los contenidos de los mismos están enfocados en cultivar los valores, normas de comportamiento, cuidado al medio ambiente, entre otros.

En el presente estudio se analizó los segmentos infantil y juvenil del proyecto Educa TV en la identidad cultural de los jóvenes de 12 a 17 años de la parroquia Santiago de Quito, cantón Colta, durante el período Enero-Junio de 2016. El proyecto Educa TV como concepto o idea es bueno, pero sin embargo existe una problemática que quizá no se han dado cuenta los productores de este programa que es generalizar la hora de transmisión a nivel nacional, esto garantiza que en efecto se llegue a todo el país pero lo que no asegura que el público objetivo lo consuma porque no se ha realizado estudios de campo para verificar la realidad sociocultural de cada lugar; es así, que en el sector rural este proyecto no tiene mayor impacto ya que el 77,41% ven el mismo de una a dos horas por semana y de preferencia los fines de semana, estos resultados se corroboran con la teoría de la aguja hipodérmica de Laswell donde los medios de comunicación inyectan información en la mente de los ciudadanos creando ideologías diferentes, pero en este caso el impacto es menor porque los segmentos no son vistos con mayor frecuencia.

De los segmentos infantil y juvenil tres programas son los más vistos Veo Veo, Marcela aprende Kichwa y Mi voz mi mundo, cada uno de estos tiene un rango de edad, lo curioso en la población de estudio es que consumen el programa Veo Veo los adolescentes de 12 a 17, el contenido del mismo está dirigido para niños de tres a ocho años. El porcentaje de Veo Veo es el 50% dejando a los dos restantes que si serían destinados para el público de estudio con 22,22% para Marcela aprende Kichwa y Mi voz mi mundo con 27,78%, sumado estos dos igualarían al primero. De los segmentos infantil y juvenil tres programas son los más vistos Veo Veo, Marcela aprende Kichwa y Mi voz mi mundo, cada uno de estos tiene un rango de edad, lo curioso en la población de estudio es que

consumen el programa Veo Veo los adolescentes de 12 a 17, el contenido del mismo está dirigido para niños de tres a ocho años, esto se compara con la teoría de target de Virginia Borges, que es el público objetivo a donde va dirigido el producto o programa que se está realizando.

Cabe recalcar, que este proyecto abarca los medios tradicionales tales como radiales, televisivos e impresos, ellos al tener la dificultad de acceder a la televisión en los horarios de transmisión consumen la revista impresa Veo Veo en un 59,26% mismos que conocen la existencia de esta, su contenido mantiene un formato llena de imágenes coloridas y animadas con poco texto lo cual se torna atractivo ya que no hay una cultura de lectura en el Ecuador.

La realidad sociocultural de la parroquia Santiago de Quito que es objeto de estudio de esta investigación da como resultados que los adolescentes de 12 a 17 años luego de sus actividades escolares contribuyen en el trabajo cotidiano de sus padres en el campo retornando a sus hogares a las 18:00, momento en el cual se dedican ellos a ver televisión y realizar tareas. Esta tesis fue corroborada por el Ldo. Mario Guadalupe, Director de la Unidad Educativa Santiago de Quito, la identidad cultural se ha mantenido en Santiago de Quito debido a factores ajenos al proyecto Educa TV por lo contrario se ha mantenido las prácticas culturales en cuanto tiene que ver a la identificación étnica con un 79%, además que 85% conservan el Kichwa como su idioma ancestral, ligado a esto está el uso de su vestimenta con el 60%, y no puede quedar de lado la gastronomía donde los platos típicos son los predilectos de la población en estudio y está representada con un 76% frente a un 24% que es una cantidad mínima, la religión predominante es la evangélica con un 81,48% los resultados coinciden con la teoría de cultura de Cervino Chiriboga que es la unidad causativa y causada por ese conjunto de productos humanos generados en los hechos adaptativos, transformativos y creativos de los entornos geográficos e históricos de las personas y grupos humanos

Uno de los factores en la cual la diferencia es muy estrecha es en las preferencias musicales, el 52% consume música ecuatoriana frente al 48% que

es internacional, nos da un margen de diferencia del 4%, por lo que se consideraría que hay un impacto negativo ya que este tipo de preferencias están arraigándose en la cultura del lugar pese a que del sector indígena han salido artistas representativos a nivel nacional como Ángel Guaraca, Delfin Quishpe, entre otros, los resultados obtenidos se compara con la teoría funcionalista de ElihuKatz y Paul Lazarfel, cuando existe manipulación por parte de un líder de opinión los colectivos actúan de manera similar, pero cuando es individualmente existe la conciencia por ende el comportamiento es diferente, por este motivo los individuos estando solo o con grupos culturales similares conservan su identidad, mientras que si son con grupos diferentes terminan adaptándose perdiendo su identidad.

CAPÍTULO V

5.1 Conclusiones y Recomendaciones

5.1.1 Conclusiones

- Luego del proceso de investigación, recopilación y tabulación de los resultados se determinó que los segmentos más vistos del proyecto Educa TV son tres los que destacan, entre ellos se describirá de mayor a menor sintonía: Veo Veo, Mi voz mi mundo, Marcela aprende Kichwa.
- Los jóvenes de 12 a 17 años la parroquia Santiago de Quito, mantienen su identidad, pero esto no se debe a la influencia del proyecto Educa TV sino a factores externos como la educación intercultural en los centros de educación ya que imparten la cátedra en dos idiomas Kichwa y castellano, su planta docente están conformados por indígenas y mestizos, además que los programas lo ven dos horas a la semana teniendo un impacto mínimo.
- Los sujetos de estudio mantienen su identidad cultural a través de distintas expresiones como el idioma, siendo bilingües ya que los mismos hablan castellano y kichwa, la vestimenta utilizando ropa tradicional del lugar, alimentación consumiendo los platos típicos del sector, religión que en su mayoría son evangélicos, música, prefieren escuchar en su idioma natal, aunque han adoptado géneros internacionales como el reggae, bachata, cumbia.

5.1.2 Recomendaciones

- Se recomienda que los creadores del proyecto Educa TV realicen un estudio de campo para reformular su target y así llegar a la población deseada con la eficacia con la cual se entiende que el mismo pretende ya que el 50% de los jóvenes miran la programación de Veo Veo dedicada al target infantil.
- Reestructurar el horario de transmisión de los programas del proyecto Educa TV a una hora accesible para los jóvenes de la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta misma que contemplaría a partir de las 18:00, tomando en cuenta que a esta hora retornan a sus hogares luego de ayudar en las labores cotidianas.

- Se debe fortalecer con eventos artísticos culturales dentro de las instituciones educativas del sector para así promover nuevos talentos nacionales y de la localidad para fortalecer el sentido de pertenencia y preferencia por la música nacional en especial el kichwa.

5.2 BIBLIOGRAFÍA

- Cervino, M. Chiriboga Cinthia. Carlos Tutivén (2001) *Culturas Juveniles Cuerpo Música, sociabilidad y género*. Ediciones Abya-Yala. Quito-Ecuador.
- Torres, J. (2005) *Consumo, luego existo poder, mercado y publicidad*. Editorial Icaria
- Baudrillard, J. (1970) *La sociedad de consumo*. Editorial Denoen. Madrid-España.
- Jacinto, C. (1990) *La realización del hombre en la cultura*. Ediciones Rialp. Madrid-España.
- Morales, E. (2009) *Diversidad Cultural y Acceso a la Información*. Universidad Autónoma de México. México-México.
- Guerrero, P. (2002) *La cultura estrategias conceptuales para entender la identidad, diversidad, alteridad y la diferencia*. Ediciones Abya-Yala. Quito-Ecuador.
- Horkheimer, M. Adorno, T. (1994) *Dialéctica de la Ilustración*. Simancas Ilustraciones. Valladolid-España.
- Moulian, T. (1999) *El Consumo me consume*. Ediciones Maturana. Santiago-Chile.
- Sygmunt, B, (1998) *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Editorial Gedisa. Barcelona-España.
- Grimson, A. (2014) *Culturas políticas y políticas culturales*. Ediciones Böll Cono Sur. Buenos Aires-Argentina.
- Ulloa, C. (2007) *Comunicación, Cultura y Desarrollo*. Ediciones Intiyan. Quito-Ecuador.
- Phillip, K. *Antropología Cultural*. Mcgraw-hill/Interamericana Editores. México-México.
- Grimson, A. (2014) *Culturas políticas y políticas culturales*. Ediciones Böll Cono Sur. Buenos Aires-Argentina.
- Pereira, J. Miguel. Cadavid Amparo. (2011) *Comunicación, desarrollo y cambio social : Interrelación entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*
- César, U. (2007) *Comunicación, cultura y desarrollo*. Editorial Quipus, Ciespal. Quito-Ecuador.
- Rodríguez, M. (2009) *Estudios culturales y de los medios de comunicación*. Universidad Deusto.

5.3 Anexos



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENCUESTA PILOTO DIRIGIDA A JÓVENES DE 12 A 17 AÑOS DE LA
PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO**

Edad___

Género___

Marque con una X en sus segmentos favoritos.

1. ¿Qué segmentos del programa Educa TV suele ver?

- El taller de Papo___
- Telmo y Pitágora___
- Mi voz mi mundo___
- EcoChip___
- Atrapa Sueños___
- Lula___
- Jack + Limón___
- La nota lata___
- Veo Veo___
- Corazón de Cucharón___
- Érase una vez___
- Misión Ciencia___
- La meta___
- Es mi nota___
- Comuna Red___
- El buen uso de la Lengua___
- Hagamos click___
- Veo en clases___
- Yo soy___
- La otra historia___
- Marcela aprende Kichwa___
- Rebeldes___
- Pilas con el chat 9no___



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A JÓVENES DE 12 A 17 AÑOS DE LA PARROQUIA
SANTIAGO DE QUITO**

El objetivo de la presente encuesta es analizar el programa Educa TV en la identidad cultural en los jóvenes indígenas de 12 a 17 años de la Parroquia Santiago de Quito, cantón Colta, en el período Enero-Junio de 2016

- La encuesta consta de 12 preguntas
- Lea atentamente cada una de ellas, revise las opciones y elija la alternativa con la que más se identifique.
- Marque una opción con una X

Género: M____ F____ Otros____

Edad: 12____ 13____ 14____ 15____ 16____ 17____

1. ¿Usted habla Kichwa?

Sí____ No____

2. ¿A qué etnia pertenece?

Mestizo____ Indígena____ Afrodescendiente____

Blanco____ Otros____

3. ¿Qué tipo de música escucha?

Música en Kichwa____ Folclórica____ Reggaeaton____

Cumbia____ Tecnocumbia____ Nacional____ Rock____ Pop____

Bachata____

4. ¿Usa la vestimenta tradicional indígena de Santiago de Quito?

Sí____ No____

5. En su vida cotidiana qué consume:

Platos típicos de Santiago de Quito _____

Comida rápida (chatarra, snacks, hamburguesas) _____

6. ¿Cuál es la religión que usted profesa?

Católica _____ Evangélica _____ Testigos de Jehová _____

Mormón _____ Adventista _____ Otros _____

7. ¿Qué programa suele ver más?

Veo Veo _____ Marcela aprende kichwa _____ Mi voz mi mundo _____

8. ¿Por qué ve Marcela aprende Kichwa?

Por el contenido _____ Porque se siente identificado _____ Porque le
entretiene _____ Por el presentador/a _____

9. ¿Cuánto tiempo suele ver Educa TV semanalmente?

1 hora _____ 2 horas _____ 4 horas _____ Más de 4 horas _____

10. ¿Conoce de la Existencia de la Revista Veo Veo?

Sí _____ No _____

11. ¿Te ha sido útil las experiencias contadas en el programa Mi Voz mi mundo?

Sí _____ No _____

12. ¿Te has sentido identificado con alguna experiencia narrada en el programa Mi Voz mi mundo?

Sí _____ No _____



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENTREVISTA MARIO GUADALUPE
RECTOR UNIDAD EDUCATIVA SANTIAGO DE QUITO**

1. ¿Cree que el proyecto Educa TV ha fortalecido la identidad cultural de los jóvenes de 12 a 17 años de la parroquia Santiago de Quito?
2. ¿Sabe usted qué actividades realizan los estudiantes de la parroquia Santiago de Quito después de clases?
3. ¿De qué manera se fortalece la identidad de los jóvenes?
4. ¿En qué idioma imparten la educación o se comunican solo Kichwa, castellano o bilingüe?
5. ¿Se ha mantenido la vestimenta tradicional de Santiago de Quito en los jóvenes?
6. ¿Cree que se está perdiendo la identidad cultural en cuanto a la música?
7. ¿Los jóvenes siguen consumiendo la comida típica de Santiago de Quito?
8. ¿Qué religión es predominante en Santiago de Quito?
9. ¿Con qué etnia se sienten identificados los estudiantes de Santiago de Quito?



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENTREVISTA MANUELA CUJI PUCHA
PERIODISTA ESCUELA RADIOFÓNICAS POPULARES DEL ECUADOR**

1. ¿Cree usted que lo jóvenes de Santiago de Quito pierden su identidad cultural?
2. ¿Por qué no comparten tiempo los padres e hijos?
3. ¿En qué idioma realiza su programa radial?
4. ¿Se sigue manteniendo la identidad cultural en cuanto a la vestimenta?
5. ¿En la música considera que se ha perdido la identidad cultural?
6. ¿Los jóvenes siguen consumiendo comida típica?
7. ¿Los jóvenes indígenas siguen identificados con su etnia?
8. ¿Se está perdiendo la educación intercultural bilingüe en los centros de educación rural?
9. ¿Considera usted que el proyecto Educa TV ha fortalecido la identidad cultural de los jóvenes de la parroquia Santiago de Quito?



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ENTREVISTA MANUELA CUJI PUCHA
PERIODISTA ESCUELA RADIOFÓNICAS POPULARES DEL ECUADOR**

1. Dr. Patricio Cárdenas, activista cultural, especialista en gestión de Cultura y Patrimonio, Ministerio de Cultura.
2. ¿Cree que Educa TV ha ayudado a fortalecer la identidad cultural?
3. ¿A qué se debe la falta de identidad?
4. ¿Cómo se mide la falta de identidad cultural?
5. ¿Si pudiéramos cifras en qué cantidad considera que se ha perdido la identidad?
6. ¿En la parroquia Santiago de Quito, en el grupo etario, existe una pérdida de identidad en cuanto a la música?
7. ¿Qué se ha hecho como Ministerio de Cultura para que no se pierda la identidad en estos sectores?
8. ¿Se está perdiendo la educación intercultural bilingüe en los centros de educación rural?