

---

# *Difusión intercultural en el canal comunitario TVMICC*

## *Intercultural broadcasting on the community channel TVMICC*

Juan Pablo Toro-Bravo<sup>1</sup>, Alex Hernán Mullo-López<sup>1</sup>; Johana Balseca-Mera<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador; <sup>2</sup>Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador

### **Resumen**

La difusión de los programas interculturales producidos fuera del Ecuador, tiene mayor impacto en los televidentes según las parrillas de programación de cada canal, en este contexto el objetivo de la investigación fue conocer qué espacio destina el medio comunitario TV MICC, a temas interculturales y cómo estas producciones audiovisuales fomentan la cultura, tradición, lengua y estilo de vida de los pueblos; cumpliendo con el artículo 36 de Ley Orgánica de Comunicación que cita la revalorización cultural a través de los medios de comunicación. A continuación, surgen tres variantes: la primera para conocer los géneros y horarios en que se transmiten los productos, segunda la clasificación de los contenidos y la tercera, el origen de éstos. Los datos se obtuvieron de entrevistas estructuradas a miembros del medio con guías grabadas. Finalmente se evidencia que la producción intercultural se desarrolla desde la cosmovisión ajena a los pueblos y nacionalidades indígenas del país, fomentando la pérdida de pertenencia cultural en los ecuatorianos. Además, se concuerda con investigaciones que muestran la democratización de la palabra como el fin principal de los medios comunitarios y la necesidad de empoderamiento de los medios para generarlos. El programa Costumbres de mi Tierra, que nace del Alma Mater de Cotopaxi, articula audio y video para crear reportajes con un alto valor histórico para los grupos sociales del país, mejora los índices de aceptabilidad y procreación de autoconcepto en los miembros de las comunidades, generando de esta manera un intercambio de conocimiento colectivo y educativo.

**Palabras claves:** Canal comunitario, Cotopaxi, interculturalidad, Ley de Comunicación, Ecuador, producción audiovisual.

Recibido: 23 de abril 2020 – revisión aceptada: 10 noviembre 2020

<sup>1</sup>Correspondiente al autor: [juan.toro@utc.edu.ec](mailto:juan.toro@utc.edu.ec)

## Abstract

The dissemination of intercultural programmes produced outside Ecuador has a greater impact on viewers according to each channel's programming schedule. In this context, the aim of the research was to find out what space the community medium TV MICC allocates to intercultural issues and how these audiovisual productions promote the culture, tradition, language and lifestyle of the people, in compliance with article 36 of the Organic Law on Communication, which cites cultural revaluation through the media. Next, three variants arise: the first to know the genres and schedules in which the products are transmitted, second the classification of the audiovisuals and the third, the origin of these. The data was obtained from structured interviews with members of the media with recorded guides. Finally, it is evident that intercultural production is developed from a world view that is alien to the country's indigenous peoples and nationalities, thus encouraging the loss of cultural belonging among Ecuadorians. Furthermore, it is agreed with research that shows the democratization of the word as the main purpose of community media and the need to empower the media to generate them. The program Customs of my Land, which was born from the Alma Mater of Cotopaxi, articulates audio and video to create reports with a high historical value for the social groups of the country, improves the indexes of acceptability and procreation of self-concept in the members of the communities, generating in this way an exchange of collective and educational knowledge. Wiwa has 29 genera of Orchidaceae, which are native and representative species for the inhabitants of the town. This ecosystem has favorable climatic conditions for the development of orchids.

**Key words:** Community channel, Cotopaxi, interculturality, Communication Law, Ecuador, audiovisual production.

---

## Introducción

### La Interculturalidad: un reflejo de la sociedad

El 28 de noviembre del año 2010, se realizó en el Ecuador el levantamiento de información a través del VII Censo de Población y VI de Vivienda, la información se recopiló en todo el territorio nacional, la República del Ecuador está “agrupada en 14 nacionalidades y 18 grupos étnicos” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010), considerando a este total de la población como un “importante porcentaje de habitantes indígenas, comprendiendo el 35% y el 40% de la población nacional” (Pozo, 2016).

Las comunidades tienen un valor agregado desde la cultura, la misma que encierra una serie de costumbres y tradiciones “el concepto de la interculturalidad parte de la base de que todas las culturas son igualmente válidas y que en un proceso de entendimiento mutuo se realiza un acercamiento” (Rehaag, 2013, p. 75), los medios de comunicación se han convertido en transmisores de realidades culturales a través del trabajo generado desde la académica con la producción audiovisual.

La comunicación intercultural incluye las tradiciones y las preocupaciones de los habitantes de los pueblos, así como su cotidianidad, para desarrollarlas e inmortalizarlas en el tiempo, “tanto los

estudiantes como quienes practican la comunicación intercultural están de acuerdo en que la comunicación exitosa en los contextos intercultural o multicultural requiere del reconocimiento y comprensión del impacto de la cultura en la conducta de comunicación” (Lande, 2010, p. 28). El respeto es mutuo entre los actores ya sean estos directos e indirectos, enfocados desde la interculturalidad, todos son iguales sin discriminación alguna, pues “la interculturalidad que demandamos

es sinónimo de mayor democracia, no de menos, no de protegida ni vigilada ni controlada” (Millacura, 2019, p. 5).

La producción audiovisual es considerada como un arte al crear productos para medios de comunicación como el cine o la televisión. En este contexto, países europeos de Norte América y Centroamérica son las grandes industrias que encabezan el listado de este mercado considerado uno de los más importantes del mundo (Espinel, 2017).

Nombre	☯ Mes	☯ País	☯ Tipo	☯
NATPE Miami	01. Enero	USA	TV	
Clement-Fernand	01. Enero	Francia	Cine (cortometrajes)	
CineMarkt Rotterdam	01. Enero	Holanda	Cine	
European Film Market	02. Febrero	Alemania	Cine	
Filmart	02. Marzo	Hong Kong	Cine y TV	
Guadalajara Film Market	02. Marzo	México	Cine	
Spanish Screenings - Miraga de Cine	02. Marzo	España	Cine	
MIPTV Cannes	04. Abril	Francia	TV	
Marché International du Film - Cannes	05. Mayo	Francia	Cine	
MIFA	06. Junio	Francia	Cine (animación)	
Sheffield Doc	06. Junio	Reino Unido	Cine (documentales)	
NATPE Budapest	06. Junio	Hungría	TV	
Sunny Side Of the Doc	06. Junio	Francia	Cine (documentales)	
TIFF Industry	09. Septiembre	Canada	Cine	
Asian Film Market	10. Octubre	Corea del Sur	Cine y TV	
MIPCOM - Cannes	10. Octubre	Francia	TV	
Japan Content Showcase	10. Octubre	Japón	Cine y TV	
MIP Junior Cannes	10. Octubre	Francia	TV (infantil)	
Film London Production Finance Market*	10. Octubre	Reino Unido	Cine	
3D Wise	10. Octubre	España	Animación	
AFM American Film Market	11. Noviembre	USA	Cine	
IDFA	11. Noviembre	Holanda	Cine (documentales)	
Spanish Screenings - Sevilla TV*	11. Noviembre	España	Televisión	
National Media Market	11. Noviembre	USA	Cine	
Ventana Sur	12. Diciembre	Argentina	Cine	

**Figura 1.** Los 25 mercados audiovisuales más importantes del mundo.

**Fuente:** Producción audiovisual.com.

La producción audiovisual toma fuerza en las grandes potencias cinematográficas, así lo afirma Valdez (2014) al avizorar tiempos de mayor demanda y producción para los que hace falta estar capacitados y preparados para hacer frente a condiciones de calidad, cantidad y competitividad para cumplir eficientemente las 3 fases: pre-producción (planificación), producción (ejecución) y post-producción (montaje y edición).

Para el año 2018 el 84% del tráfico por Internet en los Estados Unidos será en video mientras que para el mismo año se estima que la industria fílmica global estará generando alrededor de 110,000 millones de dólares, según estudios de Cisco System y PWC respectivamente (Valdez, 2014).

Un estudio realizado en el 2013 en América Latina demuestra que Argentina es uno de los países que se caracterizan por generar productos audiovisuales y originar esta industria:

La producción del audiovisual tiene particularidades que la distinguen de otras industrias creativas y formas de comercialización características. Las nuevas tecnologías han producido y producen un gran impacto en ambas fases, porque cada vez hay nuevas obras y mecanismos de producción (Onaindia y Madedo, 2015, p. 184).

El desarrollo de las tecnologías brinda la oportunidad de difundir los contenidos en nuevas plataformas y llegar a un mayor número de seguidores mismos que con el tiempo se fidelizan con las marcas o los productos, además es una alternativa para conseguir financiamientos, esta última, es una de las debilidades de la producción audiovisual (Pérez, 2019).

La interculturalidad es un espacio comunicativo entre personas y grupos que tienen identidades culturales definidas, las ideas y acciones de un grupo cultural o persona, no pueden estar por encima del otro, en la provincia de Cotopaxi, TV MICC canal 47 brinda un espacio a temas culturales de los pueblos ecuatorianos.

Al encender el televisor, nos encontramos con alternativas de programas que abarcan temas informativos, musicales, documentales, televentas, entre otros; pero es el receptor quien decide lo que va a observar o simplemente escuchar, es decir que las nuevas plataformas, brindan opciones múltiples para capturar la atención del receptor, dando origen a estudios de medición de audiencias que incluyen la televisión digital (Carey, 2016).

El promedio de la difusión de productos nacionales no es igual a la producción creada en otros países, los contenidos hablan de la interculturalidad de nacionalidades extranjeras, lo local es considerado como segundo o tercer plano, estudios revelan que Ecuador prioriza la importación de telenovelas y producción de series de humor (Ayala, 2012).

### **Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador**

Los medios de comunicación posterior a su estatus legal definido, el Estado les hace un llamado a cumplir tres principios fundamentales en el ejercicio comunicativo: informar, educar y entretener; así lo dispone la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) desde el 21 de junio de 2013, en ella prescribe artículos que regulan a los medios de comunicación y la praxis de comunicar de los grandes medios ya que han monopolizado estos derechos humanos para manipular e ideologizar la información

que publican, atendiendo intereses ajenos (Habermas, 1999).

Entre los artículos que destaca la LOC establece el derecho a la comunicación intercultural y plurinacional, facultando a los medios de comunicación a difundir contenidos interculturales, destinando un 5% de la programación diaria.

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. 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 (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013, p.8).

En este sentido, los medios de comunicación tienen una Ley regulatoria, para cumplir con la difusión de la cultura y tradición de los pueblos. Carlos Ochoa, primer Superintendente de Comunicación del Ecuador, en la socialización de la LOC realizada el 09 de enero de 2015 en el auditorio Cotama de la Universidad de Otavalo señaló que el objetivo es disminuir los productos enlatados del extranjero que hasta finales del año 2014 prevalecían en la plantilla de programación y que obedecen a otra realidad social, lo que buscan de manera inherente al cumplimiento de la LOC es fomentar la producción nacional.

Dentro de este orden de ideas, el artículo de la LOC antes mencionado, en cuanto a la producción de contenidos expresa: “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” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013). La producción intercultural hace referencia a la historia de las culturas contadas desde distintas voces y por sus propios actores, quienes narrarán su memoria colectiva y su patrimonio cultural, con creatividad, prácticas artísticas y expresiones culturales, saberes ancestrales y, en general, su forma de ser, desde sus principios, hasta su contexto actual.

Los grupos sociales, junto con sus tradiciones y costumbres, en muchos de los casos, se han ido perdiendo por la falta de interés de las nuevas generaciones, las voces de los actores se han callado (Sánchez, et al., 2019). Un ejemplo son las celebraciones culturales, fiestas patronales en honor a sus santos, otras fiestas como el carnaval, semana santa, entre otras. En este mismo orden de ideas, cada uno de los sitios se identifica por su gastronomía, dialecto, sitios turísticos, muchos de ellos poco conocidos.

El tiempo y la migración de los ciudadanos, han sido los factores que inciden para el debilitamiento y hasta la desaparición de la identidad de los pueblos; esta realidad conlleva efectos negativos desde el punto de vista social, económico y cultural; siendo evidente este último, con el fenómeno de la aculturación en el que las personas o comunidades adquieren una nueva cultura, transformándose a la vez en un nuevo problema social (Sánchez et al., 2019).

[E]s preciso que las comunidades asentadas a lo largo y ancho de la región, con sus multiplicidades culturales y tradicionales acentúen su voz, sus expresiones particulares mediante sus tonos y matices particulares de evidenciar sus problemáticas y necesidades, éxitos y fracasos, ante todo presentar sus

realidades inmediatas y representar el contexto nacional (Henaó, et al., 2014, p. 518).

En la actualidad, las comunidades están retomando su cultura y ven la necesidad de mantenerlas vivas como una marca de identidad, para lograrlo, según Mullo, Ulloa y Balseca (2019) los dirigentes o pobladores buscan alternativas no solo televisivas sino radiales, que fomenten el legado cultural con la participación de actores nativos y fundamentalmente en su propio idioma.

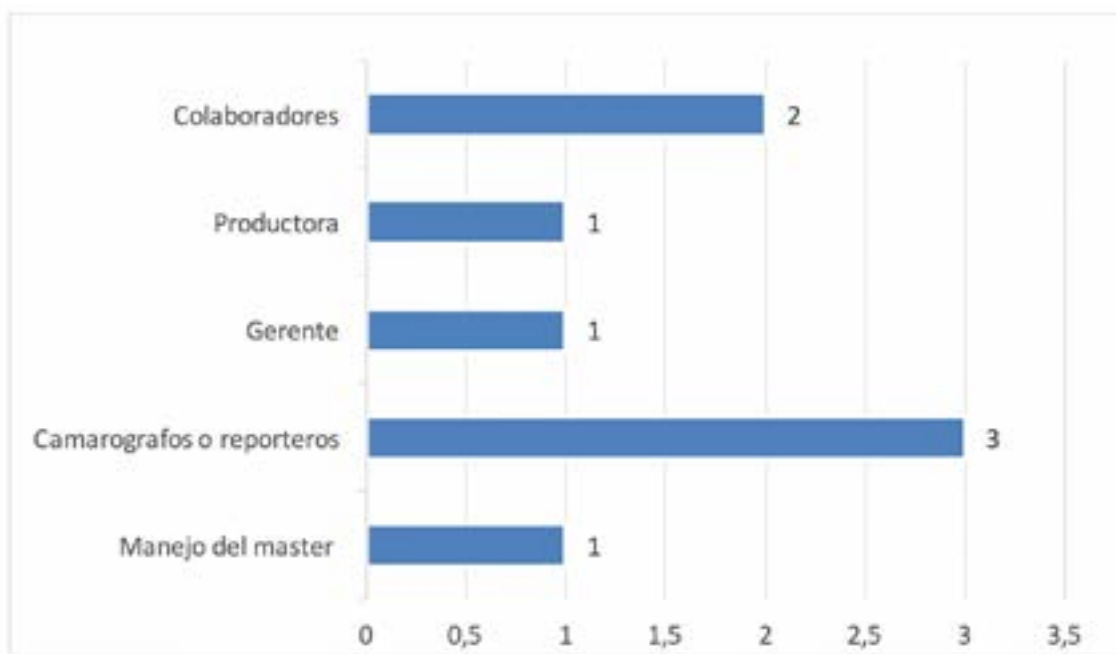
Los medios privados fijan en su programación contenidos que generen el interés de los televidentes y como resultado obtienen réditos económicos, no generan notas culturales o interculturales, donde se evidencie una producción audiovisual investigativa, la temática de los medios es netamente la información (Dante, 2009).

Los grandes grupos de comunicación no se limitan a las actividades infocomunicacionales, sino que se ramifican su parrilla al conjunto de la economía, que incluyen bancos, grandes almacenes, inmobiliarias, o aseguradoras, produciéndose un cruce de intereses del que los medios de comunicación nunca hablan (Borja, 2015, p.89).

En definitiva, el principal interés de los medios privados es la ganancia económica, en este contexto, los medios locales no son ajenos a esta realidad, cubren noticias que les permita en un tiempo no determinado, obtener publicidad. Esto a diferencia de los principios de los medios comunitarios, que no buscan principalmente el beneficio monetario; TV MICC canal 47 Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi, se planteó mediante la televisión, dar voz a quienes no la tienen para lograr la anhelada

democratización de la palabra a través de estos medios de comunicación (Mullo et al., 2019).

Este medio de comunicación comunitario, que transmite sus emisiones por el canal 47 en la provincia de Cotopaxi, distribuye sus actividades a ocho personas, una está encargada del control máster, tres son quienes cumplen hacen la función de camarógrafo y/o periodista, dos colaboradores externos, en la parte administrativa cuenta con un gerente y una productora, estos últimos además de su rol de oficina conducen un programa cada uno (TVMICC47, 2017).



**Figura 2.** Trabajadores de TV MICC 2017

La falta de recursos económicos para contratar personal y otras necesidades son la principal debilidad de los medios comunitarios, desde el punto de vista de la sostenibilidad económica, “lo ideal sería lograr un equilibrio entre la generación de ingresos por concepto de publicidad y convenios en donde se genere un ambiente propicio una educación que permita la producción eficiente de contenidos interculturales” (Higuera, 2015, p.156), no obstante, en los medios comunitarios predomina el trabajo colaborativo e ideológico, para tener los contenidos necesarios y cubrir la parrilla de programación propuestas.

### **TVMICC la voz del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi**

En el año 1960, en la provincia de Cotopaxi, las comunidades dan los primeros pasos para organizarse bajo el apoyo de los padres

salesianos, en sectores como Cachi Alto, Casa Campesina de Pujilí, Casa Campesina de Salcedo, parroquia de Chugchilán, Chine Alto de la parroquia de Angamarca, Zumbahua, Guangaje y San Antonio de Juiga; “los indígenas conforman sus organizaciones para buscar la atención de las autoridades” (Tibán, Ilaquiche, Alfaro, 2003).

En años venideros, la organización en las comunidades se replica en las distintas provincias del Ecuador, en donde la presencia indígena es mayoritaria, llegando a conformarse a nivel nacional como organizaciones que les represente desde sus bases.

En el año 2008 el Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi, accede a la concesión de un canal de televisión, Abraham Salazar, en ese entonces presidente del Movimiento Indígena y Campesino de

Cotopaxi, en conjunto con los directivos de las organizaciones de segundo grado, definieron el proyecto comunicacional televisivo, destacando que los medios comunitarios contribuyen al desarrollo del nivel más difícil de alcanzar a través de la mayoría de los programas de desarrollo: el nivel base. “Los productos deben ser hechos por la comunidad, para la comunidad y sobre la comunidad” (Milan, 2010, p. 275), la dirigencia mira en la pantalla, un espacio desde donde pueden pronunciar, escuchar y mirar los rostros de quienes viven en las comunidades indígenas de la provincia de Cotopaxi y Tungurahua.

El proyecto político de TV MICC, ha trabajado en dos principios, Germán Ugsha, ex gerente del medio televisivo, señaló que el trabajo del medio comunitario, no ha sido solo ocuparse en la parte urbana donde está radicado el medio, sino que han buscado llegar a la parte rural, donde los medios privados no han llegado, su principal propósito ha sido valorar la interculturalidad desde el idioma quichua de la lengua Panzaleo, dentro de la parrilla de programación, “los programas tienen contenidos en español y quichua, para dar un espacio equitativo a todos los televidentes del medio” (Ugsha, 2017).

Estos aspectos se suman a la conclusión investigativa de Toro, Mullo e Hinojosa (2019) al afirmar que la televisión comunitaria es una ventana abierta entre las comunidades y las zonas urbanas, puesto que, a través de los reportajes interculturales se refleja las costumbres y tradiciones del entorno, con historias que los medios privados de la localidad no los consideran atractivos.

### **Costumbres de mi tierra**

Con la intención de contribuir con la sociedad y las comunidades, a inicios del año 2017 se crea el proyecto costumbres de mi

tierra, propuesta que nace en la Alma Mater de la provincia de Cotopaxi, desde la cátedra de televisión II y laboratorio de televisión, bajo la dirección del Mg. Juan Pablo Toro Bravo.

El proyecto inicia con una investigación de campo, que permitió a los estudiantes identificar temas interculturales, para posterior, cumplir las fases de pre producción, producción y pos producción audiovisual.

El proceso de la producción audiovisual abarca una serie de fases que incluyen numerosas acciones que sería difícil medir pormenorizadamente en un grupo más grande—, entre las que destacan: creación de la idea, definición y justificación del formato, escritura de guiones, diseño de storyboard, escritura del guión técnico, ubicación de localizaciones adecuadas, cálculo del presupuesto, reunión o «meeting» de producción, diseño del plan de producción, decisiones frente al tipo de iluminación y sonido más conveniente, actividades de regidor de plató, definición del tipo de vestuario, grabaciones, minutaje del material audiovisual, realización de la edición o montaje y la selección de efectos especiales. (Aguaded, 2013, p. 181)

En consecuencia, a lo mencionado, los reportajes son elaborados de acuerdo con la ubicación geográfica de donde provienen los estudiantes, a través de un convenio entre la Universidad Técnica de Cotopaxi y el canal comunitario TV MICC, en la primera temporada se generó 38 reportajes interculturales con la participación de 13 alumnos de la carrera de Comunicación Social, creando 14 programas de 30 minutos, motivando a los estudiantes a realizar productos audiovisuales, con el propósito



de fomentar la investigación y la creación de productos audiovisuales. Vea (Figura 3, 4 y 5).



**Figura 3.** Estudiantes de la UTC grabando tomas (Fase de Preproducción)



**Figura 4.** Estudiantes de la UTC editando el material (Fase de Producción)



**Figura 5.** Estudiantes de la UTC editando el material (Fase de Postproducción) Dentro

Dentro de este orden de ideas, la Ley de Comunicación, detalla que una obra audiovisual se considera nacional, cuando al menos participe un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjera (Ley de Comunicación. 2013, p. 17), en el caso de los extranjeros deben ser residentes en el país y haber participado en la elaboración de contenidos.

Desde la vigencia de la LOC, en el canal TVMICC se difunden productos realizados en colaboración con la Universidad Técnica de Cotopaxi, al no contar con un medio televisivo universitario propio, se vincula con un medio comunitario para mostrar a la audiencia de este medio lo que se genera en las cátedras de la Carrera de Comunicación Social apoyada en las TICS.

Las tecnologías digitales han arraigado en los últimos años en todos los ámbitos profesionales de los medios de comunicación. De entrada, han sustituido a las herramientas analógicas empleadas hasta hace poco más de una década para la investigación, producción y difusión de informaciones (Salaverría, 2008, p. 35).

### Metodología

Se realizó el levantamiento y recopilación de los contenidos que son difundidos por TV MICC canal 47 en la ciudad de Latacunga mediante entrevistas estructuradas a los miembros del medio comunitario con el apoyo de una guía grabada, limitando la investigación desde diciembre de 2017, en

el mes de octubre empezó a ser transmitido el programa Costumbres de mi Tierra como plan piloto en la parrilla del canal; la muestra está conformada por el director del canal de Televisión, el productor del programa en donde se transmite el segmento Costumbres de mi Tierra, así como al personal que trabaja en el control máster; la principal dimensión que se consideró es el origen de la producción audiovisual transmitida en Tv MICC, para ver el aporte a la producción nacional en la parrilla de programación del medio comunitario.

Posterior aquello se realizó un análisis de contenido mediante un cuadro de registro con clasificación de categorías evaluando criterios apegados al empleo original de términos y recursos audiovisuales de los pueblos indígenas del Ecuador, determinando si un programa es o no intercultural, lo que nos permitió establecer el tipo de programas transmitidos, así como el origen de sus producciones con el afán de tener una investigación descriptiva mediante observación in-situ.

Con base a los lineamientos de la Ley de Comunicación, procedimos a seleccionar el tipo y origen de los productos audiovisuales transmitidos en el canal comunitario

en la Zona 3 considerando el grado de aceptabilidad que tiene la producción nacional frente a la extranjera, mediante técnicas de observación al trabajo desarrollado y a la programación del canal, planteamos las siguientes variables de estudio: a) Conocer el nombre, género y horario de la programación que se difunde a través del canal comunitario en la ciudad de Latacunga. b) Clasificación de los contenidos en Tv MICC; c) Producción de los contenidos que difunde el canal.

## Resultados

Conocer el nombre, género y horario de la programación que se difunde a través del canal comunitario en la ciudad de Latacunga

En función de las variables establecidas, en primera instancia se evalúa el porcentaje de la producción audiovisual local, concluyendo que las tradiciones de la provincia, no se ven reflejadas en la programación del medio, los programas que se transmite en el canal comunitario son los denominados programas enlatados o programas extranjeros, no son producciones del contexto al que pertenece en medio de comunicación.

**Tabla 1.** Géneros y horarios de programación en Tv MICC

TV MICC		
Nombre del Programa	Género	Horario
Informativo 47, primera emisión	Informativo	07h00 a 08h00
Reportajes y Documentales	Cultural (programas culturales extranjeros)	08h00 a 09h00
Sueños de Mujer	Formativo (variedades)	10h00 a 11h00
Paway Tv	Entretenimiento (variedades) (Segmento Costumbres de mi tierra)	11h00 a 12h00
Segmento de música Latinoamericana folclórica	Cultural (música sud americana)	12h00 a 12h30
Visión 47	Opinión	12h30 a 13h00
Informativo 47, segunda emisión.	Informativo	13h00 a 13h30
Reportajes y Documentales	Cultural (programas culturales extranjeros)	13h30 a 14h00
Películas	Entretenimiento (extranjeras)	14h00 a 16h00
Música de sentir	Entretenimiento	16h00 a 17h00
Wawakuna Cuna Tv	Educativo e intercultural	17h00 a 18h00
Música autóctona e indígena.	Intercultural (música sud americana)	18h00 a 19h00
Ñucanchi Yuyay	Intercultural e informativo	19h00 a 20h00
Informativo 47, tercera emisión	Informativo	20h00 a 20h30
Voces de identidad	Opinión	20h30 a 21h00
Espacio contratado	Informativo	21h00 a 22h00

En esta perspectiva, es necesario considerar que los productos interculturales difundidos en Tv MICC no son de producción propia o de productoras de la ciudad, son programas entregados por Organizaciones no Gubernamentales (ONG) o asociaciones de otros países, quienes han generado contenidos comunicacionales desde su cosmovisión andina

para dar a conocer su cultura y tradición de los pueblos de Sudamérica.

De allí pues, que era necesario el análisis de la parrilla de programación y de los horarios en que se difunde la interculturalidad en Tv MICC; en la clasificación de categorías destaca el programa Paway Tv, que es un espacio que difunde los reportajes creados por estudiantes

de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, como parte del proyecto Costumbres de mi Tierra.

### Clasificación de los contenidos en Tv MICC

En la (Tabla 2) se muestra el porcentaje de los programas que transmite el medio de comunicación con clasificación A (Apto para todo público) y B (Bajo la supervisión de un adulto); actividad planteada como segunda variable de la investigación.

Clasificación	Programación Tv MICC
(A) Apto para todo público	75%
(B) Bajo supervisión de un adulto	25%
Total	100%

Tv MICC

**Nota:** Clasificación establecida por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom)

Con la exploración realizada, se muestra que un 25% de su programación, pertenece a la clasificación de contenido (Tipo B) que significa bajo la supervisión de un adulto, mientras que el 75% de la programación es de (Tipo A) es decir dirigida a todo el público, conteniendo dentro de este porcentaje a la producción intercultural pero no solo del Ecuador, sino de otros países.

### Producción de los contenidos que difunde el canal

En cumplimiento con la tercera variable, en la (Tabla 3) se observa el origen de la producción audiovisual que se transmite en el medio televisivo comunitario Tv MICC canal 47, observación realizada del viernes 1 al 29 de diciembre 2017.

**Tabla 3.** Origen de producción audiovisual transmitida en Tv MICC

TV MICC	
Producción de los contenidos que difunde el canal	
Producción Tv MICC	38.46%
Producción Nacional	15.39%
Producción Extranjera	46.15%
Total	100%

El medio de comunicación, difunde tres tipos de producción audiovisual a través de su pantalla, liderando nuevamente en los resultados la producción extranjera con difusión diaria ocupando el 46.15%; la producción propia del medio representa un 38.46%, esta producción es creada por los comunicadores voluntarios que forman parte del canal, quienes generan notas informativas, reportajes y documentales, estos dos últimos de los sectores rurales y urbanos de la provincia de Cotopaxi; finalmente el 15.39% de la producción audiovisual que emite el medio de comunicación es de origen nacional, el cual se destina a las culturas y tradiciones que poseen los pueblos autóctonos e indígenas de Cotopaxi y Ecuador.

No obstante, a los porcentajes mostrados, se concluye que no están 100% enmarcados desde la Ley Orgánica de Comunicación, pues para ser producción nacional, al menos el 80% de sus participantes deben ser ecuatorianos o extranjeros radicados en el país, situación que se justifica en la (Figura 2), al ver que el personal humano que trabaja en TV MICC, es limitado para un canal de señal regional, replicando la generación de

programas con contenidos informativos, así como los medios privados, dejando en un segundo plano, la creación de reportajes interculturales de la zona.

Para determinar la factibilidad de crear contenidos audiovisuales que hablen de las costumbres y tradiciones de la localidad y a nivel nacional la (Tabla 1), indica que, en el medio comunitario, la producción extranjera es la que mayor espacio ocupa en la difusión de contenidos, con programas de países de Sudamérica, donde narran sus inicios, costumbres y tradiciones; mientras que la producción propia del medio y nacional, ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente.

Como resultado global la investigación detalla una interculturalidad de dos tipos micro al referirnos al ámbito de las relaciones interpersonales y macro en lo que respecta a las estructuras sociales y simbólicas. En tal virtud, destaca en el medio comunitario la interculturalidad funcional porque se reconoce la diversidad y diferencias culturales con el objetivo de incluirlos en el sistema político, económico y social. En las producciones, se evidencia la discriminación positiva para impulsar el diálogo y la tolerancia, pero sin cuestionar las causas de las desigualdades. Lo que ha llevado a la estatalización de proceso de lucha indígena y afrodescendientes a través de la cual lo grupos oprimidos han aceptado las bases del sistema para dividir, manipular y pacificar estos movimientos (Walsh, 2007. p. 30).

## **Discusión**

Sartori (2001) se refiere a la interculturalidad, como relación interétnica de intercambio sin reducir la connotación al sincretismo, simbiosis o mestizaje cultural. La investigación pretende corroborar esta significación considerando la importancia

de la difusión de productos nacionales y no extranjeros porque puede exagerar las diferencias ignorando las convergencias existentes entre autóctonos y extranjeros (Romero, 2003).

Dentro del marco legal que rige a los medios de comunicación, sean públicos, privados o comunitarios, encontramos a la Ley de Comunicación, aprobada y en vigencia desde el año 2013. El Art. 36 especifica el porcentaje que deben destinar los medios televisivos en su programación diaria a temas interculturales ocupando inevitablemente el 5% de su programación total. TV MICC canal 47 desde sus inicios cumple con la difusión de interculturalidad con la producción de historias propias del Ecuador, no solo para retransmitir historias de otros países.

En atención a la problemática expuesta, TV MICC es el primer canal comunitario del país, ubicado en la ciudad de Latacunga, para cumplir con la LOC, el medio analiza propuestas de entidades y personas que tengan la capacidad de aportar con productos audiovisuales pregrabados, con la participación activa de actores, es decir, pueden transmitir nuevos contenidos que narren la cotidianidad de los pueblos y nacionalidades ecuatorianas desde su verdadera cosmovisión.

Sobre el asunto de cumplir con lo establecido, se origina una relación de la Universidad Técnica de Cotopaxi y el canal TV MICC, para contribuir a la parrilla de programación del canal 47. Necesariamente la preparación y predisposición de los personajes nativos de las comunidades es menester, para que en conjunto con los estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación Social logren la democratización de la palabra y la difusión de los valores ancestrales a través de la televisión

y radios comunitarias, así concuerdan Mullo, Ulloa y Balseca (2019) en la investigación titulada “La radio como estrategia mediática para la promoción del discurso intercultural de los pueblos ancestrales de Cotopaxi – Ecuador”.

Cabe considerar por otra parte que la presente investigación coincide con la realizada por María Paola Ruiz (2012) titulada “La radio como estrategia mediática para la promoción del discurso intercultural de los pueblos ancestrales de Cotopaxi – Ecuador” en la que concluye que “es necesario el apoderamiento de los medios comunitarios, sean estos televisivos o radiales para transmitir contenidos culturales nacionales de calidad” (p.8), coincidimos en lo mencionado ya que los medios deben proporcionar a su público historias de vida de personas, organizaciones, barrios, comunidades, o promotores culturales, que anhelan ser conocidos a través de un reportaje audiovisual y contar el legado de sus ancestros en el Ecuador, despertando el interés en los televidentes, esto les permitirá mejorar su bienestar, dinamizando la economía para generar empleo propio y familiar en su sector.

En cuanto al impacto que provoca la visualización de las producciones interculturales emitidas por Tv MICC, la presente investigación concluye que es favorable al dar espacio a jóvenes de las comunidades que trabajen con su gente y se identifiquen con lo que están generando para que a futuro cuando el producto final sea transmitido, tenga la aceptación necesaria de los miembros de su comunidad e incluso se pueda replicar; del mismo modo, Álvarez (2012) en su investigación “Producción comunitaria audiovisual: una excusa para fortalecer identidades” concluye que “los colectivos dotados de medios de comunicación sí influyen en el autoconcepto

que tiene una localidad reforzando con base a una ideología la colaboración futura para la producción audiovisual” (p.7).

## Conclusiones

La atención de los medios de comunicación se está focalizando en las manifestaciones de cultura que no necesariamente sean de origen nacional sino también extranjero, motivo por el que la academia ve la necesidad de fortalecer producciones nacionales que afiancen la diversidad cultural y aumente el respeto hacia otras culturas. Alsina (1999) deja latente que los orígenes de estudios interculturales en Francia iniciaron a mediados de los ochenta precisamente por la preocupación educativa, para integrar a las minorías étnicas en la estructura social.

Por ello es necesario que antes de difundir productos audiovisuales de otras realidades a los televidentes del medio de comunicación en el centro del país, se prioricen historias que hablen de la realidad de los actores sociales que conocen tradiciones que están escondidas y olvidadas en medio de la modernidad, a fin de que los ciudadanos destinen parte de su tiempo para ir a conocer las historias contadas a través de la televisión y consumir lo nuestro.

El Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi, en el año 2008 sale al aire con su propio medio de carácter comunitario, la falta de recursos de TV MICC canal 47, ha sido uno de los problemas de este medio y en general de los medios comunitarios. Comunicar con responsabilidad, implica comprometerse con la defensa de la dignidad y la vida, al hablar de interculturalidad hace mención a las distintas manifestaciones y expresiones de la humanidad, la cultura ha permitido a la sociedad, crear su propia identidad; con el paso de los años esto ha ido en declive por las nuevas generaciones,

al no tener un espacio para ser escuchados y rescatar su legado.

El proyecto costumbres de mi tierra, a través del trabajo investigativo de campo, fortalece la investigación en las comunidades para identificar las prácticas y tradiciones de los pueblos del Ecuador, la creación de productos audiovisuales interculturales generados desde la realidad de lo local, hablan de la memoria histórica de la sociedad. A través de la pre producción, producción y pos producción audiovisual, los reportajes dan a conocer las diferentes etnias del país, vestimenta y gastronomía; además traer a la pantalla, la memoria histórica de las ciudades, parroquias, barrios y comunidades, aportando a la configuración de la memoria colectiva de la sociedad.

Fortalecer la producción audiovisual de programas interculturales y del patrimonio material e inmaterial que aporta a la programación de los medios televisivos de la Zona 3, fortalecerá la educación en la sociedad y la mejor manera de hacerlo, es desde la magia de la televisión, .

El programa Costumbres de mi tierra, ha sido tomado como referente por otras universidades en la provincia de Chimborazo para evidenciar la interculturalidad de los pueblos y nacionalidades, contando a través de la pantalla historias de vida. En tal virtud, consideramos que esta línea de investigación aporta de manera significativa a distintas disciplinas no solamente comunicacionales sino también sociológicas, esperamos que metodologías híbridas o más complejas en un futuro sean las propicias para alcanzar nuevas comprensiones y originar una nueva perspectiva de análisis.

## Literatura citada:

- Aguaded, J. I., & Carrero, J. S. (2013). El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual. *AdComunica* (5), 175-196.
- Alsina, R. (1999). *Comunicación intercultural*. Antrhopos. Barcelona. Recuperado de <https://bit.ly/35NT2Wz>
- Álvarez Saenger, Sabina Paz (2013). Producción comunitaria audiovisual: una excusa para fortalecer identidades. VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <https://bit.ly/3anSxmB>.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Ecuador: Función Legislativa.
- Ayala, A. (2012). Ficción televisiva: Ecuador importa telenovelas y produce series de humor. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (119), 80-85. ISSN 1390-1079, ISSN-e 1390-924X. Recuperado de <https://bit.ly/2XHxkkW>.
- Borja, Verónica. (2015). *Análisis de la Ley de Comunicación sobre la Producción Nacional en los medios de comunicación ecuatorianos* (Tesis de grado). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <https://bit.ly/2xvrvMR>.
- Carey, J. (2016). *Audience measurement of digital TV*. International

- Journal of Digital Television, Vol. 7 (1), 119-132. ISSN-e 2040-4190. Recuperado de <https://bit.ly/2XKddTa>.
- Danta, Richard (2009). TV y capitalización del tiempo de ocio. La programación como medio de producción. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 572-584. Doi: 10.4185/RLCS-64-2009-846-572-584. Recuperado de <https://bit.ly/2ytnw3e>.
- Espinel, R. (2017). Producción audiovisual: Los 25 mercados audiovisuales más importantes del mundo, Producción de Cine. Recuperado de <https://bit.ly/3ewmt3h>.
- Habermas, J. (1999). Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili.
- Henaó Fierro, H., Vergara Vélez, J., y Adalberto Ortiz, E. (2014). La televisión comunitaria en el oriente antioqueño. Un ejercicio de construcción de tejido social y paz. *El Ágora USB*, 14(2), 517-536. <https://doi.org/10.21500/16578031.28>
- Higuera Aguirre, É. F., & Castillo Mantuano, N. (2015). La interculturalidad como desafío para la educación ecuatoriana. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*, (18). Doi: <http://dx.doi.org/10.17163/soph.n18.2015.08>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). VII Censo de Población y VI de Vivienda. Anexo N° 5 Nacionalidades y Pueblos. Quito Ecuador. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Recuperado de <https://bit.ly/3evAfTI>.
- Lande, A. (2010). Diálogo y comunicación intercultural. Pretextos para reflexionar sobre la relación sujeto-sujeto en la comunicación humana. *Comunicación y medios*. N° 21, 24-50.
- Ley de Comunicación. (2013). Ley Orgánica de Comunicación. Asamblea Nacional del Ecuador, Quito Ecuador. Recuperado de <https://bit.ly/2z84e3O>.
- Milan, S. (2010). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo*, 14(2).
- Millacura SalasC. (2019). Interculturalidad Sí, Multiculturalismo No. Autoctonía. *Revista De Ciencias Sociales E Historia*, 3(2), V-VI. <https://doi.org/10.23854/autoc.v3i2.138>
- Mullo-López, A., Ulloa-Enríquez, F., y Balseca-Mera, J. (2019). La radio como estrategia mediática para la promoción del discurso intercultural de los pueblos ancestrales de Cotopaxi – Ecuador. *Razón Y Palabra*, 22(3\_102), 31-55. Recuperado de <https://bit.ly/2xF42Zq>.
- Ochoa, C. (09 de enero de 2015). Socialización Ley Orgánica de Comunicación. *Diario el Norte*. Recuperado de <https://bit.ly/2S5E34H>.
- Onaindia, J. M., y Madedo, F. (2015). La industria audiovisual. En Palermo



- Business Review. (Ed. 8), (pp.183-217). Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo. Facultad de Ciencias Económicas. Recuperado de <https://bit.ly/3cv89WV>.
- Pérez, Amor., Pérez, Ana y Sánchez I. (2019), "La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas" en De lo audiovisual a lo transmedia. Competencias para las nuevas narrativas de los prosumidores en el ecosistema digital, (pp.72-90). Recuperado de <https://bit.ly/2ypZAxM>.
- Pozo, V. (07 de mayo de 2016). 14 nacionalidades integran la realidad del país. Diario El Telégrafo. Recuperado de <https://bit.ly/3eyeouX>.
- Rehaag, Irmgard (2010). La perspectiva intercultural en la educación. El Cotidiano, (160),75-83. ISSN: 0186-1840. Disponible en <https://bit.ly/3ezferj>.
- Romero, C. G. (2003). Pluralismo, multiculturalismo e interculturalidad. Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas, (8), 11-20.
- Ruiz P. (2012). La radio como estrategia para la sensibilización intercultural y la participación social. En el II Congreso Internacional sobre Aprendizaje permanente. Recuperado de <https://bit.ly/3bm7tmH>.
- Salaverría, R., & Avilés, J. A. G. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna., (23), 31-47. Recuperado de <https://bit.ly/2RQyO8A>.
- Sánchez, H., Ontaneda, S. y Sandoya, C. (2019). Práctica y conservación de costumbres y tradiciones culturales en jóvenes del cantón Chaguarpamba de Loja, Ecuador. Revista Caribeña de Ciencias Sociales. Recuperado de <https://bit.ly/2ynIj8u>.
- Sartori, G. (2001). La sociedad multiétnica, pluralismo, multiculturalismo y extranjeros. Taurus.
- Tibán Lourdes, Ilaquiche Raúl, Alfaro Eloy. (2003). Movimiento Indígena y campesino de Cotopaxi MICC. Historia y Proceso Organizativo. FEEO. Latacunga Ecuador.
- Toro, J. P., Mullo, A. H. e Hinojosa, M. (2019). La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (140), 215-230. Recuperado de <https://bit.ly/34ZbEIS>.
- TVMICC47. (2017). Tv MICC la imagen de la diversidad. Recuperado de <https://tvmicc47.jimdo.com/>
- Ugsha Germán. (Ex gerente de TV MICC canal 47). (2017). Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi.
- Valdez Santiago Carpio. (18 de junio de 2014). Crece la producción y el consumo audiovisual en el mundo,

mientras tanto en el Perú. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://bit.ly/2yonj1l>.

Walsh, Catherine. (2007). Interculturalidad colonialidad y educación. *Revista educación y pedagogía*. 25-35. Recuperado de <https://bit.ly/3bdRF4s>