





# **Reflexiones desde la comunicación y la cultura: medios, identidades, formación**

Coordinadores  
Daniel Barredo  
Patricia Henríquez



Este trabajo ha sido evaluado bajo el sistema de pares académicos y mediante la modalidad de doble ciego.

**Reflexiones desde la comunicación y la cultura: medios, identidades, formación**

© Daniel Barredo, Patricia Henríquez (coordinadores)

Coautores:

- © Juan Pablo Trámpuz
- © Darwin Franco Delgado
- © Amalia Reyes Moreira
- © Hernán Pillaño Borja
- © Remigio Gonzalo Pisco Sánchez
- © Javier Pérez Martínez
- © Daniel Barredo Ibáñez
- © Daniel de la Garza
- © Elba Díaz
- © Grace Zurita Maldonado
- © Patricia Henríquez

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM)**

Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)

[www.uleam.edu.ec](http://www.uleam.edu.ec)

**Departamento de Edición y Publicación Universitaria (DEPU)**

Editorial Mar Abierto

Telef. 2 623 026 Ext. 255

[www.marabierto.uleam.edu.ec](http://www.marabierto.uleam.edu.ec)

[www.depu.uleam.blogspot.com](http://www.depu.uleam.blogspot.com)

[www.editorialmarabierto.blogspot.com](http://www.editorialmarabierto.blogspot.com)

Cuidado de edición: Alexis Cuzme

Diagramación y diseño de portada: José Márquez

**ISBN:** 978-9942-959-49-2

Primera edición: octubre de 2016

Manta, Manabí, Ecuador.

Presentación.....7

INTRODUCCIÓN

Ecuador, la falta de productividad, la necesidad  
de incentivar la formación en investigación.....11

DANIEL BARREDO IBÁÑEZ.

PATRICIA HENRÍQUEZ C.

La televisión universitaria en la formación de los  
estudiantes de comunicación: un estudio de caso  
sobre el aporte de Alfaro Tv (Ecuador).....21

JUAN PABLO TRÁMPUZ

DARWIN FRANCO DELGADO

AMALIA REYES MOREIRA

Sin teoría no hay radio. El lenguaje radiofónico  
base creativa para la publicidad sonora.....41

HERNÁN PILLAJO BORJA

Signos, cultura y comunicación. Una aproximación  
icónica a la identidad montuvia manabita.....61

REMIGIO GONZALO PISCO SÁNCHEZ

De la trova al amorfino y del juglar al montubio:  
coplas de amor en la tradición oral del litoral ecuatoriano.....95

JAVIER PÉREZ MARTÍNEZ

Pautas para entender la autocensura de los periodistas colombianos.....	107
DANIEL BARREDO IBÁÑEZ DANIEL DE LA GARZA ELBA DÍAZ CERVERÓ	
Una reflexión teórica desde la interculturalidad, al concepto de “Desidentidad Latinoamericana”.....	135
GRACE ZURITA MALDONADO	
Datos de los autores.....	155

## *Presentación*

Los estudios de la comunicación están marcados indefectiblemente por el contexto social de cada época y no podría ser de otro modo porque la investigación recibe demandas desde la sociedad, demandas materializadas en las políticas de Estado que priorizan los temas y las agendas que se investigan. Además los estudios de la comunicación, especialmente los que se centran en los medios, suelen tener objetos de interés muy cambiantes producto del impacto de la revolución tecnológica en la configuración y característica de los sistemas de medios de comunicación.

Estos tiempos marcados por la omnipresencia de la comunicación en la sociedad tanto como por los consumos y sobreexposición mediática de los jóvenes (Henríquez, 2013) han conferido centralidad a la comunicación (De Moragas, 2000) y constituyen, además, terreno fértil para la investigación. El libro “Reflexiones desde la Comunicación y la Cultura: Medios, identidad y formación” que se presenta recoge, en sus distintos capítulos, estas complejas imbricaciones de los estudios de la comunicación.

Desde la visión dual de la comunicación como campo de estudio y a la vez como disciplina (De Moragas, 2011), las investi-

gaciones que recoge esta obra abordan temas de gran actualidad como la identidad, reflexión central en la postmodernidad, la interculturalidad desde una visión americanista y los medios como objeto de estudio preferente y como espacio de formación de las nuevas generaciones de comunicadores.

Un casi invisible hilo conductor recorre los trabajos de esta obra: una visión culturalista de la comunicación que propone conocer el mundo, el sistema social a través de la comunicación, en palabras de Martín-Barbero y Rey (1999) “la comunicación como dimensión constitutiva de la cultura y por tanto de la producción de lo social” (p. 52). Hoy, consolidado el fenómeno globalizador, para bien o para mal según la perspectiva desde la que se le analice, la comunicación está provocando profundas variaciones en la cultura cotidiana; así que investigar la comunicación es investigar la cultura.

La introducción sitúa el esfuerzo editorial que esta obra representa en el marco de la producción científica en las universidades ecuatorianas y lo incardina dentro de la experiencia de los dos compiladores como investigadores dentro del emblemático proyecto Prometeo de SENESCYT. De tal suerte que la obra viene a ser el colofón del compromiso que asumieron los compiladores -durante su vinculación como prometeos- con la formación de los universitarios en Ecuador.

El primer capítulo nos remite a los medios como espacio formativo y se titula “La televisión universitaria en la formación de los estudiantes de comunicación: un estudio de caso sobre el aporte de Alfaro Tv”. Los autores nos relatan los resultados de una experiencia universitaria situada en Ecuador, acerca del uso de los medios de comunicación universitarios como espacios o laboratorios de formación de las nuevas generaciones de comunicadores, en el marco del ineludible carácter teórico y práctico de la formación en comunicación. De naturaleza descriptiva la



investigación aborda la perspectiva estudiantil sobre la experiencia formativa y concluye con aportes para su mejora.

El segundo capítulo presentado por Hernán Pillajo bajo el título “Sin teoría no hay radio. El lenguaje radiofónico base creativa para la publicidad sonora” continúa la reflexión sobre los medios y expone, bajo la seña de crisis expresiva, el agotamiento de las formulas tradicionales de la publicidad radial al tiempo que sugiere la adopción de nuevos esquemas de reproducción y producción articulados en torno a la palabra.

El capítulo “Pautas para entender la autocensura de los periodistas colombianos” nos acerca a los medios desde un aspecto álgido y de mucha actualidad, la autocensura como forma de sorrear los silencios que son producto de la violencia estructural del conflicto colombiano y delinea los retos de los tiempos futuros a la vista de los Acuerdos de Paz que se avecinan en Colombia.

La identidad, uno de los objetos en torno a los que gira la reflexión de esta obra, como seña cultural en el contexto de Manabí (Ecuador), es el tema propuesto en el trabajo titulado “Signos, cultura y comunicación. Una aproximación icónica a la identidad montuvia manabita”. El autor nos propone, desde la semiótica, un sistema icónico de aproximación, basado en el simbolismo de los elementos más representativos de la cultura montuvia.

En el mismo contexto montuvio, el quinto capítulo del libro “De la trova al amorfino y del juglar al montubio: Coplas de amor en la tradición oral del litoral ecuatoriano” hace una apuesta creativa de deconstrucción del amorfino, icono de la oralidad montuvia, desde dos perspectivas. Emplea el autor la inducción en primera instancia mirando el amorfino desde el contexto histórico social de Manabí y luego por la vía de la deducción comparándolo con la trova y los juglares medievales.

Para finalizar el libro presentamos “Una reflexión teórica

desde la interculturalidad, al concepto de “Desidentidad Latinoamericana” que analiza esta categoría conceptual emergente desde una comprensión de la identidad a partir de los sistemas de herencias sociales, los elementos que lo constituyen y la memoria histórica. Esta reflexión teórica forja, sin duda, los vínculos entre comunicación y cultura.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- De Moragas, M. (2000). Las Facultades de Comunicación en el umbral de la era Internet. *Chasqui*, 72, 4-11.
- De Moragas, M. (2011). Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Barcelona: GEDISA.
- Henríquez. (2013). Cibercultura y jóvenes en América Latina: aproximación a un estado del arte, *Acción Pedagógica*, 22, 6-16.
- Martin-Barbero, J. y Rey, G. (1999). La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*. Uniandes, 4, 52-67. Recuperado desde [https://issuu.com/publicacionesfaciso/docs/revista\\_estudios\\_sociales\\_\\_n\\_4](https://issuu.com/publicacionesfaciso/docs/revista_estudios_sociales__n_4)

## *Introducción*

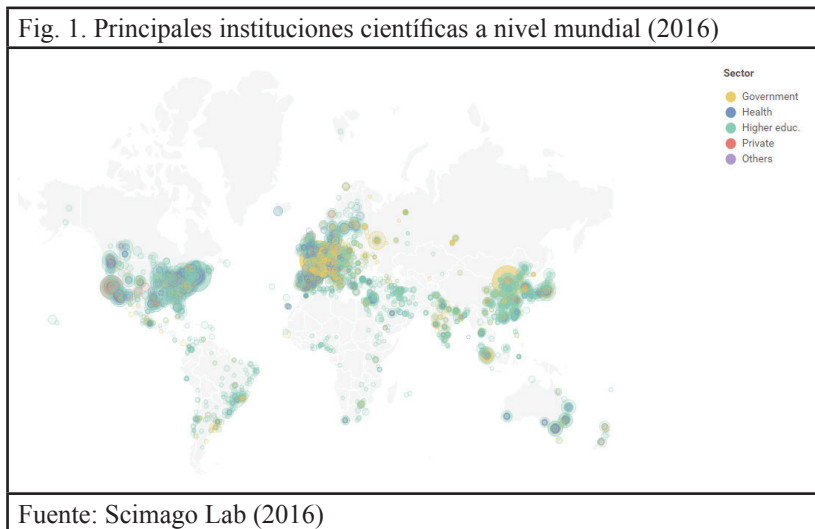
### **Ecuador, la falta de productividad, la necesidad de incentivar la formación en investigación**

DR. DANIEL BARREDO IBÁÑEZ  
Universidad del Rosario (Colombia)

DRA. PATRICIA HENRÍQUEZ C.  
Grupo de Investigación en Comunicación digital, redes y ciberperiodismo  
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

Ninguna universidad ecuatoriana se encuentra categorizada dentro del *Scimago Institutions Ranking*, una clasificación que identifica a las mejores 1000 instituciones científicas a nivel mundial (Scimago Lab, 2016). Esto significa que las instituciones de investigación del país andino, no han sido capaces de producir los 100 artículos mínimos difundidos en el último año en las revistas indexadas en Scopus, uno de los principales índices referenciales considerados en el ámbito internacional. Otros países vecinos, en cambio, sí que han conseguido acceder a este selecto club de la producción científica de primer orden, la transferencia de resultados y la innovación; en América Latina, la lista está en-

cabezada por Brasil (122 instituciones), México (62), Argentina (39), Chile (26), Colombia (19), Venezuela (6), Perú (4), Cuba (4), entre otras:



Ecuador no tiene ninguna institución en dicho ranking. Y las causas hay que buscarlas en factores históricos, culturales, organizacionales e individuales, cuyo examen originaría un proyecto de investigación. La escasa producción científica de alto impacto, además, se complementa con el relativo aislamiento de las universidades con respecto de sus entornos. Si en 2015 se recibieron 14 solicitudes de patentes de invención (Andes, 2016, 21 de enero), en un país tan cercano como Colombia, solo en el primer semestre del mismo periodo, se registraron 248 (Superintendencia de Industria y Comercio, 2016, 14 de julio). La deficiente conexión, entonces, de los centros de investigación con el tejido productivo, ocasiona numerosos problemas que ralentizan el desarrollo integral, como la adopción de tecnologías no adaptadas al contexto; la falta de respuestas estratégicas a los

desafíos planteados por el sector industrial; la escasa innovación de los productos y servicios; la débil competitividad laboral del personal científico, junto con una pobre formación en los estudiantes; entre otros.

El Estado ecuatoriano, consciente de la importancia de la producción y difusión del conocimiento científico, en la década de la Revolución Ciudadana ha activado numerosas iniciativas, tanto en lo legislativo -con la aprobación de la *Ley Orgánica de Educación Superior* en 2011-, en lo económico -con una inversión del PIB en educación que se ha triplicado entre 2000 y 2012, del 1,2% al 4,4% (CEPAL, 2014, p. 52); hasta en procesos internos como la acreditación y la categorización de las universidades a partir de estándares internacionales, iniciado en 2009 (Martínez y Vázquez, 2012, p. 176). Esta última iniciativa, que inició en 2009, originó, de una parte, la desaparición de Instituciones de Educación Superior (IES) de muy baja calidad; y una mejora general del sistema a partir de su orientación a través de estándares internacionales.

La situación se agudiza en el caso de la investigación en Comunicación, un ámbito científico que, globalmente, cuenta con menos trayectoria y producción que los de esas disciplinas más asentadas, como Medicina o Biología. Hace un par de años, Barredo y Oller (2014) enunciaban algunos de los problemas percibidos en las instituciones del país, entre los que sobresalen los de un sistema definido a partir de la docencia, con una deficiente formación del recurso humano, una falta de competitividad en las universidades, y un escaso interés otorgado a la investigación en el espacio público y en los medios de comunicación.



do (2015); Barredo, Carrión y Pinto (2015); Barredo, Palomo, Mantilla y Gard (2015); Espinoza, Barredo y Fernández (2015); y Rosales y Barredo (2014). Asimismo, con respecto de los trabajos realizados en colaboración con docentes de universidades ecuatorianas, subrayamos las contribuciones de Barredo, Arcila, Arroyave y Silva (2015); Delgado, Barredo, San Juan y Jaramillo (2015); Trámpuz y Barredo (2015); Barredo, Rivera y Amézquita (2015); Barredo, Delgado, García *et al.* (2014); Barredo, Silva y Martens (2014); Delgado, Barredo, San Juan y Véliz (2014); Barredo, Cevallos y Zurbano (2014); Barredo, Delgado, Liberia *et al.* (2014); Barredo y Silva (2014); Barredo, Zurbano y Cevallos (2014); Barredo, Delgado, Arteaga *et al.* (2014); Barredo, Basantes, Bonilla *et al.* (2014); y Oller, Barredo y Zabala (2013). También es importante resaltar dos libros centrales: el primero, considerado uno de los principales aportes sobre la Ley Orgánica de Comunicación y sus efectos en el contexto, fue redactado gracias a la colaboración con profesores de varias universidades ecuatorianas (Barredo, Oller, y Hernández, 2014). El segundo, por su parte, fue elaborado con las contribuciones de un grupo de maestrantes, así como con el aporte de algunos profesores que trabajaron en diversos asuntos relacionados con la obra (Barredo, 2015).

Todos los trabajos citados, editados en el periodo que inició con nuestra vinculación con el Proyecto Prometeo, señalan la generosidad, el esfuerzo y el impulso que hemos dado a la formación de investigadores en los diferentes niveles académicos. Y todo este trabajo se elaboró a partir de diversas actividades de capacitación, talleres, conferencias, ponencias y enseñanza regular en programas de pre y posgrado. Una ardua tarea que proseguimos con este volumen, en el cual recogemos una selección de los mejores ensayos presentados al *Taller de Redacción Científica*, organizado entre la Facultad Ciencias de la Comuni-

cación y el Vicerrectorado Académico de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Como Prometeos, creemos haber ayudado a prender la mecha de un fuego que puede favorecer el desarrollo del país: el de la producción científica. Y es ese, también, el principal factor de desarrollo de la carrera docente en la Educación Superior.

Gracias a Ecuador y a sus instituciones, especialmente SENESCYT, por habernos dado la posibilidad de aprender, de incentivar y de colaborar durante unos años irrepetibles.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andes (2016, 21 de enero). Ecuador registra cada vez más patentes de invención en el sector industrial. Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-registra-cada-vez-mas-patentes-invencion-sector-industrial.html>
- Barredo, D. (Ed.) (2015). *Ética y deontología periodística Algunas claves para entender el contexto ecuatoriano*. La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Barredo, D.; Oller, M. y Hernández, S. (2014). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos*. La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Barredo, D. y Oller, M. (2014). "Introducción". En Barredo, D.; Oller, M. y Hernández, S. (Eds.). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos* (pp. 15 – 18). La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Barredo, D. y Silva, R. (2014). Interacción institucional, participación democrática y transparencia. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 126, 4 - 13.



- Barredo, D.; Zurbano, B. y Cevallos, M. C. (2014). “Mujeres, derechos humanos y prácticas de resistencia en un contexto globalizado: el caso de la mujer latinoamericana”. En Suárez, J. C. y Lacalle, R. (Coords.). *II International Conference Gender and Communication, Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 1, 2 y 3 de abril de 2014: Libro de actas* (pp. 664-676). Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Barredo, D.; Cevallos, M. C. y Zurbano, B. (2014). “El concepto de violencia de género en el imaginario latinoamericano: estudio sobre los universitarios quiteños (2014)”. En Suárez, J. C. y Lacalle, R. (Coords.). *II International Conference Gender and Communication, Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 1, 2 y 3 de abril de 2014: Libro de actas* (pp. 462 - 472). Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Barredo, D.; Delgado, M. A.; Arteaga, A.; Guerrero, C.; Velásquez, J.; Mera, L.; García, M.; Jaramillo, M.; Zurita, G.; Macías, A. y Cipriano, D. (2014). El abuso sexual infantil en Manta: un estudio a partir del hospital Rafael Rodríguez Zambrano (2011 – 2014). *Revista San Gregorio*, 7(1), 56 - 65.
- Barredo, D.; Carrión, P. y Pinto, K. (2015). “Tratamiento sexista y estereotipación en el Ecuador de la Ley Orgánica de Comunicación. Una aproximación a partir del diario Extra”. En Barredo, D. (Ed.). *Ética y deontología periodística. Algunas claves para entender el contexto ecuatoriano* (pp. 155 – 166). La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Barredo, D.; Arcila, C.; Arroyave, J. y Silva, R. (2015). Influence of Social Networks in the Decision to Vote: An Exploratory Survey on the Ecuadorian Electorate. *International Journal*

*of E-Politics*, 6(4), 15 - 34.

- Barredo, D.; Palomo, B.; Mantilla, A. y Gard, C. (2015). Una encuesta exploratoria para cuantificar la influencia de las redes sociales en las rutinas profesionales de los periodistas ecuatorianos: reflexiones sobre la mediamorfosis del Ecuador (2014). *Disertaciones. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 8(1), 52 - 80.
- Barredo, D.; Rivera, J. y Amézquita, A. (2015). La influencia de las redes sociales en la intención de voto. Una encuesta a partir de las elecciones municipales en Ecuador 2014. *Quórum Académico*, 12(1), 136 - 154.
- Barredo, D.; Delgado, M. A.; García, M. E.; Jaramillo, M.; Hormaza, D. y Ortolá, A. M. (2014). La representación de la violencia de género en el personal administrativo y de servicios de los centros educativos de Enseñanza Media del cantón Manta (2014). *Revista San Gregorio*, 8(2), 74 - 83.
- Barredo, D.; Delgado, M. A.; Liberia, I.; Macías, A.; Zurbano, B.; Espinoza, M. y García, M. E. (2014). Actitudes y percepciones sobre la violencia de género del personal docente y administrativo y de servicios de Manta: estudio del Colegio 5 de Junio (2014). *Revista San Gregorio*, 7, 38 - 44.
- Barredo, D.; Basantes, J.; Bonilla, E.; Trámpuz, J. P. y Vega, S. (2014). “Algunos problemas de la comunicación institucional digital. Un estudio de las instituciones educativas más prestigiosas del Ecuador”. En Barredo, D.; Oller, M. y Hernández, S. (Eds.). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos* (pp. 143 - 160). La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Barredo, D.; Silva, R. y Martens, C. (2014). “El milagro ecua-

- toriano: pautas para entender el Ecuador del siglo XXI”. En Barredo, D.; Oller, M. y Hernández, S. (Eds.). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos* (pp. 19 – 38). La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Barredo, D.; Pérez, J. M.; Vivas, R. y Fernández, M. (2014). “El periodismo ecuatoriano en entredicho. Descenso de credibilidad y nuevas perspectivas comunicacionales”. En Barredo, D.; Oller, M. y Hernández, S. (Eds.). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos* (pp. 107 - 126). La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- CEPAL (2014). *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.
- Delgado, M. A.; Barredo, D.; San Juan, C. y Jaramillo, M. (2015). “Tres espacios ecosistémicos para la innovación curricular del Buen Vivir: institución educativa, familia y barrio. Una propuesta a partir de Manta (Ecuador)”. En Fombona, J. y Caldevilla, D. (Coords.). *Nuevas formulaciones de los contenidos docentes* (pp. 221 – 234). Madrid, España: McGraw - Hill.
- Delgado, M. A.; Barredo, D.; San Juan, C. y Véliz, N. A. (2014). Buen vivir y cultura. Estudio de una dicotomía. *Revista San Gregorio*, 8(2), 6 - 19.
- Espinoza, P. D.; Barredo, D. y Fernández, M. (2015). La seguridad en los campos de fútbol: un estudio a partir del estadio casa blanca (Quito, Ecuador). *Fonseca, Journal of Communication*, 10, 220 - 240.
- Martínez, Andrés y Vázquez, Paula (2012). La importancia de la evaluación en las instituciones educativas conforme a la nueva Ley Orgánica de Educación Superior en el Ecuador. *Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*,

5(2), 174 - 180.

- Oller, M.; Barredo, D. y Zabala, H. (2013). Propuesta de auditoría de la comunicación para evaluar el nivel de eficiencia comunicacional de los organismos públicos. *Actas V Congreso Internacional Latina de Comunicación, Universidad de La Laguna, diciembre de 2013*.
- Proaño, V. y Barredo, D. (2015). La influencia de las TIC en la construcción del mestizaje cultural: el otakismo como un fenómeno emergente de la sociedad en red. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6(1), 13-21.
- Rosales, J. A. y Barredo, D. (2014). Mujeres ecuatorianas: acoso y discriminación en los medios de comunicación de Quito (2013). *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 5(1), 93 - 102.
- Scimago Lab (2016). Scimago Institutions Rankings. Recuperado de: <http://www.scimagoir.com/rankings.php?country=all>
- Superintendencia de Industria y Comercio (2016, 14 de julio). Aumentan solicitudes de patentes de invención nacionales en Primer Semestre de 2016. Recuperado de: <http://www.sic.gov.co/drupal/noticias/aumentan-solicitudes-de-patentes-de-invencion-nacionales-en-primer-semester-de-2016>
- Trámpuz, J. P. y Barredo, D. (2015). Tratamiento electoral en Ecuador: estudio sobre la exposición mediática de los candidatos a alcalde en las elecciones de Manta (2014). *Miguel Hernández Communication Journal*, 6, 69 - 90.

***La televisión universitaria en la formación de los  
estudiantes de comunicación: un estudio de caso  
sobre el aporte de Alfaro Tv (Ecuador)***

JUAN PABLO TRÁMPUZ

Grupo de Investigación en Comunicación digital, redes y ciberperiodismo  
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

DARWIN FRANCO DELGADO

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

AMALIA REYES MOREIRA

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

**Resumen**

La formación de los profesionales en comunicación demanda de un fuerte componente práctico que fortalezca el desarrollo del perfil de egreso traducido en logros de aprendizaje; por ello, la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí implementó desde el año 2009 el programa *Alfaro Tv* como un laboratorio de prácticas para los futuros profesionales en periodismo, publicidad y relaciones

públicas. Este estudio descriptivo indaga en las experiencias de los estudiantes que hicieron sus prácticas en este medio de comunicación, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, unas técnicas que permitieron determinar altos niveles de satisfacción, así como de aplicación de los conocimientos en el campo laboral, y algunos aspectos a mejorar con la finalidad de enriquecer la experiencia estudiantil en *Alfaro Tv*.

Palabras clave: educación en medios, formación periodística, prácticas, televisión universitaria.

### INTRODUCCIÓN

El uso de los medios de comunicación en los procesos educativos se remonta a los años veinte del siglo pasado, con el joven educador francés Célestin Freinet, quien implementó en una escuela del poblado rural Bar-Sur-Loup un periódico elaborado por sus estudiantes (Coslado, 2012). La inclusión de un medio de comunicación en la escuela, no fue entendido por Freinet como “una mera actividad complementaria, extracurricular, sino como el eje central, como el motor del proceso educativo” (Kaplún, 2010, p.45). Esta experiencia, cambió la dinámica de la enseñanza y el aprendizaje, sumergiendo a los estudiantes en la realidad que los rodeaba mediante el uso de las tecnologías de la comunicación.

Las prácticas de aplicación son consideradas en nuestro país como una actividad de aprendizaje orientada hacia el desarrollo de experiencias por parte de los estudiantes (CES, 2013), considerando no solo los aspectos técnico-instrumentales, como el manejo adecuado de cámaras o programas de edición, sino también cuestiones teóricas y metodológicas, o la producción de la cultura mediática, en el caso de los profesionales de la comunicación.

Desde octubre de 2005, la Universidad Laica Eloy Alfaro de

Manabí (ULEAM), emite a través del canal regional *Manavisión* el programa televisivo *Alfaro Tv*, teniendo un corte informativo, educativo y cultural. En enero de 2009, este programa asumió un nuevo rol: convertirse en un centro de prácticas para los estudiantes de la Facultad Ciencias de la Comunicación (FACCO) de la ULEAM. A partir de ese año, decenas de jóvenes pertenecientes a las carreras de Periodismo, Publicidad y Mercadotecnia, Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas han sido parte de este espacio, asumiendo roles de reporteros, editores, presentadores, camarógrafos o publicistas.

Según información de la secretaría del programa<sup>1</sup>, hasta el momento no se han realizado estudios investigativos para medir los niveles de aprendizaje y de satisfacción de quienes han realizado sus prácticas en *Alfaro Tv*, lo que dificulta conocer con certeza el aporte que brinda este espacio en la formación de los futuros profesionales de la comunicación, y se refleja en la carencia de archivos que plasmen las experiencias de los estudiantes.

La presente investigación busca dar respuesta a las siguientes interrogantes: ¿cómo evalúan los estudiantes el aporte de *Alfaro Tv* en su formación profesional?, ¿cuál es la utilidad de los conocimientos adquiridos en *Alfaro Tv*?, ¿qué propuestas brindan los estudiantes para mejorar su experiencia en *Alfaro Tv*?

## 1. LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA Y SUS CONTEXTOS

La relación entre la televisión y la universidad a lo largo de los años ha sido muy diversa (Salinas, 1995), esto responde a que cada universidad adaptándose a su contexto, necesidades, posibilidades y limitaciones, ha construido sus propias experiencias televisivas. A manera de definición Almenara (2015) manifiesta que la televisión universitaria es aquella que está “dirigida

---

<sup>1</sup> Información brindada mediante oficio por la Lic. Isabel Flores, secretaría y coordinadora ejecutiva de *Alfaro Tv*, en enero de 2015.

estrictamente a la promoción de la educación, la cultura y la ciudadanía, y que puede funcionar de manera diversas: utilizando Internet, televisión por cable, satélite, o televisión abierta” (p. 8).

Además de estar insertas en la estructura orgánica de una institución de educación superior, la televisión universitaria tiene otras características, algunas de las cuales son destacadas por López Cantos (citado en Gómez y Gómez, 2008):

...desarrollan su estrategia de programación atendiendo a criterios no comerciales, y manteniendo una línea editorial en la que la difusión de la ciencia y la cultura universitaria es eje fundamental (...); suelen permitir y estar abiertas, en mayor o menor medida, a la participación de estudiantes y de la comunidad universitaria en general, quienes, además, forman una parte fundamental de los públicos a quienes se dirige la programación. (p. 683)

De acuerdo a esta aseveración, existirían, al menos, dos aspectos que marcan diferencia entre la televisión universitaria y la privada; el primero, al no ser prioritario el interés comercial, estos medios pueden responder a otras lógicas al momento de enmarcar o priorizar las noticias, aspectos que son explicados ampliamente por Castells (2009). El segundo, es que dan una nueva dimensión a aquello que conocemos como audiencia activa, ya que es parte de su propio público el que elabora y difunde de manera directa los productos comunicacionales que consume, brindándole una constante innovación y experimentación (Almenara, 2015); configurándose así, un modelo mucho más adecuado para la actual era del *prosumidor* (Prats y Piscitelli, 2012).

Con estas características, y de acuerdo a lo manifestado por Aguaded y Martín-Pena (2014) refiriéndose a la radio de las instituciones de educación superior, la televisión universitaria también está llamada a traspasar “la frontera de lo exclusiva-



mente instructivo y/o formativo para trascender a un carácter social y de servicio ciudadano” (p. 64); con ello, desde la perspectiva de Martín Barbero (2008), quien señala que “lo público está hecho de Estado, pero está hecho de sociedad” (p. 10), se generarían verdaderos medios públicos que coadyuven a la democratización de la comunicación.

El Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe, emitido por Felafacs (2009), indica que es indispensable para todas las facultades contar con “estudios de televisión, cabinas de radio, equipos de video, laboratorios multimedia, de periodismo, videotecas y bibliotecas especializadas” (p. 60), esto ha generado diversas experiencias a lo largo del continente, como el caso específico de México, con la icónica Universidad Nacional Autónoma de México, que inició sus emisiones televisivas en la década de los cincuenta (Aguaded y Sánchez, 2010); según estos autores, otros países referentes de la región son Brasil, Argentina, y Chile, donde se pueden encontrar medios de comunicación universitarios representativos en cada uno de sus sistemas mediáticos.

## **2. MEDIOS Y TELEVISIÓN UNIVERSITARIA EN ECUADOR**

El ámbito comunicacional ecuatoriano ha registrado diversos cambios desde la llegada del presidente Rafael Correa al poder, generados en el contexto latinoamericano de “la década de nuevas regulaciones de medios de comunicación” (Becerra, 2015, p. 154), y que de alguna manera buscaron remover los cimientos del sistema mediático configurado bajo el modelo neoliberal en la región (Badillo, Mastrini y Marenghi, 2015). La puesta en marcha de los medios públicos como *Ecuador Tv* o *El Telégrafo*, el mandato constitucional que prohibió a los banqueros ser titulares o accionistas en los medios, la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en 2013, o la redistribución

equitativa de frecuencias para medios privados, públicos y comunitarios, son algunos de los hechos registrados por Chavero y Oller (2015) en el nuevo panorama mediático ecuatoriano.

Es en este escenario en el que varias universidades ecuatorianas se han convertido en actores mediáticos. Los últimos datos del registro de medios del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación - CORDICOM (2015), reflejan la presencia de nueve medios pertenecientes a universidades, escuelas politécnicas y facultades, de los cuales cinco son estaciones radiales y cuatro televisivas; cinco de carácter privado y cuatro de carácter público<sup>2</sup>; esto último, tiene relación con el tipo de institución a la que se adhieren, sin embargo el funcionamiento de muchos de estos medios, como ya lo señalamos en el apartado anterior, encuentra algunas concordancias con los comunitarios como es la alta participación de la comunidad, carácter social, servicio ciudadano, entre otros.

En el ámbito audiovisual, Nivicela y Samaniego (2012) manifiestan que en Ecuador la televisión universitaria nace en mayo de 1983, con la estación *Telecuenca* canal Universitario Católico, siendo su gestor el sacerdote Dr. Cesar Cordero Moscoso, bajo la concepción de educar, informar y entretener. Este mismo estudio menciona que la idea de la televisión universitaria

---

<sup>2</sup> El Art. 78 de la LOC, define: Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público. Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea.

Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido en la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial.

Se garantizará su autonomía editorial.

en el Ecuador fue creciendo gradualmente y tiene como uno de sus principales exponentes al canal *UCSG Televisión*, de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, que cuenta con una amplia cobertura en señal abierta y a través de servicios de televisión pagada, con el objetivo de “profundizar las enseñanzas en sus estudiantes brindando la oportunidad a las personas de ser testigos de una forma diferente de educar, entretener e informar, convirtiéndose así en un canal netamente educativo” (Nivicela y Samaniego, 2012, p. 12).

Las cuatro instituciones de educación superior manabitas también incursionaron en la televisión universitaria, con la particularidad de que se han limitado a la realización de programas semanales en estaciones de alcance provincial y canales *YouTube*. En el 2009 nace el espacio *La Universidad por dentro* de la Universidad San Gregorio de Portoviejo<sup>3</sup>; la Universidad Técnica de Manabí emite los sábados el programa *Seguimos avanzando*<sup>4</sup>; la Escuela Superior Politécnica Agraria de Manabí, ESPAM, tiene su revista informativa *Impacto social* que se transmite por Capital TV<sup>5</sup>; y *Alfaro Tv*, de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, figura como el pionero de la televisión universitaria manabita, con emisiones desde el año 2005.

### 3. LA PRAXIS EN LA FORMACIÓN DEL PERIODISTA

En los últimos años, autores como Larrea y Haro (2013), y Oller y Chavero (2015) han analizado desde diversas perspectivas la formación y la profesionalización de los periodistas en Ecuador; estos últimos, señalaron como una de las característi-

---

<sup>3</sup> Consultado el 25/06/2015 [http://www.sangregorio.edu.ec/noticia\\_223\\_otra-vez-la-universidad-por-dentro.php#.VZQUd\\_mqqko](http://www.sangregorio.edu.ec/noticia_223_otra-vez-la-universidad-por-dentro.php#.VZQUd_mqqko)

<sup>4</sup> Consultado el 25/06/2015 <http://www.utm.edu.ec/archivos/repositorio/reglamentos/0092--28.02.2013--Plan.de.Comunicacion.UTM.pdf>

<sup>5</sup> Consultado el 25/06/2015 <https://www.youtube.com/channel/UC6p0iapG-pV3Dn0UuOLgZNUg>

cas de las mallas curriculares de estas carreras los “contenidos estandarizados, teóricos, desactualizados y poco ajustados a la realidad mediática del Ecuador y a la utilización y el servicio de las nuevas tecnologías de la información” (Oller y Chavero, 2015, p. 36), concluyendo que uno de los factores fundamentales en la profesionalización de los periodistas es el trabajo conjunto entre la parte académica y la práctica para responder adecuadamente a la realidad del escenario ecuatoriano.

Un criterio similar tiene Rojas (2007) cuando afirma que “la realidad construida por las Facultades no coincide con la del mercado laboral, con las prácticas profesionales deseables ni con las necesidades sociales en materia de comunicación” (p. 35). Nuevamente el factor práctico se pone en evidencia por su alto valor pedagógico en la formación del comunicador, lo que incluso ha llevado a que muchos estudiantes de estas carreras lo consideren como lo verdaderamente importante para su futuro laboral (Lamuedra Graván, 2007).

Situaciones como estas, todavía abonan el debate sobre la pertinencia de la formación en los centros académicos de comunicación, e incluso sobre la profesionalidad del periodismo (Mellado y Del Valle, 2008). Sin embargo, estudios como el de Lamuedra Graván (2007) resaltan la importancia de preparar a los comunicadores en habilidades profesionales (saber hacer) y en conocimientos (saber), ya que algunos aspectos como la actitud crítica, mirada amplia y enfoque ético, difícilmente se cultivan en las salas de redacción y medios de comunicación, debido a los procesos vertiginosos de producción de noticias, con los cuales se deben enfrentar los nóveles periodistas.

En este punto, resalta lo dicho por Piaget (1970) quien, oponiéndose a la visión de que el aprendizaje se genera como efecto inmediato de la transmisión de información, localiza el conocimiento como una relación entre la experiencia que se

tiene con la realidad del medio que lo rodea y las estructuras de pensamiento que desarrollan a partir de ella.

Avanzando en la línea del tiempo es importante analizar la propuesta formativa del horizonte conectivista que sostiene el planteamiento del aprendizaje abierto, creativo e inclusivo orientado hacia la incorporación del valor social del conocimiento que se construye de forma colaborativa y conectada en la práctica educativa con la comunidad. Desde esta perspectiva se articula la praxis profundamente fundamentada a la formación profesional generando sentido y significatividad a los aprendizajes.

Otros autores como Leví-Leboyer (1997) son más enfáticos al manifestar que ninguna clase en aula sería capaz de aportar las competencias que pueden generarse a raíz de las experiencias obtenidas de la responsabilidad y el enfrentamiento a problemas reales. Sin embargo, es importante que las experiencias se constituyan en un espacio para la reflexión del estudiante, es decir, un haciendo que reflexiona sobre el mismo hacer (Andreozzi, 2011); por ello, en el Reglamento de Régimen Académico (CES, 2015) determina que la “... Organización del aprendizaje consiste en la planificación del proceso formativo del estudiante a través de actividades de aprendizaje con docencia, de aplicación práctica y de trabajo autónomo...”, y se enfatiza que las prácticas y experimentación del estudiante, deben ser debidamente supervisadas y sistematizadas.

En plena concordancia con esta actividad de aprendizaje, *Alfaro Tv* se convierte en un espacio donde los estudiantes pueden enfrentarse a situaciones periodísticas reales y paralelamente reflexionar sobre sus experiencias con compañeros y docentes. Es por ello que la producción de este programa que en un inicio tenía su centro en el Departamento de Información Bibliográfica y Servicios Educativos de la ULEAM, en el 2009 pasó a las instalaciones de la FACCO, facilitando así la inserción de

los estudiantes de comunicación en los procesos de realización, cumpliendo funciones de reporteros, editores, camarógrafos, presentadores, guionistas, entre otros.

De esta manera *Alfaro Tv* pretende contribuir como un programa-laboratorio a la formación de los estudiantes de la FACCO, brindando las herramientas necesarias para el desarrollo de las competencias comunicativas audiovisuales, y que aquello se refleje en un mejor desenvolvimiento en el ejercicio de la profesión.

#### **4. METODOLOGÍA**

Con la premisa de abordar el aporte del programa-laboratorio *Alfaro Tv* en la formación de los estudiantes de la FACCO, se consideró pertinente desarrollar una investigación descriptiva, entendiendo a la misma como aquella que busca “especificar las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 80). Bajo una modalidad de estudio de caso, el cual nos permite desarrollar un “estudio de la particularidad y complejidad de un caso singular” (Stake, 1998), con un diseño no experimental transversal o transeccional.

##### **4.1. TÉCNICAS**

A fin de dar respuesta a las interrogantes planteadas en esta investigación, se recurrió al uso de dos técnicas: la encuesta y la entrevista.

La técnica de la encuesta consistió en la aplicación de un cuestionario con ocho preguntas, las cuatro primeras vinculadas con aspectos generales del encuestado como edad, sexo, carrera, y año de prácticas o pasantías; y las cuatro últimas centradas propiamente en la investigación, de tipo escala de medición

(Vilches, 2011). Los cuestionarios se aplicaron de manera presencial y anónima, durante el primer trimestre del 2015.

Las encuestas sirvieron para recabar información relacionada con las preguntas de investigación ¿cómo evalúan los estudiantes el aporte de *Alfaro Tv* en su formación profesional? y ¿cuál es la utilidad de los conocimientos adquiridos en *Alfaro Tv*?

La técnica de la entrevista, de tipo semiestructurada, se aplicó en el mes de marzo de 2015, de manera presencial a cuatro estudiantes. Las entrevistas fueron realizadas y documentadas audiovisualmente por Darwin Franco, y sirvieron para brindar elementos más cualitativos de las dos primeras preguntas de investigación, y principalmente la interrogante ¿qué propuestas brindan los estudiantes para mejorar su experiencia en *Alfaro Tv*?

#### 4.2. EL CASO DE ESTUDIO

El caso objeto de estudio fue el de los estudiantes que realizaron prácticas y pasantías en el programa *Alfaro Tv* durante el periodo 2009-2014, se trata de un total de noventa y cuatro personas, distribuidas de la siguiente manera:

<b>Tabla I</b>	
<i>Estudiantes que realizaron prácticas en Alfaro Tv</i>	
Año	Estudiantes
2009	8
2010	15
2011	30
2012	14
2013	11
2014	16

Fuente: Secretaría de Alfaro Tv.

Del grupo total de estudiantes, se pidió la participación voluntaria en la investigación, obteniéndose la colaboración de setenta y cinco estudiantes, quienes contestaron las encuestas diseñadas. Cuatro estudiantes participaron en las entrevistas.

## 5. RESULTADOS

### 5.1. CONOCIMIENTOS DESARROLLADOS

En primera instancia se buscó conocer en términos generales el nivel de satisfacción respecto a los conocimientos desarrollados por el estudiante en *Alfaro Tv*, obteniendo como resultado que el 45% de los encuestados manifestó sentirse muy satisfecho, el 47% satisfecho, el 5% ni satisfecho ni insatisfecho, mientras que el restante 3% indicó sentirse insatisfecho. Esto evidencia que aproximadamente nueve de cada diez estudiantes se sienten satisfechos con lo aprendido a través de su experiencia en *Alfaro Tv*.

Esto se complementa con la versión de dos de los encuestados que laboraron o hicieron prácticas en medios convencionales (sujetos 2 y 3), quienes manifestaron que en el programa-laboratorio tuvieron mayor “acompañamiento y paciencia”.

A fin de tener una información más segmentada sobre estos niveles de satisfacción, se enumeraron los procesos más frecuentes que cumplen los estudiantes en *Alfaro Tv*, tales como redacción para televisión, locución, edición, criterio periodístico, manejo de cámaras y reporterismo.

<i>Nivel de satisfacción de los estudiantes de Alfaro Tv en aspectos más cotidianos</i>						
Nivel de satisfacción	Redacción	Locución	Edición	Criterio periodístico	Manejo de cámaras	Reporte-rismo
Muy satisfecho	24%	24%	24%	7%	24%	27%



Satisfecho	69%	64%	62%	69%	46%	58%
Ni satisfecho ni insatisfecho	7%	8%	13%	14%	21%	12%
Insatisfecho	0%	4%	1%	7%	4%	3%
Muy insatisfecho	0%	0%	0%	3%	5%	0%
Porcentaje	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Fuente: encuesta aplicada a practicantes Alfaro Tv.						

Se evidencia que los aspectos que alcanzaron mejores niveles en cuanto a las opciones de muy satisfecho y satisfecho, fueron aquellos que son directamente realizados por el estudiante como es la redacción con un 93%, la locución con un 88%, la edición con un 86%, y el reporterismo con un 85%.

En este sentido, las entrevistas brindaron mayores detalles, el sujeto 1 manifestó respecto a su experiencia: “Fortaleció mi formación profesional, no solo en lo técnico audiovisual sino en otros aspectos como por ejemplo la redacción, ya que dentro de las prácticas se generaban críticas constructivas, inculcándonos de qué manera debía actuar un verdadero periodista”.

El manejo de cámaras, obtuvo el nivel más bajo de muy satisfecho y satisfecho con un 70%. Dos posibles causas, identificadas mediante las entrevistas, serían que esta labor es desarrollada principalmente por los empleados de *Alfaro Tv*, y las limitantes de equipos tecnológicos, ya que durante algunas temporadas solo se contó con una o dos cámaras para el uso de estudiantes y personal técnico.

El mayor porcentaje de insatisfacción lo obtuvo la formación del criterio periodístico (10%). A pesar de que esta es una habilidad fundamental para el periodista, está claro que esta se desarrolla paulatinamente y demanda mayor complejidad en los resultados de aprendizaje.

Al respecto, se debe considerar que este es uno de los ámbitos

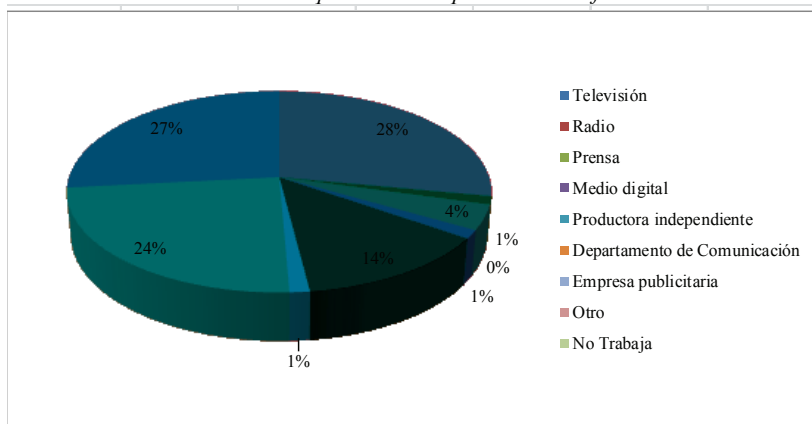
de mayor importancia, tal como lo señaló el sujeto 2 durante la entrevista: “lo más valioso fue el manejo de la información, conocer y contrastar las fuentes, y hacer las cosas con responsabilidad”.

## 5.2 INSERCIÓN Y APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS EN EL CAMPO LABORAL

En lo que se refiere a la inserción laboral de los estudiantes, se tomó en cuenta la mayor cantidad de opciones alusivas al campo del periodismo y la comunicación, identificando que aproximadamente el 25% de los encuestados trabaja en un medio televisivo, siendo este el mayor receptor laboral de quienes han pasado por *Alfaro Tv*. Las opciones *No trabaja y trabaja en una actividad ajena a la comunicación y al periodismo*, también fueron seleccionadas por cerca de una cuarta parte de los encuestados, cada una.

Gráfico I

*Inserción laboral de estudiantes que realizaron prácticas en Alfaro Tv*



Fuente: encuesta aplicada a practicantes Alfaro Tv

Los departamentos o áreas de Comunicación de diversas instituciones captaron el 14% de los encuestados. Los medios digitales,

radio, productoras independientes y empresas publicitarias acogieron a entre 4% y 1%; mientras que ningún estudiante manifestó laborar en prensa.

A manera de referencia, se puede mencionar que mientras el 73% (55 estudiantes) de quienes hicieron prácticas en *Alfaro Tv* se encuentran empleados o auto empleados. De acuerdo al último Estudio de graduados de la carrera de Periodismo publicado por el Observatorio de graduados de la ULEAM (2014), el 52,6% de los egresados está en condiciones de empleo o auto empleo.

Sobre la satisfacción de la aplicación de los conocimientos adquiridos en *Alfaro Tv*, en sus actuales puestos de trabajo, el 69% indicó sentirse entre muy satisfecho y satisfecho, y tan solo el 4% manifestó sentirse insatisfecho o ni satisfecho ni insatisfecho.

<b>Tabla III</b>	
<i>Nivel de satisfacción estudiantil con la aplicación de conocimientos en el trabajo</i>	
Opciones	Porcentaje
Muy satisfecho	31%
Satisfecho	38%
Ni satisfecho ni insatisfecho	3%
Insatisfecho	1%
Muy satisfecho	0
No responde	27%
Fuente: encuesta aplicada a practicantes <i>Alfaro Tv</i> .	

### **5.3. PROPUESTAS ESTUDIANTILES PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICAS EN *ALFARO TV***

Las entrevistas brindaron la oportunidad de conocer algunas

propuestas para mejorar la experiencia estudiantil en *Alfaro Tv*: El sujeto 1 señaló la necesidad de implementar una guía para el estudiante que forme parte del programa; este documento debe plasmar aspectos como: el proceso para ingresar al programa, organigrama, horarios, permisos, elaboración de informes, entre otros.

Para el sujeto 2 es necesario implementar capacitaciones y talleres que fortalezcan el intercambio de saberes entre los funcionarios (quiénes son, definirlos como personal técnico) y estudiantes de *Alfaro Tv*. Para ello, se deben planificar semanalmente este tipo de encuentros, donde se podrían abordar situaciones puntuales sobre preproducción, producción y post-producción.

Los individuos tres y cuatro concordaron en que es necesaria la implementación de equipos y programas acordes al avance de las tecnologías de la información y la comunicación; señalando la necesidad de renovar cámaras, trípodes, micrófonos y demás instrumentos de uso cotidiano de los estudiantes. Esto se reflejará tanto en la calidad del programa, como en la familiarización de los estudiantes con el equipamiento que utilizan en los demás medios televisivos.

## 6. CONCLUSIONES

Las universidades manabitas han construido sus propias experiencias comunicacionales en televisión, inclinándose por la elaboración de programas semanales difundidos a través de estaciones con alcance provincial y canales en *YouTube*, como es el caso de *Alfaro Tv* en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

De manera general, se determinaron altos niveles de satisfacción con los conocimientos desarrollados en *Alfaro Tv*; sin embargo, al abordar por separado algunas áreas, se identificó

algunos aspectos como las limitantes generadas a causa de la carencia de equipos tecnológicos, y la necesidad de trabajar en el fortalecimiento del criterio periodístico de los estudiantes, para lo cual es necesario reflexionar sobre aspectos más complejos como la necesidad de que este sea un objetivo común a lo largo de todas las asignaturas y experiencias formativas de la malla curricular de la carrera.

*Alfaro Tv* es un espacio donde los estudiantes adquieren nuevas herramientas para el desempeño de su trabajo, mediante la reflexión conjunta que se genera con los compañeros y docentes, algo que se dificulta en un medio tradicional. Además, descubren y desarrollan su vocación por la comunicación audiovisual, situación que se confirma al ser las estaciones televisivas los principales lugares de trabajo para quienes han formado parte de este espacio, aplicando los conocimientos adquiridos con altos niveles de pertinencia.

Las sugerencias de quienes han formado parte de *Alfaro Tv*, a fin de mejorar la experiencia de los próximos practicantes giran en torno a la documentación de los procesos, planificación de talleres conjuntos y la actualización de los equipos y programas utilizados en la elaboración de productos audiovisuales.

El enfoque de formación desde la praxis demuestra que la experiencia y el saber son inseparables, permitiendo la acción y reflexión sobre la acción, por lo que es necesario que dentro de *Alfaro Tv*, como laboratorio de prácticas, se instituyan mecanismos de evaluación formativa de la experiencia y diálogo entre los actores centrales que enriquezca los resultados obtenidos. Es decir transformarlo en una comunidad de aprendizaje.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, I., & Martín-Pena, D. (2014). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (124), 63-70.
- Aguaded, I., & Sánchez Carrero, J. (2010). Televisión educativa y universidades en un mundo digital. *Comunicación* (150), 37-46.
- Almenara, J. (2015). Aportes de la televisión universitaria a las industrias culturales y creativas en Iberoamérica. *ED-METIC*, 4(2), 7-28.
- Andreozzi, M. (2011). *Las prácticas profesionales de formación como experiencias de pasaje y tránsito identitario*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata.
- Badillo, Á., Mastrini, G., & Marenghi, P. (2015). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas. *Comunicación y sociedad*, (24), 95-126.
- Becerra, M. (2015) De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América Latina. Buenos Aires: Paidós.
- Chavero, P. Oller, M. (2015). "Políticas públicas en comunicación y sistemas mediáticos. El caso de Ecuador". Barredo, D., Oller, M. y Hernández, S.(coords). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos*. Cuadernos Artesanos Latina, 74.
- Cobo, C., & Moravec, J. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Lugar de edición y editorial.
- Cordicom (2015). *Listado de medios registrados en el CORDICOM, corte 15/06/2015*. Disponible en <http://www.cordicom.org>

[dicom.gob.ec/rpm/](http://dicom.gob.ec/rpm/)

- Coslado, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de educación*, 10(14), 157-175.
- Consejo de Educación Superior (2013). *Reglamento de Régimen Académico*. Quito.
- Felafacs (2009) Informe Final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en Comunicación y Periodismo en América Latina y el Caribe. Disponible en [http://www.felafacs.org/wp-content/uploads/2012/02/mapeo\\_com.pdf](http://www.felafacs.org/wp-content/uploads/2012/02/mapeo_com.pdf)
- Gómez, J., & Gómez, Y. (2008). Televisión universitaria y servicio público. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 16(31), 681-689.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación. *Educación: más allá del 2.0*, Barcelona: Gedisa
- Lamuedra Graván, M. (2007). Estudiantes de Periodismo y prácticas profesionales: el reto del aprendizaje. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (28), 203-211.
- Larrea, M., & Haro, A. (2013). La profesionalización periodística en Ecuador: ¿la experiencia en las calles o el conocimiento de las aulas? *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(1), 505-517.
- Leví-Leboyer, C. (1997). *La gestión de las competencias*. Barcelona: Gestión 2000.
- Martín-Barbero, J. (2008). Políticas de la comunicación y la cultura: Claves de la investigación. *Documentos CIDOB. Dinámicas interculturales*, (11), 1.
- Mellado, C., & Del Valle, C. (2008). Diagnóstico y perspectivas

- del periodismo como profesión: Reflexiones en torno a la formación de los profesionales de la comunicación en Chile. *Universum (Talca)*, 23(2), 136-151.
- Nivicela, M. & Samaniego, C. (2012). *Propuesta de programa de televisión científico educativo*. (Tesis de Pregrado). Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- Oller, M., & Chavero, P. (2015). La profesionalización del periodismo y el profesionalismo de los periodistas en Ecuador. *Revista PRISMA. COM*, (25).
- Piaget, J. (1970). Piaget's Theory. En P.H. Mussen (Ed.), *Carmichael's Manual of Child Psychology* (Vol. 1). New York: Wiley.
- Prats, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (38), 75-82.
- Rojas, N. E. (2007). Laboratorios de papel: formación de comunicadores y periodistas vs. realidad profesional y demandas sociales. *Intertextos*, (2), 23-38
- Salinas, J. M. (1995). La producción universitaria de televisión y vídeo educativos: entre la coproducción y la cooperación. *Educación y Medios de Comunicación en el contexto iberoamericano*, 103-119.
- Stake, R. E. (1998). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata.
- ULEAM, (2014). *Estudio de graduados de la Carrera de Periodismo*. Observatorio de Graduados de la ULEAM. Disponible en: [http://observatoriograduados.uleam.edu.ec/doc/result10\\_12/matriz/31periodismo.pdf](http://observatoriograduados.uleam.edu.ec/doc/result10_12/matriz/31periodismo.pdf)
- Vilches, L. (2011) *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.



## ***Sin teoría no hay radio. El lenguaje radiofónico base creativa para la publicidad sonora***

HERNÁN PILLAJO BORJA

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

### **RESUMEN**

La lógica de mercado, inherente al campo mediático, sumada a un modelo de enseñanza que privilegia la práctica por sobre la teoría están entre los elementos que originan una marcada recesión creativa en la publicidad radial, la cual refleja la crisis expresiva que aqueja al conjunto de la producción en este medio, deficitario en recursos expresivos.

En la teorización se encuentran nuevos elementos para mejorar los niveles de creatividad de la radiodifusión diales. Tal es el caso de la palabra, elemento nuclear de la publicidad radial, que analizada como parte del concepto lenguaje radiofónico plantea posibilidades de experimentación y desarrollo ocultas para la mirada empírica.

La evolución narrativa de la radio depende de que los realizadores abandonen la reproducción acrítica de esquemas convencionales y adopten nuevos modelos de preproducción y produc-

ción. Los investigadores de la comunicación deben reconocer la deuda que mantienen con la radio y darle la atención que merece pues este medio ha sido minimizado y abandonado a su suerte a pesar de las enormes ventajas comunicativas que posee.

Palabras clave: radio, publicidad, lenguaje, mercado, campo.

## 1. INTRODUCCIÓN

### *Las paradojas de la crisis creativa radiofónica*

En muchos aspectos el mercado revive la tragedia del dios Saturno quien, según cuenta la mitología griega, devoraba a sus hijos a causa del pacto hecho con su hermano Titán para reinar en su lugar. Una de las víctimas de esta moderna deidad es la radio -y con ella la publicidad radiofónica- pues se encuentra amenazada por el propio campo del que surge y al que se debe: el mercado.

Las fuerzas de la oferta y demanda han sido factores clave para la creación y expansión de nuevas tecnologías como los streaming, audioblogs, podcasts, etc., que facilitan la transmisión de sonidos y cuya convergencia deviene en lo que Cebrián (2009) define como ciberradio, con su propias dinámicas y formatos. No estamos frente a la extinción de un medio con la llegada de otro, como se temía décadas atrás con el advenimiento de la televisión, más bien presenciamos la aparición de herramientas que han sido aprovechadas por la radio para fortalecer sus capacidades técnicas, penetración, contacto con el oyente, etc.

Sin embargo, la prioridad de los creadores de dichas tecnologías ha sido el aprovechamiento comercial de estas en desmedro de las posibilidades narrativas y en general de la calidad de los contenidos radiofónicos, que no se han desarrollado de forma paralela (Rodríguez, 2011). Autores como Rodero (2005) y Mas (2016) afirman que la radio mantiene cicateros esquemas

informativos, de locución o de radio- fórmula, que han generado un distanciamiento con las audiencias juveniles, las cuales miran a este medio como un espacio desactualizado y que no despierta mayor interés.

De esta crisis narrativa no se abstrae la publicidad radiofónica, cuya calidad -y en consecuencia efectividad- están desde hace varios años seriamente cuestionada (Alonso, 2002; Mas, 2016; Rodero, 2008). Esta recesión bien puede considerarse como la fotografía de lo que ocurre en la totalidad del medio, si se admite que publicidad y radio -tal como ocurre con la prensa y la televisión- mantienen un estrecho vínculo desde su apareamiento, hecho que se refleja en que, por ejemplo, la creatividad es una máxima que guía a tanto a la publicidad como a la radiodifusión (Rodero, 2008, p. 2).

Si bien la crisis está presente en todos formatos radiales, esta se percibe con más fuerza en lo publicitario primero porque, como ya se dijo, su esencia radica en la innovación que la mayoría de las veces falta y luego por el desinterés que despierta no solo entre los académicos sino también entre los propios empresarios radiales, más pendientes del quehacer en el campo informativo (Rodero, 2008, p. 6).

A pesar del estancamiento, un elemento nuclear de la publicidad radiofónica como es la *cuña* aún subsiste en medio del estallido de los nuevos sistemas tecnológicos y de los estilos visuales de narración que estos generan (Mas, 2016, p. 63). Probablemente la sobrevivencia de este formato comercial se relacione con el hecho de que aún haya audiencias que se reconocen vinculadas fuertemente con la radio y sus esquemas publicitarios, a pesar de que estos no se caractericen por tener altas dosis de innovación y que por el contrario, en muchas ocasiones, las *cuñas* cometan un pecado imperdonable en el medio sonoro: ser aburridas (Alonso, 2002, p. 741).

La misma autora reflexiona en torno a que, pese a sus potencialidades expresivas y el contacto que aún mantiene con un importante sector de oyentes, los publicistas no manejen códigos sonoros compatibles con las particularidades del medio radiofónico, que se distingue por ser, incluso frente a la televisión, uno de los que mayor capacidad tiene para estimular la imaginación de la gente (Mas, 2016, p. 63). En efecto, al estar ante un medio sonoro, el público no tiene más remedio que poner en juego la imaginación para completar la imagen que se le proyecta (Rodero, 2008, p. 2); proceso mental al que se le ha denominado románticamente como: la magia de la radio.

A este hechizo se suman ventajas técnicas para la elaboración de productos complejos en un menor tiempo, la fidelidad que mantienen ciertos públicos con determinadas emisoras -lo que disminuye el cambio brusco de canal como ocurre con la televisión- la facilidad con el que el receptor capta el mensaje en un medio que no le demanda exclusividad de atención y el hecho de generar contenidos más personalizados, hacen de la radio el medio idóneo para la publicidad incluso por sobre la televisión (Rodero, 2008, pp. 3-4)

¿Entonces por qué se mira a la radio como el hermano pobre de la familia mediática al punto de que son pocos los esfuerzos que se realizan por lograr innovación narrativa? ¿Qué alternativas tiene la producción radiofónica publicitaria?

## 2. INVESTIGACIÓN

### *El choque entre creatividad y prisa*

Para encontrar las causas de la omisión que ha sufrido la radio debemos mirar las reglas que impone el reino de la oferta y la demanda, el cual, como quedó dicho, es terreno fértil para el surgimiento de sistemas tecnológicos idóneos para la evolución de este y otros medios y, potencialmente, de una mayor calidad

y creatividad en la producción, pero que al mismo tiempo las constriñe en nombre de la urgencia y la rentabilidad.

A las fuertes presiones en el mundo mediático tales como la rapidez, la búsqueda de la primicia, del mayor rating de sintonía y en consecuencia de la posibilidad de captar mayores cuotas de publicidad (Bourdieu, 1997), se suma el hecho de que los propios medios son empresas que operan bajo los principios de mercado, es decir la búsqueda de las mayores ganancias, lo que muchas veces pueden ser contradictorio con la producción informativa (Champagne, 1998). Aunque el autor hace referencia específicamente a las prácticas noticiosas, no hay razón para pensar que el resto de formatos estén al margen de los mismos efectos, si vemos al de los medios como un campo fuertemente influenciado por lo comercial (Bourdieu, 1997, p. 57).

Con el agravante de que en el mundo de los medios de comunicación el tiempo se convierte en un factor mucho más crítico que en otros campos -una disputa que se maneja de manera pública en el caso de la radio y la televisión- en donde hay una lucha sin cuartel contra el reloj al momento de planificar la distribución de segmentos para que encajen con la pauta publicitaria y más si se trata de producciones en vivo. Este tipo de urgencias, que los presentadores de radio y televisión nos las recuerdan cada vez que pueden, de acuerdo con Bourdieu (1997) son desfavorables para la propia manifestación del pensar.

La premura mediática es el camino idóneo para que circulen por él las ideas preconcebidas, que facilitan la comunicación “sin más contenido que el propio hecho de la comunicación” (Bourdieu, 1997, p. 40) Por el contrario, el desarrollo del razonamiento, dice el autor, está vinculado con el tiempo que toma desplegar un pensamiento lógico, recurso que siempre es escaso en los medios de comunicación.

Por el camino de la prisa circulan en la radio formulas repeti-

das que ponen a todos sus formatos a contracorriente con las expectativas del público. A este muchas veces se les entrega productos elaborados de manera veloz y simple; de ser posible que se transmitan en directo pasando por alto un trabajo mínimo de montaje, como la lectura de un anuncio a cargo del locutor de turno, que llevan al oyente a cambiar de estación o apagar el receptor (Rodero, 2005, p. 139). Para suplir esta ausencia de creatividad, el productor publicitario pauta un mayor número de cuñas pensando que con la repetición de un mensaje lineal puede llegar a persuadir al oyente (Rodero, 2008, p. 10)

### *Universidad y radio: deuda pendiente*

A esta descomposición por urgencia se suma el modelo de enseñanza en la comunicación, y especialmente en la radio, que naturaliza y reproduce un molde de conocimiento empírico, reacción a la teorización y que incluso alude a la preeminencia de la práctica como ventaja competitiva en el ámbito de la profesionalización, tal como promocionan algunas universidades y facultades de comunicación en el Ecuador<sup>6</sup>.

Bien podría afirmarse que, en el caso de la radio, postular que su aprendizaje se logra únicamente con la práctica es hasta discriminatorio, en tanto que la reflexión teórica y no solamente el saber operativo acompaña a la formación profesional en torno a los otros medios de comunicación: prensa, televisión y cine, en donde las reflexiones sobre lingüística, semiótica, teoría de la imagen y otras ciencias aplicables a estos medios son parte ineludible de las mallas curriculares (Herrera, 2001)

En el mejor de los casos, cuando se fundamenta en lo teórico en radio, usualmente afloran estudios sobre audiencias y recep-

---

<sup>6</sup> UDLA Press, revista de la carrera de periodismo de la Universidad de las Américas, edición No 2013-2 publica en portada la frase “El periodismo se aprende haciendo” y su editorial titula “Menos teoría y más experiencias significativas”.

ción, electrónica, acústica, etc. Ya a inicios de los años setenta el investigador español Ángel Faus hablaba de un predominio de lo técnico en la reflexión del hecho radiofónico porque:

La primera preocupación de los profesionales de radio (...) fue hacer funcionar el equipamiento técnico, para poder transmitir sus mensajes e intentar perfeccionarlo paulatinamente tanto en técnica como en expresividad. Fue el tiempo dorado de la *radio ideación*, de la *radio invención* como resultado de una investigación pragmática resultado del trabajo del día a día (Faus, 1981, p. 28)

El autor señala que los estudios acerca de la radio no llegaron en cantidad y calidad, a los estándares de los existentes ya en ese entonces sobre prensa y televisión, lo cual hacia prácticamente desconocido a este medio. Si bien reconoce la existencia de bibliografía técnica esta no aborda, dice, la totalidad de los elementos que conforman el hecho radiofónico, particularmente el de la narrativa o “la forma de contar radiofónica” (Faus, 1981, p. 31)

El que se mire a la radio en inferioridad de condiciones frente a la prensa y especialmente a la televisión motivó un desinterés por la reflexión teórica también en nuestra región en momentos en que, durante la década de los sesenta, la corriente crítica de la comunicación en América Latina puso especial interés en los procesos de dominación capitalista y se concentró en el análisis de televisión y prensa por considerarlos medios de mayor impacto para la transmisión de mensajes creados desde el poder (Mata, 1993, p. 2).

Así, la teorización en torno a la radio y su expresividad ha sido casi abandonada y ha consumado un nefasto círculo: no se teoriza sobre la radio porque, supuestamente, es un medio de

menor importancia que la prensa, la televisión o el cine y esta creencia se reafirma porque, entre otras cosas, no ha habido en torno a ella una prolífica reflexión científica que le permita evolucionar.

No se trata de negar la importancia que tiene la práctica en el estudio de este medio y sus formatos pero cuando las universidades priorizan la enseñanza técnica operacional, abandonan este campo a su suerte al reproducir acríticamente fórmulas que se dan por acabadas en el mundo de la radio comercial, en donde aparentemente todo está dicho y no hay nada nuevo bajo el sol, sin tomarse la molestia de proponer conceptos y metodologías capaces de dotarles a los estudios sobre este medio del estatuto científico que le corresponde (Herrera, 2001, p. 68), en beneficio de los propios medios comerciales y también de los no comerciales.

Bien puede decirse que este predominio de las visiones instrumentalistas es legado de la vieja disputa entre subjetivismo y objetivismo, estéril dicotomía porque según Bourdieu (2007) ambos enfoques son imprescindibles para comprender lo social.

El filósofo rechaza la disputa teórica que plantean este par de conceptos y otras dicotomías del tipo objeto – sujeto; individuo – sociedad, etc., en tanto que nos conduce a ver la realidad bajo un solo enfoque (Bourdieu, 2001, p. 101). En palabras de Loïc Wacquant, la ciencia social, por el contrario, “debe elaborar un conjunto de lentes analíticos de doble enfoque que capitalicen las virtudes epistémicas de cada lectura al tiempo que evada los vicios de los dos” (Bourdieu y Wacquant, 2005, p. 32)

Darle la importancia que tiene la teorización en el quehacer de la radio es parte de los desafíos que tienen los involucrados en un medio, reconocido como el de mayor penetración y, contradictoriamente, del que menos se conoce en torno a las especificidades de su lenguaje (Herrera, 2001, p. 68).



*Lenguaje radiofónico sustento de la creatividad publicitaria*

Tal como propone Alonso (2002), una primera cuestión que aparece al hablar de este elemento es determinar si la palabra lenguaje es aplicable a la forma en que comunica, o más bien que debería comunicar la radio, y la manera en que el formato publicitario puede recurrir a él para deshacerse de la monotonía y la inexpressividad que actualmente lo aqueja. Aunque un concepto de tanta complejidad no puede estar exento de disputa, bien podemos recurrir a las definiciones básicas de la lingüística para hallar un sustento firme pues, tal como lo veremos más adelante, la palabra es el elemento nuclear del código radial.

Saussure (2012) mira el concepto lenguaje con cautela ya que lo considera sumamente amplio y con posibilidades de englobar a todas las formas de expresión, lo que hace difícil aprehenderlo para hacer de él un objeto concreto de estudio, tal como lo es en cambio la lengua, cuyos principios, nos dice, son perfectamente aplicables al primero. Así, entre las varias aproximaciones que el autor hace al concepto de lengua señala que es “un sistema de signos que expresan ideas y por eso es comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc. Solo que es el más importante de todos estos sistemas.” (Saussure, 2012, p. 66).

De modo que en términos saussureanos cabe hablar de un lenguaje en el ámbito radiofónico en tanto que es una forma más de expresión humana que se basa en un conjunto de signos con los que se busca compartir un mensaje. Resta establecer cuáles y de qué tipo son los signos que conforman esta constelación expresiva denominada radio y que le permiten autonomizarse de otros códigos como el que manejan la prensa escrita, la televisión o el cine.

Estudiosos del campo radiofónico, coincidan en señalar que este código está compuesto por la voz, la música, los efectos

sonoros y el silencio, elementos que deben articularse de forma armónica, mediante la utilización de diversos recursos tecnológicos en procura de activar la imaginación del oyente, despertar su sensibilidades y en el caso concreto de la publicidad también lograr resultados persuasivos (Mas, 2016; Alonso 2002; Jiménez y Roderó: 2005).

La particularidad de este lenguaje es que, a partir de la articulación de diferentes tipos de sonidos, busca crear imágenes en la mente del receptor, que son en primera instancia de tipo sonoras y que posteriormente pasan a ser visuales. Este resultado se logra a partir de la yuxtaposición de los elementos que lo conforman -cada uno de ellos lenguajes en sí mismo- pero que sacrifican su autonomía para crear un tipo de código totalmente nuevo cuya función es básicamente expresiva (Alonso, 2002, pp. 201-202- 506).

Aunque la dimensión de la expresividad puede encontrarse en toda forma de comunicación humana, esta tiene mayor fuerza el momento en que un emisor hace uso de todos los recursos a su alcance para hacer que el mensaje se entienda claramente por parte del receptor, sin que este tenga que esforzarse demasiado para lograr la decodificación (Jiménez y Roderó, 2005, p. 84). A esta característica, dicen las investigadoras, se deben añadir la dimensión artística que también posee dicho lenguaje y agregan que: “al final, los oyentes perciben esa fusión de la semántica y la estética del mensaje como un todo único, de manera que ninguno de estos dos factores ha de quedar supeditado al otro”. (p. 85)

De lo anterior se deduce que el desafío de los creativos radiofónicos depende de la forma en que estructuren los elementos que conforman este lenguaje, de tal forma que el concepto que desean transmitir sea entendible en grado máximo, “todo ello con el fin último de interesar, persuadir y seducir a quien

escucha desde el otro lado” (p. 84). Por tanto, no basta con hacer que voz, música, efectos sonoros y silencio operen de forma aislada o como un adorno para transmitir una idea, sino que debe escoger aquellos componentes que cumplan de la manera más eficiente la tarea de comunicar haciendo uso del código radiofónico (Mas, 2006, p. 65).

Esta unión entre el concepto y la forma, que es cómo funciona el lenguaje radial, bien puede compararse con lo que le sucede al signo en la lengua hablada, pues según Saussure (2012) el signo es tal, en tanto conjuga dos aspectos: significado y significante; el concepto y la imagen acústica cuya unión le dotan de existencia. Al respecto el autor agrega que “no se podría aislar el pensamiento del sonido, ni el sonido del pensamiento; a tal separación solo se llegaría por una abstracción y el resultado sería hacer psicología pura o fonología pura” (Saussure, 2012, p. 213)

En el campo de la producción radial, por el contrario, lo usual es la destrucción del signo sonoro cuando se lee en periódicos e incluso se difunden audios tomados de material televisivo porque se desvincula la intención comunicativa de los recursos empleados. En los ejemplos que citamos hay una cabal tergiversación del medio y de sus características y hasta una perversión por el uso arbitrario de códigos distintos en un espacio que, como vemos, posee sus propios signos.

De esta incomprensión del lenguaje radiofónico no escapan las producciones radiales que incorporan efectos sonoros para ambientar locución en programas musicales, deportivos o radio revistas pero que lo hacen obviando el resto de elementos que conforman el código radial. Lo mismo podemos decir de la producción publicitaria que articula, por ejemplo, locución, cortina musical y algunos otros recursos pero de forma aleatoria.

En muchas ocasiones el efecto que se produce es opuesto al objetivo de captar la atención del público, pues el hecho de ma-

nipular sonidos no necesariamente demuestra que se esté usando un lenguaje (Alonso, 2002, p. 510). De hecho, sin un criterio apropiado no solo se puede producir monotonía sino ruido que termina espantando al oyente.

Con el agravante que en el ámbito publicitario, la eficacia comunicativa está dada fundamentalmente en un modelo narrativo en el que están presentes personajes, situaciones, contextos, acciones que constituyen el principal instrumento persuasivo y cuyo fundamento está en el manejo de los elementos que integran el lenguaje radiofónico (Mas, 2006, p. 64). Recurso perfectamente aplicable al resto de géneros y formatos radiales, incluyendo al informativo que debería también recurrir a la expresividad si desea innovarse, tal como proponen Jiménez y Roderó (2005)

Alonso (2002) resume las características de los elementos que componen el código sonoro de la siguiente manera: la voz como aquella que comunica la idea; la música a más del ingrediente estético contribuye a que el producto sea memorizado por los oyentes; los efectos sonoros apuntalan el entendimiento del mensaje que se transmite así como a forman la visión mental del producto y el silencio aporta con las ideas implícitas que puede tener un mensaje (Alonso, 2002, p. 203)

De todos estos elementos, el más usado por los radiodifusores es la palabra a través de noticieros, espaciosos de entrevistas, programas deportivos, radio revistas, lectura de anuncios publicitarios, etc., en los que usualmente la palabra se la abstrae de otros elementos sonoros y no sonoros. La radio hablada se ha convertido en un modelo que se reproduce de forma indiscriminada, incluso en las emisoras universitarias, lo que clausura las posibilidades de experimentación y desarrollo de la producción radiofónica (Roderó, 2005, p. 139)

Por estas razones nos detendremos en el ámbito de la palabra

hablada, cuyo replanteamiento es urgente por parte de los productores si buscan aportar al fortalecimiento creativo de este campo y mejorar la calidad de la producción publicitaria.

*La palabra elemento clave de la expresividad radiofónica*

La palabra ha sido y es pilar fundamental de la radio y en cuanto al mensaje publicitario en este medio es el único elemento que no puede estar ausente (Alonso, 2002). De hecho, la primera forma de publicidad fue oral y estuvo a cargo de los primeros mercaderes, vendedores ambulantes y otros pioneros de este tipo de comunicación, a quienes desde la antigüedad ya se les demandaba recursos prosódicos a fin de persuadir a correctamente a sus públicos (Alonso, 2001, p. 212).

Jiménez y Rodero (2005) agregan que en radio la palabra se vuelve un elemento imprescindible, con el añadido de que en este medio debemos cuidar el nivel artístico para que la comunicación sea más efectiva (Jiménez y Rodero, 2005, p. 89).

Por tanto, el creativo radial se ve compelido a manejar cuidadosamente tanto la palabra escrita como la palabra hablada, en ambos casos debe precautelar forma y fondo cuando redacta un guion y cuando se lo locuta. El redactor publicitario debe tener presente que el significado de su mensaje puede ser alterado por la forma como se lee el texto; miramos aquí la importancia no solo de los conocimientos gramaticales sino pragmáticos en cuyo seno el publicitario puede encontrar una fuente inagotable de creatividad (Alonso, 2012, p. 233)

En cuanto al concepto como tal, el diccionario de la Real Academia define a la palabra como “unidad lingüística dotada generalmente de significado, que se separa de las demás mediante pausas potenciales en la pronunciación y blancos en la escritura” (RAE, 2016). Para efectos de comprender mejor su papel dentro del lenguaje radiofónico, Alonso (2002) propone

diferenciarla de la voz en tanto que esta es de utilidad para crear la palabra, aunque con ella también se puede emitir melodías y otros sonidos que pueden ubicarse como parte de los efectos sonoros (Alonso, 2002, p. 212).

Así, voz no es sinónimo de palabra sino parte constitutiva de esta. La definición nos permite descartar que la locución radiofónica esté reservada para aquellas personas que posean cierto tipo de voz, usualmente de tonos graves en los hombres y de textura delicada para las mujeres, pues lo fundamental es la palabra en tanto generación de significado. Lo anterior no es contradictorio con las consideraciones estéticas que debe caracterizar al medio sonoro, pues con la debida formación teórico – práctica cualquier persona puede locutar profesionalmente en radio.

En lingüística la palabra locutor tiene que ver con determinado entendimiento del proceso de la comunicación, pues si alguien hace una lectura lineal de un texto entonces se ubica en un plano de simple emisor, atado al sentido literal de lo que dice, mientras que como locutor debe manejar también los planos de intencionalidad de la palabra. “Dicho de otro modo, se entiende que el locutor sabe lo que quiere decir y cómo quiere decirlo y para esto se vale de la diferencia de naturaleza entre locutor y enunciador” (Charaudeau y Maingueneau, 2005, p. 361).

Así pues debido a la importancia que tiene la palabra hablada, el medio radiofónico demanda de locutores y no solo de un enunciadore -que incluso podrían tener voces privilegiadas- para que en armonía con el resto de elementos del código le brinden los niveles de efectividad y estética que necesita con urgencia el medio.

A partir de este criterio los publicistas radiales deben reconsiderar los parámetros que usan para la selección de voces en sus producciones, muchas veces restringidas a un número selecto de

locutores profesionales, cuando más bien se debe buscar, antes que sonoridad, expresividad que se logra cuando la lución armoniza con el texto de cada cuña (Alonso, 2012, p. 224) y se hace adecuado uso de los signos sonoros.

La variedad y la innovación, como elementos creativos, deben estar presentes no solamente en la redacción del guión y en la puesta en escena sino también en los parámetros que se sigue para su realización dentro de los cuales los estándares bajo los que se hace un casting deben modificarse.

Por otro lado, para crear imágenes sonoras en la mente del público el creativo debe conocer y utilizar no solo las características de la voz como tono, timbre, volumen, entonación, sino también saber que hay aspectos extra lingüísticos, es decir “rasgos de la voz de carácter psicofísico que ayudan a evocar el movimiento corporal, las características físicas y anímica de los sujetos, las emociones, las relaciones de espacio y tamaño o los grados de luminosidad y los colores” (Alonso, 2002, p. 2016).

Estos recursos están presentes en nuestra comunicación cotidiana y ayudan a configurar las dimensiones connotativas y denotativas de la palabra, cuyo conocimiento y manejo por parte del locutor contribuyen con la generación de imágenes acústicas en la mente de la audiencia y son invaluable recurso para el productor radiofónico publicitario (p. 2017), pues así se le dota al mensaje de mayor expresividad y en consecuencia de persuasión.

Conceptos como los señalados de manera muy escueta, si bien se intuyen desde la mirada empírica deben ser parte de un análisis y sistematización por parte de académicos. Porque como hemos argumentado, no es la voz como tal sino en la manera cómo se entiende y usas las herramientas de la comunicación en donde recae el peso de la expresividad radiofónica.

### *El valor del silencio en el código sonoro*

La rapidez con que actúan los medios de comunicación, particularmente audiovisuales, hace que miren al silencio como un factor de perturbación y pocas veces como un recurso expresivo. En las rutinas de producción radiofónica, en donde se le denomina bache, hay la tendencia a evitarlo a toda costa porque se teme que ante los oídos del público aparezca como error técnico y con razón pues el oyente no tiene la costumbre de apreciarlo, por estar inmerso en una lógica mediática que le resta posibilidades expresivas (Alonso, 2012, p. 277)

Sin embargo, el silencio es pieza clave de todo acto de comunicación. Aunque la teoría clásica la entendía como ausencia de signo y por lo tanto de comunicación, la Escuela de Palo Alto, bajo el principio de que no es posible dejar de comunicar, nos muestra que todo silencio significa (Grijelmo, 2012, p. 41). El autor señala que “el silencio en la comunicación no puede significar la no comunicación sino quizás una comunicación de baja intensidad, pero en cualquier caso descifrable (...) De este modo colegimos que el silencio no existe, puesto que incluso el silencio *dice*” (p. 42).

Por lo tanto este elemento está inmerso en todas las expresiones comunicativas del ser humano e incluso en la naturaleza, señala el autor. ¿Debemos prescindir de él en el medio radiofónico?

Grijelmo (2012) señala que en el caso del lenguaje escrito la primera función del silencio, vacío o espacio en blanco, es la separación de cada palabra y frases pero además es parte del estilo y la intención. En la gramática, el silencio se materializa para dar un significado claro y en la pragmática aparece para dar lugar a la interpretación el momento en que el escucha debe completar un determinado sentido, así es como se crea la ironía, el misterio, el humor, señala el investigador.



El creativo publicitario debe tener en cuenta este recurso cuando elabora el guion y cuando se lo locuta porque su apropiada utilización le puede permitir desviarse de lo que espera escuchar el oyente y crear sorpresa, uno de los recursos más escasos en un medio que por el contrario se muestra cada vez más predecible. El hombre ama lo insólito y un buen orador debe dar un aire misterioso a sus palabras (p. 171)

El silencio puede distribuirse a lo largo del guion radiofónico. La presencia de silencio puede aportar una gran dosis de emotividad así como su ausencia (Alonso, 2002, pp. 279- 280). Las pausas, silencios cortos, son recursos que sirven para mejorar los textos. En la locución alivia el exceso de verborrea, algo que en la publicidad comercial hace falta hace debido al poco tiempo que dispone y que le obligan a compactar palabras y a decirlas a una mayor velocidad, lo que crea un estilo de locución que satura al oyente. Sin caer en los extremos, una locución reposada por el contrario puede llevar al oyente a captar de menor manera el mensaje que escucha.

### **3. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN**

La radio nace atada a las lógicas comerciales y son ellas las que por un lado presionan por innovación y al mismo tiempo la restringen. Ignorar la crisis creativa publicitaria y mantener los esquemas de producción y reproducción de la radio comercial de forma mecánica es condenar a este medio a la postración y a sacrificar las enormes posibilidades comunicativas que posee.

Alrededor del concepto lenguaje radiofónico podemos mirar con claridad los aportes que la teoría puede darle a este campo, para mejorar sus niveles de expresividad y en el caso de la publicidad lograr persuasión.

Los lineamientos de una renovada pedagogía de la radio, que queda señalada a modo de recomendación, no puede pasar por

alto algunos de los conceptos anteriormente señalados y restringirse a un ámbito eminentemente técnico, reconociendo la importancia que tiene este elemento en la dinámica enseñanza – aprendizaje.

En este proceso se debe destacar la importancia crucial que tiene la palabra, que en el caso de la locución está dado por el conocimiento y el manejo de las propiedades de la voz, así como de la correcta pronunciación, acentuación y ritmo que son recursos que le dotan de expresividad a la voz radiofónica (Jiménez y Rodero, 2005, p. 90).

Muchos de estos elementos ya son ampliamente conocidos y manejados por sonidistas y locutores empíricos en cuyas manos usualmente recae la didáctica de la radiodifusión y aun cuando su conocimiento práctico sea de mucha utilidad, es necesario que el proceso se enriquezca de mayores fundamentos teóricos. Esto porque es necesario comprender los mecanismos de la producción radial, en tanto que el conocimiento práctico se orienta básicamente a la generación de productos, pasando por alto la abstracción que permite entenderlos y el pensamiento crítico en torno a las maneras de producirlos, actividad inherente a la campo académico (Herrera, 2001, p. 68)

Concordamos con Herrera (2001) cuando afirma que el modelo de enseñanza - aprendizaje empírico de la radio se basa fundamentalmente en las lógicas de las emisoras privadas, cuya simple reiteración, incluso en el entorno universitario, muchas veces genera productos de peor calidad que los que se critica. Antes bien, el traspaso de los saberes científicos al campo mediático construyen en camino para su innovación (p. 69).

Este constituye el punto de inflexión en un modelo que sacrifica lo elaborado en pos de lo rápido tal como señala Rodero (2005) “Por eso, el objetivo, para abandonar la crisis, debe basarse en recuperar la magia de la radio. En primer lugar, porque la di-

mensión creativa es la que se encuentra en la propia esencia radiofónica” (p. 140).

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso González, C. (2002). *El proceso creativo de la elaboración de guiones publicitarios: la cuña* (Tesis de doctorado inédita). Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Barcelona.
- Bourdieu, P. (2001a). *Sobre la Televisión*. Barcelona, España: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001b) *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Bilbao, España: Ed. Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P (2007). *El Sentido Práctico*. Madrid, España: Editorial Taurus.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005) *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Cebrian, M (2009). Expansión de la Ciberradio. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 6 (1), 11-23.
- Charadeua, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de Análisis del Discurso*. Madrid, España: Amorrutu Editores.
- Champagne, P. (1998). La doble dependencia. En Gauthiere, G., Gosselin, A y Mouchon, (Eds.). *Comunicación y Política* (pp. 237-254). España: Editorial Gedisa.
- De Saussure, F. (2012). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Losada.
- Faus, A. (1981). *La radio. Introducción a un mundo desconocido*. Madrid, España: Ed. Latina.
- Grijelmo, Á. (2012). *La información del silencio. Cómo se miente*

- contando hechos verdaderos*. Madrid, España: Editorial Taurus.
- Herrera, E. (2001). Apuntes para pensar la producción radial desde la academia. *Revista Signo y Pensamiento*, 38 (20), 64-71.
- Jiménez, S. y Rodero, E. (2005). La expresividad en los informativos radiofónicos. *Comunicación y Sociedad*. 28 (2), 83- 107.
- Mas, L. (2016) La estructuración emocional del mensaje publicitario. *Revista Área Abierta No 1*, 61-176.
- Mata, C. (1993).La radio: una relación comunicativa. *Diálogos de la Comunicación. Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, 1-6.
- Real Academia Española (2016). Descargado de: <http://dle.rae.es/?id=RUI938s>
- Rodríguez, A. (2011) Narrativa radiofónica: ritmos, duraciones y arquitecturas sonoras. *Narrativas audiovisuales los discursos*. 5, 239 – 261.
- Rodero, E. (2005). Recuperar la creatividad radiofónica. Razones para apostar por la radioficción. *Revista Análisis No 32*, 133-146.
- Rodero, E. (2008). Publicidad en radio: publicidad sí pero no radiofónica. *Revista Área Abierta* (20), 1-16.

## ***Signos, cultura y comunicación. Una aproximación icónica a la identidad montuvia manabita***

REMIGIO GONZALO PISCO SÁNCHEZ

Grupo Comunicación, Cultura e Identidad

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

### **RESUMEN**

La cultura montuvia en la provincia de Manabí, Ecuador, se aborda en este ensayo como un objeto de significación traducible a una iconocidad en la posibilidad de dejar planteado un sistema icónico de aproximación, basado en el simbolismo de los elementos más representativos de este grupo social.

El enfoque se sustenta en algunos elementos del signo de la semiótica de Charles S. Peirce, Iuri Lotman, Umberto Eco y Roland Barthes, y en la eventualidad de que la cultura montuvia como objeto signico sea comunicante de sus propias expresiones activando una socio semiosis con una iconicidad pertinente.

El planteamiento y las reflexiones finales, siguen un método de estudio, observación y descripción etnográficos; y orienta el análisis a un sistema icónico desde la semiótica de la comunicación y la cultura, así como desde la construcción identitaria de la provincia de Manabí, bajo la mirada de quienes, partiendo de la investigación social y científica, trazan una percepción cultural

del montuvio manabita.

Palabras claves: identidad, montuvia, Manabí.

## 1. INTRODUCCIÓN

La cultura montuvia<sup>7</sup>, es propia de la costa ecuatoriana y sus principales rasgos, se expresan también en el montuvio de la provincia de Manabí, cuyos valores y características configuran elementos iconográficos capaces de interpretar no solo la identidad propia de esta etnia sino del propio constructo identitario manabita.

Se propone una connotación simbólica e icónica de una et-  
<sup>7</sup> Hay una reciente incorporación del término “montuvio” en el Diccionario de la Lengua Española. La nueva definición etimológica se oficializó desde enero del 2015 por parte de la Real Academia Española. El cambio generó un debate en Manabí, no tanto en el resultado de la significación semántica del término sino en cuanto a referir con precisión el origen de los rasgos que anteceden el surgimiento y la construcción de la etnicidad del montuvio.

Desde los años 30 del siglo anterior, José de La Cuadra propone y escribe en su obra “Ensayo sobre el montuvio ecuatoriano” la palabra montuvio con “v” sin precisar las justificaciones etimológicas. Hipotéticamente es el historiador Humberto Robles quien recogiendo el aspecto geográfico rural del espacio en que se desenvuelve la actividad laboral y productiva del montubio, asocia el término con las raíces montes y fluvius (ríos), es decir se evoca que su hábitat está regado por los grandes ríos que fluyen en la costa ecuatoriana. Sin embargo a posteriori se valida escribir montubio con “b”, en relación a bios o la vida que emerge de los ríos.

Para la socióloga manabita, María Arboleda Vaca (2015), el término montuvio escrito con “v” contraría el concepto de Pueblo Montubio que había superado la noción de “campesinos” o “mestizos” para convertirse en un sólido contenedor de identidad de quienes se reconocen en la cultura montubia o reconocen su etnicidad, como es el caso del estado ecuatoriano que incluye en la constitución vigente desde el 2008, al pueblo montubio (con “b”) como una etnia. Para Arboleda esa amplitud identitaria no se refleja en la cortedad de la definición que la RAE da al nuevo término:

*Montuvio*: m. y f. Campesino de la Costa

No obstante la RAE mantiene el término anterior como un adjetivo con licencia para usarlo como sustantivo

*Montubio*: adj. Am. Dicho de una persona: Montaraz, grosera.

nicidad manifiesta, en pro de detectar un enlace de sus orígenes ancestrales con las interpretaciones contemporáneas de sus rasgos: relación con el entorno, modos de producción, expresiones artísticas, modos de ser, entre otros.

El pueblo montuvio, al igual que en el país, representa el segundo grupo poblacional más importante de la provincia con un 19,2%; a sabiendas que en Manabí, en el último censo del 2010, la población se autodefinió en un 69,7% como mestiza. (INEC, 2010)

La productividad manabita aún mantiene vínculos importantes con la actividad agrícola y pecuaria, tal es así que un 15,5% de la población, entre hombres y mujeres, trabajan como agricultores y afines, siendo el segundo rubro ocupacional detrás de ocupaciones elementales (peones, trabajadores informales, entre otros), censadas en primer lugar con 36,3%. (INEC 2010).

Partiendo de esa tradición agrícola, la ruralidad es, entonces, un elemento a considerar en la construcción de la identidad manabita, bajo la influencia de la cultura montuvia, eminentemente rural. Al respecto, Henríquez (2010) deja notar que la identidad de un territorio puede ser construida a partir de los valores, conceptos y sentimientos que la conforman, incluso fuera de su espacio natural.

Esa construcción identitaria basada en lo rural puede operar como signo cultural traducible a una iconicidad simbólica y comunicante de la presencia influyente de la etnicidad montuvia en Manabí. Esto conlleva a asumir que toda cultura -como la montuvia- es necesariamente productora de los signos que requiere para viabilizar sus actos comunicacionales inmanentes o trascendentes a su naturaleza (Unesco, 2005).

Por tanto en este ensayo queda sentada una propuesta icónica interpretativa de las maneras de ser, producir y sentir del montuvio manabita, como producto de sus propias significaciones.

## 2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

### SIGNOS, CULTURA, COMUNICACIÓN E ICONICIDAD

El signo por naturaleza, entraña un acto comunicativo, determina situaciones y relaciones sociales entre grupos humanos y genera mensajes y actos interpretativos que incluye significantes y significados que se procesan en la mente tanto de un emisor como de un intérprete. De ahí que Redondo (2009) recalca el argumento de Charles S. Peirce quien sustenta que fundamentalmente el signo opera entre dos “mentes o teatros de conciencia”.

Lotman (1996), sostiene que la cultura es la suma de la información no hereditaria, adquirida, preservada y transmitida por los diversos grupos sociales, cuya clasificación de sus “formas culturales” proviene de su contextualización del signo. Por su parte Eco (1988) enuncia el signo como cualquier cosa que puede tomarse como sustituto significante de otra y propone que la semiótica cubre la totalidad de la cultura como un fenómeno de significación y comunicación.

Dentro de lo que él denomina “teatros de conciencia”, Peirce propone la semiosis como el proceso interpretativo del signo compuesto por *Representamen*, *Objeto e Interpretante*, que Lotman más bien atribuye como posibilidad solo en la medida que dicha semiosis se realice dentro de un sistema sígnico propio de una determinada cultura que él designa como semiósfera o el espacio de textos culturales donde un colectivo o grupo social expresa “su forma” de ver e interpretar el mundo en una continuidad de significaciones o *continuum semiótico*. (Navarro y Cáceres, 1996).

En todo caso, Eco (2008), deja notar en sus estudios que la función primordial del signo es constituir un texto de datos culturales referenciales de todos los entornos y escenarios posibles donde se da la interacción humana, bajo el concepto de que el sig-



no trata de *todo*. Un todo que Rizo y Romeu (2006) en alusión a Bodlye, refieren como la cultura aprendida, adquirida y compartida bajo la mediación de procesos comunicativos que no solo posibilitan esa transmisión de generación a generación sino que determinan la propia sobrevivencia del bagaje cultural.

En esa dirección, Amodio (2006) propone que cada cultura designa a las cosas de una manera particular lo que tiene validez para todos los miembros de esa sociedad o cultura, aun cuando esas designaciones o nombres signifiquen realidades diferentes en contraste con otras culturas. Afirmo además que “(...) *cada contexto cultural permite la comunicación porque es productora de signos y son estos los que constituyen los elementos básicos de los mensajes*” (Unesco, 2005). Y tal capacidad de generación de signos es la que permite hacer cultura (Vásquez Rodríguez, 1989).

Estos argumentos confirman que para la comunicación de la cultura debe haber una mediación semiótica y se reafirma con el enfoque de Roland Barthes (1993) quien sostiene que todos los elementos de la cultura son significantes portadores de significado y acota que si todo es significativo todo es comunicación, dejando notar que hay textos culturales que se manifiestan como prácticas discursivas que proceden de una trama de significaciones.

En la urdimbre de esas significaciones, el ícono establece, de acuerdo a Peirce (1996) una relación de semejanza del signo con el objeto, expresada a través de una imagen o metafóricamente, formas que determinan la iconicidad o el grado de similitud del signo con las características del objeto o de la realidad representada. Dicha iconicidad puede remitirse, en el caso de la cultura montuvia manabita, a los simbolismos propios de los elementos más representativos de este grupo étnico, puesto que un sistema cultural de signos no surge aislado sino que emerge de formas de

vida características (Rek, 1993).

### **CULTURA MONTUVIA E IDENTIDAD MANABITA**

Manabí es la tercera provincia del Ecuador en tener un apreciable porcentaje (24,5%) de población montuvia detrás de Los Ríos (25,5%) y Guayas (38,4%). La provincia tiene 267 comunidades montuvas distribuidas en 16 de los 22 cantones manabitas. Manta, Jaramijó, Flavio Alfaro, Jama, Pedernales y San Vicente son los únicos cantones que no reflejaron contar con poblaciones organizadas de montuvios, conforme a los resultados del último censo de población y vivienda del 2010. Debe entenderse como montuvio, al campesino de la costa, según la Real Academia Española que modificó el término montubio a montuvio, oficializando el cambio el 27 de enero del 2015.

Según el Consejo de Desarrollo del Pueblo Montubio de la Costa Ecuatoriana y Zonas Subtropicales de la Región Litoral, CODEPMOC, la población montuvia asentada en el litoral ecuatoriano y las zonas subtropicales del país, y por ende, en Manabí está eminentemente vinculada a la ruralidad. Tal es así que la provincia, tiene una población rural de más de 176 mil habitantes montuvios presentes en 16 cantones en recintos y comunidades organizadas, frente a los más de 88 mil montuvios asentados en zonas urbanas de la provincia.

De acuerdo a Ayala (2002), Manabí asume la cultura montuvia como uno de los pilares de su identidad, y acota que a pesar de que en toda la costa ecuatoriana se haya presente, es en esta provincia donde se la observa con mayor nitidez. Esta característica de la región invita a repasar los elementos de su constructo identitario también enriquecido por expresiones de las culturas cholas y mestizas que dibujan un bagaje antropológico para entender, en la mejor manera posible, como este grupo humano asentado en el territorio llamado Manabí ha construido una fuerte identidad.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **MÉTODO**

A partir de la cultura montuvia de la provincia de Manabí, tomada como objeto de estudio, se decidió realizar una investigación etnográfica remitida a un estudio de sus significaciones culturales con matices de análisis semiótico desde una dimensión social, icónica e interpretativa del signo.

La investigación etnográfica apoyada en el análisis semiótico posibilita identificar la construcción simbólica de una identidad colectiva basada en los textos culturales que esta genera y aplica en sus interacciones sociales, permitiendo la interpretación icónica planteada como argumento de aproximación al objeto de estudio.

Para efectos del contexto etnográfico de la investigación se consideró un análisis bibliográfico de las principales visiones semiológicas de la relación signo-cultura: Iuri Lotman, Umberto Eco, Roland Barthes y Charles S. Peirce. Se consideró también una revisión documental y de elementos bajo custodia de organizaciones vinculadas directa e indirectamente a la organización y estudio del pueblo montuvio manabita:

- Asociación de Montubios del cantón Santa Ana, AMONSA
- Consejo de Desarrollo del Pueblo Montubio de la Costa Ecuatoriana y Zonas Subtropicales de la Región Litoral, CODE-PMOC
- Gobierno Provincial de Manabí, áreas de comunicación, turismo y biblioteca
- Museo etnográfico Cancebí, Manta
- Museo y Archivo Histórico de Portoviejo
- Museo Etnográfico de Ciudad Alfaro, Montecristi

El universo de estudio se constituyó con los 22 cantones de la provincia de Manabí: Portoviejo, Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Jama, Jaramijó, Jipijapa, Junín, Manta, Monte-

cristi, Olmedo, Paján, Pedernales, Pichincha, Puerto López, Rocafuerte, Santa Ana, San Vicente, Sucre, Tosagua, 24 de Mayo.

Se segmentó el territorio provincial en tres zonas geográficas: Zona Norte, Zona Centro y Zona Sur, escogiéndose mediante criterio de conveniencia, tres cantones representativos por zona, siendo escogidos:

Zona Norte:	Chone, El Carmen y San Vicente
Zona Centro:	Portoviejo, Manta y Rocafuerte
Zona sur:	Jipijapa, Paján y 24 de Mayo

Esta muestra elegida constituyó el 40, 9% del universo muestral. Dentro de la muestra elegida se hicieron observaciones en las urbes o cabeceras cantonales y en las siguientes comunidades:

La Segua (Chone)  
Manga del Cura (El Carmen)  
Río Canoa (San Vicente)  
Calderón (Portoviejo)  
El Aromo (Manta)  
Cerro Verde (Rocafuerte)  
La América (Jipijapa)  
Las Maravillas (Paján)  
El Chial (24 de Mayo)

#### **FASES DEL ESTUDIO**

La investigación cumplió en orden consecutivo, las siguientes etapas:

- Revisión y análisis bibliográfico
- Revisión documental
- Recolección de Datos:

Observación en cabeceras cantonales y comunidades de la muestra geográfica elegida:

- Análisis de datos mediante procedimientos cualitativos.
- Aplicación de matriz de análisis semiótico
- Identificación de simbolismos e iconicidad cultural

Cabe indicar que la observación participante y el análisis semiótico fueron las técnicas que predominaron en el proceso de la investigación. Se diseñó una bitácora en la que se registró los elementos observados y los extraídos de las interacciones con los entornos urbanos y con los individuos de las comunidades visitadas. De alguna manera se aplicaron diálogos y entrevistas informales algunas de las cuales, conforme a su relevancia para el tema investigado, fueron registradas en grabador de audio.

#### **INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Las técnicas aplicadas en esta fase son la observación participante y entrevista informal. Como quedó indicado se hace uso de una bitácora de observación (ver a continuación) y de un grabador de audio. Se hace uso también de una cámara fotográfica.

## BITÁCORA DE OBSERVACIÓN LA CULTURA MONTUVIA MANABITA

**Cantón:** \_\_\_\_\_

**Día:** \_\_\_\_\_

**Hora:** \_\_\_\_\_

LUGAR DE OBSERVACIÓN:				
<b>ELEMENTOS TRADICIONALES DE LA CULTURA MONTUVIA PRESENTES EN EL ENTORNO URBANO</b>	<b>Uso funcional</b> (mobiliario urbano, informativo, referencial cultural, turístico)	<b>Uso simbólico</b> (monumento, nomenclatura, identidad)	<b>Uso decorativo</b> (mural, recreación escénica, ambientación de espacios públicos)	Observaciones
<b>TESTIMONIOS DE LA CULTURA MONTUVIA EXTRAIDOS DE INTERACCIONES EN COMUNIDAD</b>	<b>Elementos históricos</b>	<b>Expresiones de arte</b>	<b>Modos de ser, creencias</b>	Observaciones
<b>REFERENCIAMIENTO DE SABERES ANCESTRALES DE LA CULTURA MONTUVIA EXTRAIDOS DE LA OBSERVACIÓN DEL ENTORNO DE LA COMUNIDAD</b>	<b>Tecnología autóctona</b>	<b>Modos de producción</b>		Observaciones

## **DE LOS RESULTADOS**

Los resultados se presentan en dos direcciones que confluyen en un solo cuerpo analizado: la cultura montuvia manabita. Estas orientaciones son:

Rasgos identitarios de la cultura montuvia manabita y expresiones culturales (análisis bibliográfico y documental etnográfico).

Propuesta de iconicidad de la cultura montuvia manabita (análisis semiótico).

## **3. RESULTADOS**

### **Rasgos identitarios de la cultura montuvia manabita y expresiones culturales**

En este apartado se delinearán los insumos de interpretación icónica, basada en los siguientes rasgos y manifestaciones, extraídos del análisis bibliográfico y documentación etnográfica:

#### **MOVILIDAD Y RELACIÓN SOCIAL HORIZONTAL**

La investigadora manabita Carmen Dueñas de Anhalzer (2014) rescata en uno de sus trabajos, la tendencia histórica del montuvio manabita de ocupar y trabajar temporalmente la tierra como estrategia para aprovechar mejor su uso y acceso. Situación que, según el mismo estudio, fue mal interpretado por las autoridades de la época colonial e inicios de la república, como una actitud de desarraigo o desapego al terruño, que sin embargo haría que esta forma de movilidad se constituya en un factor decisivo para que en la provincia se construyeran relaciones sociales más incluyentes en favor de una sólida identidad regional horizontal diferenciada de los esquemas verticales presentes en las urbes mayores del Ecuador, manejadas política, social y productivamente desde las élites.

Esta visión que se referencia, como queda indicado, en los

inicios de la república y el siglo XIX es coherente con lo que actualmente sostiene el CODEPMOC al señalar que el montuvio manabita aún vive de manera intensa la economía de subsistencia debido a la escasez de agua, tierras productivas; lo que, sin mermar su vocación agrícola, sí produjo hasta ahora corrientes migratorias importantes que, lejos de significar el abandono del terruño, literal y socialmente hablando, ha fortalecido su identidad y el orgullo de saberse intacto en sus orígenes y conectado en sus raíces desde el lugar donde se encuentre. Sea laborando al interior en una frontera agrícola dispersa o en las grandes urbes del país.

Por ello es oportuno citar al historiador Wilfrido Loor Moreira, quien afirma:

“La provincia entra tan hondamente en Manabí que el nativo de ella cuando sale de su tierra indica su procedencia con el simple calificativo de manabita, sin indicar si es de Portoviejo, Manta, Chone, etc., como no suele ocurrir en la sierra u otros lugares de la costa (...)” (citado por Andrade Palma, 2013).

El ser de Manabí, no solo cala en el propio manabita migrado sino en quienes le suceden en su núcleo familiar y han nacido fuera de la provincia. Estos últimos se enorgullecen de sus orígenes y adoptan apelativos como el de “manaquileño” como se autodenomina Paul Ponce Quiroz, funcionario judicial nacido en Guayaquil, debido a sus raíces manabitas heredadas de sus padres (El Universo, 2015).

Dueñas (2014) también deja entrever que los manabitas deben tener conciencia de lo que son y a dónde van como una manera de fortalecer con criticidad la identidad manabita en los actuales procesos de globalización, dentro de los cuales, la movilidad humana es una expresión viva.



### VISIBILIZACIÓN DESDE LA INSURGENCIA Y LA SUPERACIÓN

Uno de los hechos insurgentes más representativos del Ecuador, es la revolución alfarista de finales del siglo XIX y principios del siglo XX que, a decir de los historiadores se apuntaló en la sólida organización social de la “montuviada” costeña, conocida como “Montoneros”.

Entre 1910 y 1920 la identidad montuvia se difunde en parte por el papel que estos juegan en la Revolución Liberal (Roitman, 2013). Se señala además que Manabí fue el principal escenario de las gestas comandadas por el general Eloy Alfaro Delgado.

En su análisis del perfil del pueblo montubio, el CODEP-MOC, sostiene que el montubio manabita es el mejor heredero de la ideología liberal-alfarista, mientras que para el historiador Alfredo Cedeño, la permanente adversidad en la que ha crecido el habitante del campo manabita, está encarnada en la tenacidad de Alfaro y, remarca: “Eso es manabita”.

En sus reflexiones acerca del mestizaje en Ecuador; el movimiento montubio representa, para Roitman (2013), un *ejemplo de capital étnico movilizado para ganancias socio-económicas*. Aquello va en la línea con lo investigado por Dueñas (2014) quien reseña que los montoneros de la provincia justificaron su insurgencia en la condición manabita de Alfaro y porque el caudillo había ofrecido muchos beneficios a Manabí.

La propia investigadora argumenta una temprana muestra de identidad regional manabita y cita otros hechos de rebeldía, entre ellos, el protagonizado en 1816 por indígenas de Jipijapa que en su parque central se negaron a pagar un tributo abolido en 1811 y reinstaurado en 1814 por Fernando VII. La negativa se dio bajo la consigna “aunque nos corten el pescuezo” (Dueñas, 1987).

El CODEPMOC rescata que el montuvio siempre ha tenido la capacidad de movilizarse en pro de sus reivindicaciones

socioeconómicas, visibilizándolo como un importante actor de cambios sociales. Desde la visión de la identidad manabita, Dueñas (2014) coincide en gran parte con dicha postura y hace notar que desde la colonia los manabitas tuvieron capacidad de movilización para defender intereses colectivos y auto gestionar beneficios comunitarios sin escatimar sacrificios personales.

El CODEPMOC acota que en el caso de Manabí el orgullo de ser manaba es para el montuvio de la región una identidad marcada por deseos de superación y progreso.

#### **EL DOMINIO DE SU ENTORNO EXPRESADO EN PRODUCTIVIDAD Y ARTE**

De la Cuadra (1937) califica de asombrosa la fertilidad de las zonas tropicales que conforman el hábitat del montuvio y configuran su dedicación fundamentalmente a las actividades agrícolas. Cita las plantaciones de cacao, café, tagua, arroz, caña de azúcar, frutas como el banano, y pastos. El historiador Cedeño Delgado (2014) traslada esa visión a Manabí refiriendo que a la provincia, también la identifican productos coloniales emblemáticos como el sombrero de paja toquilla, el café, el cacao y la tagua.

En el presente se señala que la productividad de Manabí sigue ligada esencialmente a la actividad agrícola y ganadera. Cifras oficiales del INEC indican que el 14,2% de los manabitas trabajan como agricultores calificados, siendo parte del 27,63% de los trabajadores activos de la provincia insertos en actividades agrícolas, ganaderas y pesqueras. Más de 100 mil personas que conforman la mano de obra de este sector se localizan en la zona rural.

Dentro de la distribución general de la población económicamente activa de la provincia por actividades, el 37,1% está ligado al sector agropecuario, siendo el primer rubro de actividad.

Mora, (2010) sostiene que la prevalencia de la actividad agropecuaria comprueba y reconoce el carácter montuvio de Manabí.

El montuvio manabita ha traducido su rol principal de agricultor en una experticia no solo en el cultivo de la tierra sino en su relación con la naturaleza. Históricamente ha mostrado el dominio de su entorno y manifestaciones artesanales y artísticas que actualmente se buscan rescatar en eventos costumbristas de Manabí, basados en elementos como:

***Elaboración de instrumentos agrícolas:*** como el espeque, garabato, y el pilón. El *pilón* es el conjunto de un recipiente hueco y un mazo tallados en madera proveniente de árboles gruesos. En él se depositan los granos de arroz, maíz o café que se machacan para quitarles la cascarilla. El montuvio de la región prefiere tallarlo en troncos de mango.

En cuanto al *garabato*, se trata de un instrumento rústico de madera que ayuda al machete en el desbroce de la maleza, mientras que el *espeque* está confeccionado con la misma rusticidad para ablandar la tierra y prepararla para la siembra.

***La monta de caballo:*** que refleja no solo la necesidad del montuvio manabita de contar con un medio de locomoción para hacerse paso entre montañas y ríos, sino que demuestra su afecto por los animales domésticos y su manera particular de amansarlos.

En los cantones manabitas de Olmedo y Santa Ana, por ejemplo, es típica hasta ahora la práctica del Rodeo Montubio, mientras que artesanos de ambas poblaciones elaboran en madera las monturas para caballos y burros. Andrés Miele es uno de aquellos que aún conservan esta tradición en el sitio la Clemencia del cantón Olmedo (El Diario, p. 8B, 2014).

***Elaboración de utensilios y artefactos de cocina:*** filtros (susungas), mateanchos, cucharas, bototos, son elaborados a base de la *crescentia kujete* o el mate como se conoce a este

fruto en la campiña manabita.

El labrado en barro de los llamados comales y boca de fogones, también son manufacturas típicas del montuvio manabita. El comal, entre otros usos, es muy utilizado en el proceso del tueste del café en grano para posteriormente ser molido, y pasado (colado) y extraída su esencia.

Dichas elaboraciones artesanales de utensilios, se ligan a la reputación y tradición de la gastronomía manabita, basada en el plátano, maíz, maní, yuca, queso, pescado y animales domésticos como la gallina y el cerdo; con los cuales se preparan en fogones de leña, tradicionales platos como el caldo de gallina, el viche de maní y pescado, la tonga, las tortillas de maíz con queso, el café pasado, el bolón de plátano, entre otros.

Martínez (2015) afirma que el horno manabita, data de más de mil años y que la destreza gastronómica que existe en Manabí viene de épocas prehispánicas. Considera que, al ser estas tradiciones parte de la identidad de los pueblos, los estudiosos de la arqueología y gestores culturales y los entes oficiales, deben elaborar en conjunto programas que permitan su conservación en el tiempo.

**Tejidos:** sombreros de toquilla, mocora y bejuco. Los montubios también realizan sus manifestaciones artísticas con la paja toquilla (Amonsa, 2015). Esta expresión está influenciada en Manabí por el medio geográfico, específicamente por la transición de bosque seco a bosque húmedo que se da entre territorios vecinos de Jipijapa y Montecristi, lo que posibilita el cultivo de la *carludovica palmata*, nombre científico de la paja toquilla, insumo esencial en el tejido de sombreros; elaborados y conocidos en principio como Jipijapa y después en y como Montecristi. Sitios de éste último cantón como Pile y la Sequita, son pródigos en el tejido de sombreros así como en Membrillal de Jipijapa (José A. Hidrovo, 2014).

No obstante se reconoce que en recintos como Sasay en Santa Ana y Carrizal en Calceta también se teje el sombrero. En efecto el tejido tradicional de sombreros de paja toquilla es una expresión cultural montuvia manabita y ecuatoriana que alcanzó trascendencia mundial al ser declarado por la UNESCO en el 2012 como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Otra expresión del arte del montuvio manabita es el tejido del petate a base de la paja mocora, que se encuentra principalmente en la población de Paján, atribuyéndosele ser base de la economía de este cantón, debido a que cerca de cinco mil familias cultivan la mocora y promueven su exportación al Perú (El Diario, 2013). También hay poblaciones como Cabello Afuera y Bejucal del cantón Bolívar, donde se tejen a mano el referido petate (El Diario, 2015), que es una especie de tapiz utilizado para el reposo personal diurno o nocturno, por lo que se lo elabora en las medidas estándares de un colchón.

**Otras importantes manifestaciones.** Dentro de la dinámica social de su entorno y en su relacionamiento, el montuvio manabita al igual que sus similares de otras provincias costeras, es un tocador de guitarra y un inspirador de música como el pasillo y versos como el contrapunto, amorfino o los chigüalos navideños así como un entretenido contador de leyendas de duendes y fantasmas. Es parte de su carácter alegre y conversador, matizados con sus danzas con sombrero, machete, pañoleta y traje de blanco impecable o de colores vivos.

El preámbulo de sus fiestas son los velorios que evidencian su fe y apego al Divino Niño, vírgenes y santos como la Merced, Aguasanta, María Monserrate; San Miguel, San Isidro, San Lorenzo, cuyos íconos son tallados en madera y en menor proporción en tagua o marfil vegetal.

Precisamente este último elemento ha estado presente por siglos como producto agrícola manabita, estimándose que en la

actualidad se producen en Manabí, alrededor de 50 mil toneladas (Revista El Agro, 2013). En el sitio Sosote del cantón Rocafuerte se muestra la influencia contemporánea del cultivo de la tagua por la presencia de decenas de artesanos que elaboran accesorios de uso personal, llegando a exportarlos a Europa y Estados Unidos.

### **LA IDENTIDAD INDISOLUBLE DE FAMILIA Y TIERRA**

Sin lugar a dudas el montuvio manabita y el manabita en general están poderosamente ligados a su hábitat y genera una “querencia” única por su tierra que indisolublemente la vincula con el apellido y la historia familiar. El manabita crea su primera identidad: familia-tierra (Andrade, 2013). Para la antropóloga del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Andrea Minaguano, la identidad del manabita es fácil de reconocer porque está muy arraigada a su tierra; a esa perspectiva también se suma el historiador portovejense, Ramiro Molina, al referir que el manabita siempre se siente orgulloso de sus orígenes, de sus tradiciones y de los paisajes de su entorno (El Diario, p. 2B, 2014).

En esta indisolubilidad de familia-tierra como identidad manabita, posiblemente influyen también otros factores como el hecho de que el montuvio varón mantiene firmes sus compromisos familiares pese a que por lo general no se casa (Ayala, 2002), cuando conforma un hogar.

De otro lado el carácter mostrado desde la colonia hasta inicios de la república de demandar títulos comunitarios sobre la tierra bajo un concepto de frontera agrícola abierta (Dueñas; 2014); hizo que el manabita no solo fuese un migrante consuetudinario dentro de su propio territorio, agrícola y demográficamente disperso, sino que influenciara con su fuerza laboral la expansión de la frontera agrícola del litoral y especialmente el desarrollo de zonas en las provincias del Guayas y Los Ríos

(Buendía, 2010).

Aquello presuponía la necesidad del manabita de migrar en busca del sustento pero a la vez de volver a su territorio para reencontrarse con sus raíces y con los suyos. Cabe aquí reiterar, la ya citada referencia del historiador Wilfrido Loor Moreira quien atribuye al nativo de Manabí -cuando está fuera de su provincia- la actitud de no especificar la localidad de la que proviene (Portoviejo, Manta o Chone) sino calificar su procedencia como MANABITA, en un claro apego a esa querencia territorial, señalada al inicio de este apartado.

#### LA IDENTIDAD DE LA DIGNIDAD Y EL ESPÍRITU LIBRE

Hay hechos atribuibles al carácter libre del manabita que provienen ancestralmente de la estirpe montuvia. Entre ellos se menciona la misma configuración orográfica de la provincia que comprueba que sea la única provincia de la costa que no recibe agua de los deshielos de los Andes (Codepmoc, 2010). Condición que en la colonia y a inicios de la república, influyó para que los montuvios manabitas asumieran el concepto de frontera agrícola abierta (Dueñas, 2014) para desplazarle a producir la tierra de forma errante dentro de un territorio cultivable disperso y de limitadas fuentes hídricas.

Dicha geo movilidad (término del autor) se sugiere contextualizarla en las líneas de investigación del alemán Friedrich Ratzel y el norteamericano Frederick Jackson Turner que plantean una relación entre la geografía física y la población humana para explicar los *desplazamientos y migraciones como causa del desarrollo de las culturas y civilizaciones* (Arriaga-Rodríguez, 2013, pp. 16-17).

Dicha visión la asume el estudio “*Nosotros los manabitas (...)*” que afirma que Turner plantea en su teoría que la frontera influye en los habitantes en su espíritu individualista, aguerrido

y autosuficiente. *Características (...) exhibidas por los manabitas en reiteradas ocasiones* (Dueñas, 2014, p. 131).

Hay capítulos de la historia ecuatoriana que recogen dichas exhibiciones de libertad de los manabitas como su participación en la revolución alfarista. Actitud que refleja también valores de insurgencia, dignidad, sinceridad, espontaneidad y de respeto a los derechos de los demás y, obviamente de reivindicación de sus propios derechos. El manabita, impactado por la naturaleza de su hábitat, asume dignamente su espíritu libre con estos valores.

*El manabita es auténtico, espontáneo, sincero, transparente, trabajador, hospitalario; ha sido un ejemplo de aquello que el más notable de sus hijos, Eloy Alfaro, proclamó: “déjame cultivar y practicar las buenas costumbres y te devolveré honor y gloria”* (Mora, 2010, p. 6)

#### ETNICIDAD DIVERSA Y ENRIQUECIMIENTO IDENTITARIO

Se puede decir que el mapa político de Manabí, difiere con su posible “mapa cultural” porque retrospectivamente aglutina en su territorio un conjunto de comunidades con afinidades raciales y culturales que por determinadas circunstancias ocuparon las diversas zonas del territorio provincial, tanto en la época de la colonia como en los inicios de la república.

“(…) sectores tan variados como una población indígena relativamente autónoma, territorializada en Montecristi y Jipijapa; un campesinado de asentamiento disperso y poco inclinado a ocupar el suelo de manera estable; y un sector autodenominado “español”, que a pesar de su pobreza guardó celosamente su cultura y tradiciones, y mantuvo su cabildo durante los dos primeros siglos de la colonia”. (Dueñas, 2014)

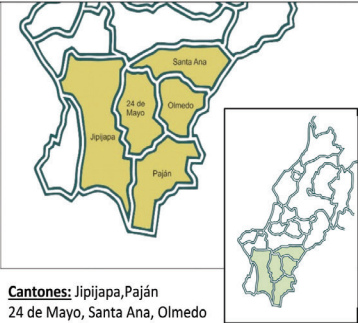



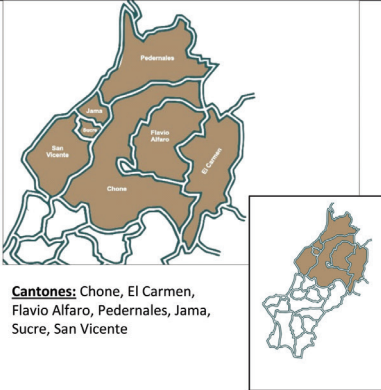
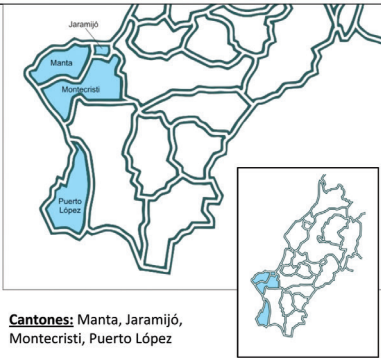
Esta particularidad entraña una muy interesante sinergia de diversos factores culturales, productivos, étnicos, políticos que, posiblemente en el caso de Manabí, muy a pesar de la territorialidad de sus 22 cantones, rebasan las fronteras político-administrativas hacia otras fronteras culturales que convergen en una identidad, fortalecida por las diferencias que, sin embargo, suman sus expresiones particulares a un argumento único de identidad manabita.

Estudios alusivos a la agenda campesina de la región de Manabí (Buendía, 2010) y a la Cultura Popular en el Ecuador, caso Manabí (Cidap, 2010); antes que abordar la temática por la división política de cada cantón han preferido micro regionalizar la provincia para proyectar una visión más objetiva de los enfoques.

De igual manera el presente ensayo estima apropiado adaptar esa metodología para mostrar los fortalecimientos identitarios que deviene de las reales, tangibles y perceptibles fronteras productivas-culturales aglutinadas en Manabí. Así tenemos:

Tabla No. 1. Matriz que define las micro regiones de Manabí, por sus rasgos culturales predominantes.

MICRO REGIÓN	RASGOS CULTURALES PREDOMINANTES
<p data-bbox="176 405 356 424">Micro región cafetalera</p>  <p data-bbox="183 710 387 746"><b>Cantones:</b> Jipijapa, Paján 24 de Mayo, Santa Ana, Olmedo</p>	<p data-bbox="576 432 904 528"><b>Etnicidad:</b> étnico-cultural nativa: Xipixapas, Manteño-Huancavilca (excepción de Santa Ana y Olmedo de etnicidad mestizo-montuvia)</p> <p data-bbox="576 533 810 555"><b>Productividad:</b> café, maíz, yuca</p> <p data-bbox="576 560 897 759"><b>Expresiones culturales:</b> Tejido de sombreros de paja toquilla, tejidos de mocora (sombreros, petates). Tortillas de maíz, greñoso, bollos, café "pasado", majada, bolón de maní, seco de gallina. Fiestas religiosas; rodeo montuvio y pelea de gallos, especialmente en los cantones de Olmedo y Santa Ana.</p>
<p data-bbox="176 791 359 810">Micro región ciclo corto</p>  <p data-bbox="183 1110 396 1190"><b>Cantones:</b> Portoviejo, Rocafuerte, Sucre (norte), Bolívar, Junín, Tosagua, Pichincha, Santa Ana (parte baja)</p>	<p data-bbox="576 791 710 813"><b>Rasgos culturales</b></p> <p data-bbox="576 818 792 841"><b>Etnicidad:</b> mestizo-montuvia</p> <p data-bbox="576 845 904 965"><b>Productividad:</b> Cultivos de ciclo corto (arroz, maíz, fréjol, tomate, pimiento, zapallo, melón, sandía, naranjas); pesca artesanal (sitios S. Clemente y S. Jacinto del cantón Sucre)</p> <p data-bbox="576 970 908 1145"><b>Expresiones culturales:</b> Alfarería utilitaria: cazuelas, ollas de barro, artesanía en tagua, peleas de gallo. Fiestas de San Pedro y San Pablo (Picoazá, Portoviejo), bailes típicos, chigualos, amorfinos. Artesanías en hojas de zapán. Platos típicos como la morcilla, seco de gallina, viche de pescado, dulces.</p>

<p><b>Micro región ganadera</b></p>  <p><b>Cantones:</b> Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Pedernales, Jama, Sucre, San Vicente</p>	<p><b>Rasgos culturales</b></p> <p><b>Etnicidad:</b> mestizo-montuvia. En menor proporción el cholo pescador.</p> <p><b>Productividad:</b> Agropecuaria, ganadería. Siembra de pasto y cría de ganado vacuno. Cultivos de plátano, cacao y café. Acuicultura del Chame.</p> <p><b>Expresiones culturales:</b> Elaboración de guitarras. Oralidad, versos y contrapuntos. Influencia de manifestaciones o leyendas negroides por su proximidad con Esmeraldas. Artesanías en concha y caracol. Fiestas religiosas del señor de la Buena Esperanza y de la Virgen de la Merced. Cuajada con plátano asado, seco de gallina, chame en diversas preparaciones.</p>
<p><b>Micro región pesquera</b></p>  <p><b>Cantones:</b> Manta, Jaramijó, Montecristi, Puerto López</p>	<p><b>Rasgos culturales</b></p> <p><b>Etnicidad:</b> Indígena, chola. En menor proporción montuvia.</p> <p><b>Productividad:</b> Pesca artesanal, producción de tejidos en toquilla. Montecristi no tiene conexión muy directa con el mar sin embargo estuvo ligado a él por las poblaciones de Manta y Jaramijó que fueron parte de su territorio. Aquello permitió el traspaso de la cultura mareña a parte de la población que labora en los cantones vecinos en pesca artesanal o en construcción naval.</p> <p><b>Expresiones culturales:</b> Tejido de sombreros de paja toquilla. Artes de pesca. Fiestas religiosas de San Pedro y San Pablo. Platos típicos a base de mariscos como el ceviche o el camotillo frito.</p>

*Fuente:* Elaboración propia, tomando como base a Buendía (2010), CIDAP (2010) y observaciones participantes.

El anterior mapeo confirma la influencia montuvia y de la ruralidad en todo Manabí, en cuyas micro regiones se encuentran expresiones que les son comunes. Por ejemplo la **religiosidad** o **la gastronomía vernácula**, la **tecnología ancestral** expresada en sus utensilios y artefactos domésticos o de trabajo agrícola como fogón de leña o el pilón. El **apego a la familia, la tierra, la oralidad y la danza montuvia** y el **dominio del machete**, tanto como el monte, así como su **destreza manual** con elementos de la naturaleza como la toquilla, la mocora, la madera, la tagua, el barro.

Ello explica además que la etnicidad montuvia es transversal en todo Manabí y ha sido enriquecida por su diálogo e interacción con la cultura chola proveniente de los asentamientos indígenas autóctonos que poblaron Jipijapa y Montecristi.

#### **PROPUESTA DE ICONICIDAD DE LA CULTURA MONTUVIA MANABITA**

En el apartado anterior quedaron planteados varios factores que reafirman la fortaleza identitaria de Manabí, basada en su transversalidad montuvia que, a partir del estudio de su medio geográfico, explica el proceso social y cultural que históricamente se ha desarrollado dentro de su territorio configurando a decir de Dueñas (2014) una identidad colectiva estando en un mundo particular pero a la vez coincidente.

Producto de esa realidad cultural, Manabí ha venido desarrollando un discurso identitario, mediante acciones y resoluciones que ratifican esa realidad colectiva, como un producto histórico moldeado en su rica diversidad y complejidad (Sinar-det, 2005).

El 28 de mayo del 2003, la corporación provincial, entonces llamada Consejo Provincial de Manabí, declaró oficialmente al mes de junio como el Mes del Manabismo, en alusión al 25 de junio de 1824 en que se instituyó la condición política de

Manabí como provincia.

El actual Gobierno Provincial de Manabí institucionaliza desde el año 2010, y por el Mes del Manabismo, el evento denominado “Soy de Manabí”, que anualmente y de forma abierta al público se desarrolla en el Parque Forestal de la capital de la provincia, Portoviejo, para promover la gastronomía, tradiciones y costumbres ancestrales, como expresiones eminentes de la etnicidad montuvia o chola-montuvia que influyen el territorio regional.

El evento expone juegos populares; las actividades de cortar leña, pilar arroz o café con el pilón; cocinar en hornos de barro, degustar platos típicos como el greñoso, el caldo de gallina, el café pasado, las tortillas de maíz; y difunde el arte de la danza, el amorfino, los chigualos, las artesanías en toquilla, bejuco y barro y otros elementos de la cultura montuvia.

La siguiente propuesta icónica no pretende cubrir semióticamente la totalidad del saber e identidad montuvia manabita pero sí busca interpretar su cultura como un hecho tangible de significación y comunicación como lo plantea Eco.

Tabla No. 2. Matriz que define los rasgos identitarios del montuvio manabita y su iconicidad interpretante.

<b>RASGOS IDENTITARIOS DEL MONTUVIO MANABITA</b>	<b>ICONOCIDAD INTERPRETANTE</b>
INSURGENCIA Y SUPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Figura del General y ex Presidente del Ecuador, Eloy Alfaro Delgado.</li> <li>• El Machete</li> </ul>
DOMINIO DEL ENTORNO A TRAVÉS DE LA PRODUCTIVIDAD Y EL ARTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultivo del maíz, café y cacao</li> <li>• Ganadería</li> <li>• Garabato, espeque y pilón</li> <li>• Monta de caballo (Rodeo montuvio).</li> <li>• Horno de leña</li> <li>• El mate (<i>creseñcia cujete</i>) como base de utensilios de cocina</li> <li>• Vasijas de barro</li> <li>• Gastronomía ancestral (Tortillas de maíz, bollos de plátano, café “pasado”, caldo de gallina de campo, entre otros).</li> <li>• Sombreros de paja toquilla</li> <li>• Tejidos de mocora (petate)</li> <li>• Canto, oralidad y danza (amorfinos, chigualos, canto y danza del pasillo montuvio)</li> <li>• Creencias (duendes, fantasmas, mal de ojo, entre otras).</li> <li>• Religiosidad (veneración de santos y vírgenes, especialmente el Divino Niño, Virgen de la Mercede y San Pedro y San Pablo)</li> </ul>

IDENTIDAD INDISOLUBLE FAMILIA- TIERRA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Movilidad laboral</li> <li>• Ruralidad territorial</li> <li>• Raíces familiares (apellidos)</li> <li>• “Manabita” como gentilicio único de origen y procedencia</li> </ul>
ETNICIDAD DIVERSA Y ENRIQUECIMIENTO IDENTITARIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnicidad montuvia y chola-montuvia.</li> <li>• Relaciones sociales horizontales e incluyentes (hospitalidad, alegría, sinceridad, solidaridad, etc.)</li> <li>• Expresividad artística</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia.

#### 4. REFLEXIONES

Se señaló en la introducción que los valores y características de la cultura montuvia manabita podrían traducirse en un sistema icónico interpretativo de este identitario. En efecto, Manabí configura una frontera natural y geográfica que ha sido más determinante que la división política a la hora de desarrollar las expresiones culturales, que en este ensayo se ha tratado de reunir en el afán de proponer esa traducción icónica que las haga más perceptibles.

En el sentido de la percepción y representación visual de lo cultural Umberto Eco (1972), plantea la necesidad de un vínculo entre códigos de reconocimiento y códigos icónicos. Los primeros referidos a la estructura de cómo se percibe algo (una manifestación cultural o un elemento de ella) y de qué manera quien lo percibe, lo traduce icónicamente o lo reduce iconográficamente.

Los planteamientos con que se ha argumentado la cultura montuvia manabita como un objeto de significación, no es más que esa particular manera de cómo ven o perciben sus elementos, quienes se han interesado por el estudio de sus expresiones

o simplemente forman parte o conviven con la influencia de su etnicidad.

Este ensayo no hace más que concluir con una propuesta de traducción icónica desde el reconocimiento de lo visto y percibido de la cultura montuvia en Manabí a una reducción visual de lo que se ve y se supone que entraña como simbolismos de sus manifestaciones no solo para los miembros de este grupo social sino, incluso, para la identidad de una provincia del Ecuador, histórica y productivamente rural y montuvia.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Amodio, E. (2006). *Cultura, comunicación y lenguaje*. Caracas: IESALC, UNESCO.
- Andrade Palma, M. (18 de mayo del 2013). *Etnicidad y ancestralidad de Picoazá, aportación a la teoría-concepto Manabí*. [Artículo en un blog]. Recuperado de: <http://fundacionmanuelandrade.blogspot.com/2013/05/etnicidad-y-ancestralidad-de-picoaza.html>
- Arriaga-Rodríguez, J. C. (2013). *Tres tesis del concepto frontera en la historiografía. Cuadernos de trabajo de posgrado. Historia moderna y contemporánea Doctorado*. Instituto Mora. 9-47.
- Ayala Mora, E. (2002). *Ecuador, patria de todos. La nación ecuatoriana, unidad en la diversidad*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona, España: Ed. Paidós.
- Buendía, F. (2010). *Elementos para una actualización de la agenda campesina de la región de Manabí*. (Tesis de Maestría). Universidad Politécnica Salesiana, Universitat de Valencia.
- Cedeño Delgado, A. (2014). *Manabí, creación, valores y*



- manabitismo. Coloquio “Junio, mes del manabitismo”, GAD-Manta. Evento llevado a cabo en Manta, Ecuador. Recuperado de: <http://www.manta.gob.ec/index.php/noticias/item/53-conferencia-manabi-creacion-valores-y-manabitismo>
- CIDAP (2010). La cultura popular en el Ecuador. Tomo IX, Manabí. Cuenca, Ecuador. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares.
- CODEPMOC, Consejo de Desarrollo del Pueblo Montubio de la Costa Ecuatoriana y Zonas Subtropicales de la región Litoral. Zonas de influencia del proceso de desarrollo del pueblo montubio (número de comunidades montubias por provincia y por cantones). Recuperado el 23 de febrero del 2016 de: <http://codepmoc.gob.ec/>
- CODEPMOC. Desarrollo, construcción y aplicación de las políticas públicas del Pueblo Montubio del Ecuador para la igualdad en la diversidad. Revista Técnica. Recuperado el 26 de febrero del 2016 de: <http://codepmoc.gob.ec/>
- CODEPMOC. Historicidad, Memoria y Cultura Montubia. Recuperado el 23 de febrero del 2016 de: <http://codepmoc.gob.ec/?p=1369>
- Constitución de la República del Ecuador, Publicada en el Registro Oficial No. 449, 20 de octubre de 2008.
- De La Cuadra, J. (1937) El montuvio ecuatoriano (Ensayo de presentación), Buenos Aires: Imán.
- Dueñas de Anhalzer, C. (1987). Movimientos políticos en la provincia de Manabí durante la segunda mitad del siglo XIX. (Tesis de Maestría). Flacso sede Ecuador.
- Dueñas de Anhalzer, C. (2014). “Nosotros, los manabitas...”: Una identidad regional en la costa ecuatoriana. Ecuador Debate, revista especializada en Ciencias Sociales, 91,

128-136.

- Eco, U. (1972). *Semiología de los mensajes visuales. Varios Análisis de las imágenes*. Buenos Aires: Ed. Tiempo Contemporáneo.
- Eco, U. (1986). *La estructura ausente*. Madrid, España: Ed. Lumen.
- Eco, U. (2008). *Signo*. Praxis Pedagógica, (9).
- Guiraud, P. (1972). *La semiología*. Traducida del francés al español por M.G. Poyrazian. Buenos Aires: Ed. Siglo XXI.
- Henríquez, P. - Guerrero, Y. - Suárez, Y. (18-03-2010). *La identidad venezolana en la red: estudio etnográfico de la blogósfera venezolana*. *Hologramática* - Facultad de Ciencias Sociales UNLZ. Año VII, 12, V2, 115-142.
- URL del Documento: <http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1215>
- Hidrovo Peñaherrera, J. (8 de febrero de 2014). *Nuestro sombrero de paja toquilla*. El Universo.
- INEC. Fascículo Provincial Manabí. Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Recuperado el 22 de febrero del 2016 de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- INEC, Conepia, Codenpe, Codae, Codepmoc, Senplades, Plan Nacional del Buen Vivir, Ministerio Coordinador de Patrimonio, Fiodm. *Las cifras del pueblo montubio, una mirada desde el censo de población y vivienda 2010*.
- Kaluf, C. (2005). *Diversidad cultural. Materiales para la formación docente*. Santiago: Oficina Regional de Educación de la Unesco para América Latina y el Caribe.
- La mocora es el pilar económico. (11 de agosto del 2013). El Diario

- Lotman, I., Navarro, D., & Cáceres, M. (1996). *La semiósfera I*. Madrid: Cátedra.
- Lotman, I., Navarro, D., Cáceres Sánchez, M., & Kiseliyova, L. (2000). *La semiósfera*. Madrid: Cátedra.
- Martínez, Valentina L., Walter, Tamra L. (2010). El horno manabita: un caso de estudio de interacción de saberes arqueológicos, etnográficos y locales en la provincia de Manabí. *INPC Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador*, 2, 73-78.
- Montubios buscan identidad propia entre los mestizos. (21 de noviembre 2010). *El Universo*.
- Mora Solórzano, M. (2010). *Vistazo al Manabí profundo*. Manta, Ecuador: Editorial Mar Abierto-Esqueletra.
- Morris, C. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Navarro, D. (1996). Iuri M. Lotman, *La Semiósfera I, semiótica de la cultura y el texto*, Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Peirce, C. S. (1978). *Fragmentos de la ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Pinos, S. A. (2009). Agricultura de los montubios en la costa ecuatoriana. *Leisa-Revista de agroecología*, 25(1), 24-25.
- Ponce, P. "manaquileño" que ama el pasillo y el caldo de gallina. (17 de julio del 2015) *Diario El Universo*.
- Puga Palomeque, C. (2012). *El chigualo la fiesta navideña montubia*. (Tesis de Maestría). Universidad Central del Ecuador - Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Reck, H. U. (1993), "Sign Conceptions in Every Day Culture from the Renaissance to the Present", *Semiótica*, 96, 3-4 (199-230). Trad. esp. de Jesús G. Maestro: "Concepciones del signo en la cultura cotidiana desde el Re-

- nacimiento hasta nuestros días”, en Jesús G. Maestro (ed.), *Nuevas perspectivas en semiología literaria*, Madrid, Arco Libros, 2002 (43-84).
- Redondo Domínguez, I. (2009). *El signo como medio: Claves del pensamiento de C. S. Peirce para una teoría constitutiva de la comunicación*. (Tesis doctoral). Departamento de Comunicación Pública, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.
- Robles, H. E. (1960). *Estudio del montuvio ecuatoriano* (Ensayo de presentación). Edición crítica de Humberto E. Robles. Quito: Libresa – Universidad Andina Simón Bolívar.
- Rivadeneira Suarez, L. (2013). *Los montubios: sujetos étnicos en construcción*. (Tesis de Maestría). Programa de sociología convocatoria 2010-2012. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador.
- Rizo, María y Romeu, V. (2006). *Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales*, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação; Brasil.
- Roitman, K. (2013). *Mestizaje montubio: rompiendo y manteniendo esquemas*. Ecuador Debate. Flacso Ecuador. No. 88, 69-86. Recuperado el 29 de febrero 2016 de: [http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/5400#Vvl-eP\\_hDIU](http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/5400#Vvl-eP_hDIU)
- Sinardet, E. (2005). *Un tipo para la ecuatorianidad: El montuvio ecuatoriano de José de la Cuadra (1937)*. *HISTOIRE (S) de l'Amérique latine*, 1(1).
- Vélez, C. (12 de Abril del 2015). *Arte de paja mocora en manos manabitas*. El Diario, 8B
- Zechetto, V. (2002). *La Danza de los Signos. Nociones de semiótica general*. Quito, Ed. Abya Yala.

**WEBGRAFÍA**

CODEPMOC, Consejo de Desarrollo del Pueblo Montubio de la  
Costa Ecuatoriana y Zonas Subtropicales de la Región

Litoral. [www.codepmoc.blogspot.com](http://www.codepmoc.blogspot.com)

Gobierno Provincial de Manabí. [www.manabi.gob.ec](http://www.manabi.gob.ec)

Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es)



***De la trova al amorfino y del juglar al montubio:  
Coplas de amor en la tradición oral del litoral ecuatoriano***

JAVIER PÉREZ MARTÍNEZ

Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres (Ecuador)

**RESUMEN:**

Este artículo presenta un análisis del amorfino como seña de identidad de las gentes de la costa ecuatoriana. En un primer acercamiento a esta tradición oral se aspira un análisis sobre los portadores de la misma y algunos de esos textos escogidos intencionadamente. Por ello, a través de la inducción se centra la mirada en el contexto histórico cultural de Manabí. Luego mediante la deducción, se aprovechan los precedentes medievales del género como categorías de análisis y comparación; en particular: la motivación del trovador en el amor cortés (Vallcorba, 2013) y el carácter del juglar (Durango, 1980). Finalmente se destacan algunas de las particularidades del objeto y sujeto (colectivo) del amorfino.

Palabras clave: amorfino, oralidad, poesía popular, identidad cultural.

## 1. INTRODUCCIÓN

Durante siglos, en las costas y montes del litoral ecuatoriano, se recitaron coplas de amor para enamorar. La manifestación de esos amorfinos arraigó en todos los ámbitos de la vida -de acción y contemplación- a través de la voz de sus gentes (Puga Palomeque, 2013), los montubios y montubias. La conservación de esa tradición oral pervive secularmente; sin embargo, esas expresiones, esencialmente populares y apoyadas en el folklor criollo (Kofman, 2013), subsisten amenazadas por la globalización.

Históricamente la tradición oral montuvia y sus expresiones han tenido una especial relevancia en la construcción de identidad de las gentes de los montes y costas del perfil costanero del Ecuador. Esta poesía popular ha configurado todo un universo de costumbres, valores, vivencias y símbolos que representan el imaginario cultural de la región (Cusme Salazar, 2012). Tanto es así que Wilman Ordóñez (2004) titula su acopio del género *El Amorfino: Canto mayor del montubio*. Precisamente, algunas dinámicas psicológicas de la oralidad (Ong, 1987), ligadas a la poesía popular, han permitido crear un imaginario común como referente de la cultura montuvia (Puga Palomeque, 2013) que todavía late en la memoria colectiva.

En un primer acercamiento a esta tradición oral se aspira a acercar desde la sociohistoria un panorama que permita en un segundo lugar amparar un análisis sobre los portadores de esa tradición y algunas de esos textos escogidos intencionadamente. Por ello, a través de la inducción se centra la mirada en el contexto histórico cultural de Manabí (Roitman, 2013; Puga Palomeque, 2013; Garay Arellano, 2010), tanto a su sujeto como a su expresión, para obtener alguna reflexión en comparación con los precedentes del género. Así también, mediante el método deductivo, se aprovechan los precedentes medievales del género como categorías de análisis y comparación; en particular: la



motivación del trovador en el amor cortés (Vallcorba, 2013) y el carácter del juglar (Durango, 1980). Finalmente se reúnen de manera sucinta ideas sobre la oralidad (Ong, 1987) para descender a los amorfinos y destacar algunas de las particularidades de su objeto y sujeto (colectivo).

## 2. ALGUNOS PRECEDENTES DEL AMORFINO

En una primera exploración se reconocen dos tradiciones poéticas cuyos sólidos cimientos ofrecen su base a las coplas de amor conocidas como *amorfinos*. El más cercano se establece con la llegada de los conquistadores y colonos que poblaron durante los siglos XVI y XVII las zonas tropicales de la entonces Real Audiencia de Quito. Estas canciones, como lo distingue Kofman (2013), “constituyeron la capa primaria de la poesía popular hispanoamericana, a partir de la cual se formaron otros géneros del folclor criollo” (p. 65). Si bien este autor advierte como sustancial la continuidad de estos géneros en la tradición criolla, no duda en resaltar varios factores geográficos, culturales, étnico-mestizos, etc. que influyen y adecuan la poesía española al nuevo contexto.

La segunda tradición se compone a su vez de dos importantes legados del género que se remontan a la edad media. Por un lado, en la Provenza, entre los siglos XII y XIII, surgen los trovadores, esos poetas que van a configurar una nueva concepción de amor y una lírica que influirá para siempre en la poesía occidental. Sus creadores introdujeron el *fin'amor* en la corte, una manera más elevada de sentir y emocionarse inspiradas en la mujer deseada (Ruiz-Domec, noviembre de 2011). Conforme a ello se tradujo del provenzal (lengua de Occitania) ese ‘fino amor’ como amor cortés (Barres, 2011), más apropiadamente como amor puro; un amor verdadero que escenifica un nuevo ser humano entorno a esta emoción (Ruiz-Domènec, noviembre de

2011). Nace ese amor que inspira al amante y recrea una ficción de vasallaje donde la mujer amada se convierte en la dama anhelada (Vallcorba, 2013). El caballero sujeto a la guerra se preserva de la muerte cayendo en el padecimiento. De una *errancia* épica, a una lírica; de la vida para la muerte, al vivir muriendo por el sufrimiento de insatisfacción de un amor inalcanzable (Ruiz-Domènec, noviembre de 2011).

En torno a esos siglos, según asocia Durango (1980), se transmite otro fenómeno no culto pero también ligado a la trashumania con carácter plebeyo: el juglar. Con él se cultivó “un género de burda poesía dramática -los juegos de escarnio-. El juglar de perfil truhanesco, encarna la lírica y sabiduría popular española” (p. 2). Como resultado del diálogo entre la poesía popular y poesía (literatura) culta se conforman nuevas formas de expresión poética (Kofman, 2013). En concreto, los amorfinos se alzan en la tradición poética occidental pero toman su propio carácter y personalidad con el transcurso de los siglos (Macías, 2014). De aquellas tradiciones en tensión se concierta el amorfino como una nueva singularidad, el término únicamente ha cambiado el orden del sintagma (de *finoamor* a amorfino); sin embargo, en una comparación más detenida se observan diferencias formales y temáticas tanto en la historia del sujeto como en la del texto analizado.

### 3. DEL AMOR CORTÉS AL AMORFINO

El amorfino para enamorar toma la emoción y el deseo erótico de aquel amor cortés; por el contrario, el montubio sale del ensueño y la mujer deja de ser una erótica inalcanzable. Se abandona la utopía por la realidad -de un encuentro carnal siempre deseable-. La mujer como esa realidad y deseo conquistable (a) y conquistada (b):

a) *Soy pescador de amores  
Y tiro un anzuelo al mar  
Peje que pica lo cojo  
Y al que no lo dejo andar*<sup>8</sup>

b) *De esta casa yo me voy  
De la sala al corredor  
Del cuarto no me despido  
Porque ahí queda mi amor*

Aquel encuentro, perfectamente posible, disminuye la tensión respecto al instinto del caballero que se reprime. En el amorfino, como en la trova, la emoción de vida está transferida al cuerpo de la mujer, al placer de alcanzar ese amor (Ruiz-Domènec, noviembre de 2011). No obstante, la ocasión de encontrarse con la mujer amada cambia notablemente de un contexto a otro, siendo probable en el amorfino y aparentemente improbable en la trova. El primero requiere de la respuesta o reconocimiento de la cortejada y la segunda es una lírica que, *a priori*, no aspira a comunicar su voluntad a la amada anhelada.

*Quiero ser tu servidor  
Por toda una eternidad  
Quedo ansioso por saber  
Qué contestación me das*

En cuanto a su tentativa de cortejo el amorfino se asemeja a la tradición trovadoresca. Esta afinidad en esa primera motivación resulta incierta cuando se asciende un nivel de análisis sobre la auto ficción de los sujetos. El trovador bajo esos códigos de derecho feudal se entregará fielmente a su dama, única que merece su fidelidad por su belleza y sus cualidades nobles que inspirarán tanto al poeta. Aun cuando esta rechace ese amor, el

---

<sup>8</sup> Las estrofas que sirven al estudio están recogidas en el trabajo ya citado de Ordóñez (2004): El Amorfino: canto mayor del montubio.

trovador deberá renunciar a sus servicios y se abandonará al silencio (Vallcorba, 2013); lo que se distinguirá como la muerte en vida del poeta. Por su parte, el montubio no se percibe inferior a la amada, se dispone a la misma altura que la montubia a la que desea conquistar. De no hallar esa reciprocidad en el amor el objetivo de su amor cambiará tan pronto como se agote su posibilidad.

En este sentido, la fidelidad no existirá sin correspondencia, muy a menudo incluso, no existirá a pesar de ella. La vida del trovador continúa y su orgullo podría haber sido herido (en el contrapunto) pero no la motivación de conquista. Casi se podría decir que el precio del amor cortés es su realización, si esto llegase a suceder ese amor se escindiría y tornaría en otra tensión que disminuiría la fatalidad. “La satisfacción del deseo implica su desaparición”, lo cual reñiría con el pensamiento trovadoresco (Vallcorba, 2013, p. 36). Esto mismo sucede con la auto-representación en el amorfino y, por consiguiente, se encomia la cantidad y la sucesión de experiencias erótico-sexuales como la realización amorosa. Con este alarde de la satisfacción de la conquista y la renovación de la misma se lleva prácticamente a un nuevo plano axiológico la lujuria, haciendo de esta base sustancial de la vida. El goce carnal como autorealización no queda exento de convertirse en la propensión por los bajos instintos sin mejora cualitativa en el hecho de amar.

#### **DEL JUGLAR AL MONTUBIO**

Por su parte, la tradición juglaresca lega al amorfino su forma llana, vulgar, cercana; también parece prestar el tono que se distingue más pícaro, atrevido, burlón (Durango, 1980). El montubio no teme exponerse; vive una representación que, aun siendo lírica de la propia vida, se resguarda en la teatralización. La pronunciación del amor conserva de la trova cierta sutileza al

declarar, no obstante, cuando ese amor se aparece fugazmente y no hay una inmersión de enamoramiento se despliega un juego presuntuoso susceptible de convertirse en obsceno. El contrapunto, esa declamación intercalada, degenera en engreimiento si el llamado en verso del amorfinero no es recogido con gusto por la montuvia.

El recreo altivo y desafiante resulta más cercano al carácter del juglar que a la humildad y desconsolación del trovador. Ambos personajes, montubio y juglar, muestran picardía y vanidad a). En el caso del montubio se ostenta una lascivia, cuando las imágenes superan el canto al deseo erótico y apelan explícitamente a la sexualidad b):

a) *Le dije a una mujer*  
*Del punto de Dos Esteros*  
*Que a una mujer bien bonita*  
*La hago mirar mi sombrero*

b) *La mujer en el amor*  
*Es igual al acordeón*  
*Cuando le tocan las teclas*  
*Se le afloja el diapasón*

Y en el contrapunto (ella) puede seguir la afrenta:

*Ya salió la luna hermosa*  
*Y un lucero la acompaña*  
*Qué picao queda un hombre*  
*Cuando una mujer lo engaña*

Los actos de actuación adquieren un grado de festejo que como sucediera en la antigua lírica popular hispánica (Castillo Hernández, 2015) se convierten los alegres encuentros, que ha-

biendo superado los momentos de trabajo suponen “motivo de regocijo y desenfrenos” (p. 363). Estas citas son propias de la cultura cómica popular donde también se asociaba la cosecha y su deleite con la carnalidad y la abierta enunciación de deseo. Esta desinhibición se pronuncia en el clima subtropical y en la perennidad de los paisajes de Manabí.

#### **4. EL RITUAL EN LA COMUNIDAD RURAL: INTERACCIÓN Y MEMORIA COLECTIVA**

Esta forma de expresión juglaresca ayudaba a vivir, hacía de la vida arte, juego sin finalidad, dramatización; “autorepresentación del ser viviente” (Gadamer, 1991, p. 31). En la conformación para la exposición de los amorfinos se intercalan rituales que conectan con la religiosidad. Como en las culturas más antiguas el arte florecía de un ritual con componentes básicos a religiosos (Benjamin, 2003). En este caso, algunas creencias y tradiciones traídas desde Europa comprendían una forma y fondo más circular. En primer lugar, esa fiesta, como hace ver Puga Palomeque (2013) contenía dinámicas de interacción como “parte de la ritualidad de la mayoría de las culturas ancestrales” (p. 21). Asimismo, en la cultura montubia se manifiestan rumbas, fiestas, bailes, cantos; todos ellos ingredientes de afirmación “de los juegos y canciones de rueda” (p. 21). Estas dinámicas se ensamblan con tradiciones precolombinas, especialmente los Chigualos, también rituales religiosos.

En este punto se puede distinguir otra diferencia importante frente al espacio de recreación trovadoresco y espacio dramático juglaresco. Bajo la consideración de dinámicas participativas se establece como lugar de celebración la comunidad campesina costera. Es decir, el espacio vital del montuvio también es su espacio de expresión (Garay Arellano, 2010). Frente al trovador que se exponía en la corte y el juglar que entretenía a los mora-

dores en la plaza pública (Rico, enero de 1988), el montubio tenía como escenario la comunidad rural.

Aquellos Chigualos permitían el intercambio de cantos (a capela); mismo contexto que los amorfinos. Se percibe otra nueva analogía con alguna tradición pasada respecto al escenario. Así, el espacio de vida e intercambio de estas estrofas es la comunidad rural. Podría asociarse con la tradición de romances más bucólicos de la pequeña aldea. Especialmente se advierten algunas semejanzas del Chigualo con los -autos de pastores- estudiados en el romancero castellano por Maximiano Trapero (1983). Estas obras “suelen representarse la noche de la Navidad dentro de las iglesias de los pueblos y en torno a la «misa del gallo»” (p. 7). Cabe señalar que en la hibridación cultural en América Latina (García Canclini, 1997) se ensamblan ambas tradiciones. Los Chigualos se sustentan en la tradición precolombina y reúnen lengua y tradición hispana tomando especial relevancia en las fechas navideñas, por ellos es conocida también como la “Navidad de los Montubios” (Palomeque, 2013, p. 26).

La estructura del amorfino favorece la reproducción del verso. En otras palabras, junto con el ritmo y la rima, métrica y tal conformación<sup>9</sup> provee al amorfino de una suerte de invocación. “Juntas, palabra y voz, en la piel del montuvio son atrevida musicalidad de rimas y armonías” (Cusme Salazar, 2012, p. 47). Algunas evidencias se observan en cómo la forma y el fondo se fijan entre sí. Sí resulta oportuno disociar su unidad para el estudio, ambos elementos, la forma y el fondo, quedan anudados en el plano estético (Pantigoso Pecero, 1978). Quiere esto decir que la métrica ejerce una trascendental influencia en la naturaleza del amorfino -en su musicalidad- tanto por el ritmo interno como por la rima (Barres, 2014).

---

<sup>9</sup>Una breve genealogía de esta se encuentra en M. Durango (1980).

Esta forma tampoco es casual por la importancia que toma para la transmisión de saberes, creencias y valores entre generaciones de la colectividad. Justamente la forma lacónica (Kofman, 2013, p. 2.) de la copla y la reformulación del amorfino en una unidad en sí misma facilitaba, por esa simplicidad formal, el rápido entendimiento del mensaje en su contexto. Esta concisión, como comprobamos, ayuda a la asimilación e interpelación del mensaje en cuatro versos que podrán ser (co)respondidos. Aquí se contempla la condición dinámica y ligera, existe esa pretensión de diálogo dramatizado, de contrapunto poético.

En la tradición oral que ha sido declamada para enamorar, se ha mantenido en la memoria con gran peso simbólico, también gracias a la estimulación del diálogo y el reclamo de toda índole. Una condición a tener en cuenta en la aparente conversación (Barres, 2014) -en esa lógica del contrapunto- es la repetición en multitud de ocasiones del primer verso, ej: *Allá arriba en se cerro...* o *Las muchachas de este tiempo...* Esta copla, encadenada en diálogo es conocido como el amorfino del embono (Ordoñez Iturralde, 2004), eficaz fórmula para incentivar la respuesta y facilitar la memorización del contrapunto.

De la importancia de esa voz colectiva se ocupa Cusme Salazar (2012): “La voz montubia más que canto y poesía, es historia y geografía, es cultura, pertenencia y colectivo” (p. 38). Para su retención, memorización y abstracción, la expresión en viva voz -como bien apunta Walter J. Ong (1987)- ha necesitado de la transmisión cuidadosa de padres a hijos mediante estrofas “formuladas para la pronta repetición oral” (p. 41). Hasta la fecha, estas coplas de amor han resistido en una generación que hoy desaparece pero que acumulaba en su memoria esa herencia del folclor criollo con alguna motivación del amor cortés y muchas de las formas de aquellos juglares.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barres, D. M. (2014). Patrimonio cultural y lingüístico: El montubio y el amorfino. *HISTOIRE (S) de l'Amérique latine*, 10, 15.
- Benjamin, W., Weikert, A. E., & Echeverría, B. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- Cusme Salazar, A. (2013). *La oralidad de Manuel Rendón Solórzano y Dumas Heraldo Mora Montesdeoca y la concepción de la mujer en sus creaciones, la décima y el amorfino* (Tesis maestría inédita). Universidad Andina Simón Bolívar.
- Durango, M. (1980). "El amorfino parte integrante del cantar ecuatoriano", IADAP. *Instituto Andino de Artes Populares*, 2, 16-27. Quito: CIESPAL.
- Gadamer, H. G. (1991). *La actualidad de lo bello*. Buenos Aires: Paidós.
- Garay Arellano, E. (2010). El montubio: un mestizo-descendiente. *Revista Cultural Spondylus*, (23), 5-17.
- García Canclini, N. (1997). Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, junio, vol. 3 (5), 109-128. Colima, México.
- Hernández, E. C. (2015). Del comer y beber en la antigua lírica popular hispánica: la presencia de la cultura cómica popular. *Lemir: Revista de Literatura Española Medieval y del Renacimiento*, (19), 14.
- Kofman, A. (2013). La copla española en América Latina. *La Colmena*, (79), 65-78.
- Ong, J. W. (1987). *Oralidad y escritura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ordóñez Iturralde, W. (2004). Amorfino. Canto mayor del mon-

- tubio. Ecuador: Shamán Editores.
- Pantigoso Pecero, M. (1975). Didáctica de la interpretación de textos literarios. Universidad Ricardo Palma. Lima: Editorial Universo.
- Puga Palomeque, C. (2012). *El Chigualo manabita, la fiesta Navideña Montuvia. Picoazá 2010*. (Tesis maestría inédita). Universidad de Cuenca en convenio con la Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Recuperada de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/474/1/TE-SIS.pdf>
- Rico, F. (Enero de 1988). Juglares, trovadores, clérigos. Ciclo: Prólogos al Libro del Buen Amor. Madrid: Fundación Juan March.
- Ruiz-Doménec, J. E. (Noviembre de 2011). El amor cortés o el más literario de los amores. Ciclo: Cuatro Emociones. Madrid: Fundación Juan March.
- Roitman, K. (2013). Mestizaje montubio: rompiendo y manteniendo esquemas (Tema Central). *Ecuador Debate*, 88, 69-86. Quito: Flacso Andes.
- Trapero, M. (1983). Romancero y teatro popular en la tradición oral castellano-leonesa. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 38, 37-54.
- Vallcorba, J. (2013). De la primavera al paraíso. El amor, de los trovadores a Dante. Barcelona: Acantilado.

## *Pautas para entender la autocensura de los periodistas colombianos*

DANIEL BARREDO IBÁÑEZ

Universidad del Rosario (Colombia)

DANIEL DE LA GARZA

Universidad Autónoma de Nuevo León (México)

ELBA DÍAZ CERVERÓ

Universidad Panamericana (Campus Guadalajara) (México)

### **RESUMEN**

Este artículo analiza la autocensura como seña de identidad del periodismo colombiano en el marco del largo conflicto armado y las dificultades que entraña en la búsqueda de un periodismo balanceado. Hace un recorrido por las numerosas formas en que el periodismo colombiano ha sido víctima de la violencia, escarba en los orígenes del conflicto armado y cómo ha condicionado el ejercicio periodístico dibujando un contexto de silencio. Presenta la autocensura, la comunicación indirecta, tabús, la exageración y la desnaturalización del discurso y el rol del contendiente como estrategias retóricas de supervivencia. En

las vísperas de la firma de un Acuerdo de Paz en Colombia, los autores finalizan delineando los retos del periodismo colombiano en los años por venir.

Palabras clave: autocensura, periodismo, Colombia, Tratado de paz.

## 1. INTRODUCCIÓN. FACTORES DE PRESIÓN Y RESISTENCIA DEL PERIODISMO COLOMBIANO

Uno de los condicionantes que suele criticarse en el periodismo, en general, es la falta de credibilidad ante numerosos escándalos de corrupción, tergiversación, manipulación y connivencia con los poderes políticos o económicos (Barredo, 2013). En el caso colombiano, desde hace décadas el país sufre un conflicto armado que ha devenido en una escenificación de ideologías, y que se torna en epicentro del debate público y la convivencia en ese país:

“Desde hace más de 50 años, las guerrillas se enfrentan con el gobierno democráticamente establecido en un conflicto en el cual se han desdibujado las ideologías para acercarse más a los intereses económicos, ya que las guerrillas y los grupos paramilitares que en un tiempo entraron a contrarrestarlas, ante la falta de presencia del Estado, se metieron de lleno en el negocio ilegal del narcotráfico, que permea incluso los ámbitos gubernamentales y políticos”.

(Gutiérrez Coba, Prada, Valderrama *et al.*, 2010, p. 30)

En términos generales, la violencia, entonces, se erige en el principal factor de presión y resistencia en el periodismo colombiano, al tiempo que dificulta la posibilidad de adoptar enfoques neutrales y responsables, basados en los preceptos contenidos en la Constitución, en cuyo artículo 20 se subraya el derecho de

toda persona a “recibir información veraz e imparcial”. Quizá como consecuencia de la violencia, se ha desarrollado lentamente en el país el marco deontológico, porque recordemos que, de acuerdo a Pardo y Ospina (2014), el periódico *El Colombiano* es el único medio que, por ejemplo, posee una Defensoría del Lector, una figura que ayuda a implementar las sugerencias de los usuarios ante las recreaciones mediáticas de la cabecera. Y esa Defensoría, según observaron los autores, refleja particularmente una labor de ensalzamiento de los discursos del periódico, más que la asunción de un enfoque autocrítico y participativo (p. 197).

La violencia, por tanto, determina al periodismo colombiano, su cotidianidad marca las construcciones escritas o no escritas. Porque todavía en 2015, los periodistas de ese país forman parte de un colectivo severamente castigado por agresiones, amenazas o atentados, entre otros, según puede verse en la siguiente tabla, elaborada a partir de los datos de la Fundación para la Libertad de Prensa (2016a; 2016b; 2016c; 2016d):

Fig. 1. Tipos de ataques y número de víctimas de los periodistas colombianos (2006 – 15)

	2006	2009	2012	2015
Agresión	0	0	38	25
Amenaza	88	93	91	77
Asesinato	3	1	1	2
Atentado contra infraestructura	1	0	3	8
Desplazamiento	0	1	6	1
Detención ilegal	8	3	9	2
Estigmatización	0	1	1	22
Exilio	10	3	1	0

Herido en cubrimiento	0	2	2	0
Obstrucción al trabajo periodístico	20	91	35	81
Secuestro	4	6	2	1
Tentativa de homicidio	0	0	3	0
Trato inhumano o degradante	32	38	0	3
Violencia sexual	0	0	0	1
Otras	0	0	1	9
<b>Total</b>	<b>166</b>	<b>239</b>	<b>193</b>	<b>232</b>
Fuente: Elaboración propia / Fundación para la Libertad de Prensa (2016a; 2016b; 2016c; 2016d).				

Según estos datos, el nivel de víctimas del gremio periodístico en Colombia oscila en una tasa de 208 víctimas anuales. Más que registrar una evolución, se advierte una constante a lo largo de estos últimos nueve años: las cifras señalan el asentamiento de una violencia, en la cual se genera una gran inseguridad en la labor informativa, hasta el punto de que en ocasiones los propios informadores se introducen dentro de la propia escenificación ideológica, como actores que gestionan y administran los símbolos de uno de los contendientes. Autores como Calderón (2014) se muestran muy críticos ante la actitud adoptada por los medios en el tratamiento del conflicto armado y, particularmente, en la búsqueda de la paz, algo que se debe a “la falta de profesionalismo y responsabilidad en muchos casos” (p. 93). Ciertamente, hace apenas unos años Barroso y López (2009) indicaban, como gran referente deontológico del país, al Código de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB), un corpus elaborado en 1990 (p. 132), y que fue reelaborado en 2006. Este

documento, de apenas cinco páginas, introduce doce artículos en los que expone, con carácter general, la actitud que debe adoptar el profesional de la información ante el manejo de fuentes (art. 2), las “rectificaciones y réplicas” (art. 6) o la “responsabilidad social” (art. 12), entre otras. Y la falta de cohesión del gremio periodístico colombiano parece evidente, en trabajos como el de, por ejemplo, Arizmendi (2009), en donde tres importantes periodistas son cuestionados por un caso polémico y en sus palabras se constata el individualismo y una débil posición gremial. En las siguientes páginas presentaremos una descripción de las estrategias retóricas que tienden a adoptar los periodistas colombianos para tratar el conflicto armado, un tema de gran interés precisamente en un momento en que se debate la posible terminación del mismo (Méndez, 2015). Desde ese punto de vista, este artículo puede favorecer una reflexión sobre los procesos que deben articularse, en ese escenario en transición hacia una democracia sin presiones, en el reordenamiento de la Colombia de los próximos años.

## **2. NOCIONES DE PERIODISMO Y CONFLICTO: EL CONTEXTO DEL SILENCIO**

### **2.1. COLOMBIA Y LOS ORÍGENES DEL CONFLICTO**

A pesar de su aparente inmovilismo, el conflicto armado -y, con aquel, las coberturas y las actitudes de los actores-, ha ido evolucionando históricamente en Colombia<sup>10</sup>. Según explica Pécaut (1999, p. 34), a mediados del siglo XX -momento al que se remontan sus orígenes-, había una identificación colectiva, la cual se ha ido degradando hasta la actualidad. Sin entrar en las retóricas ideológicas, lo cierto es que las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia -uno de los principales actores, aunque

<sup>10</sup> Al explicar el conflicto colombiano -de igual forma que Puig i Abril y Rojas (2009, p. 34)- optamos por una “imagen estática”; el análisis evolutivo escapa a los límites de este estudio.

no el único, como veremos- fueron causantes de una variada galería de hechos delictivos:

“<...> las guerrillas matan en número considerable y tienen otras especialidades que no son menos terroristas: desde los secuestros hasta las tomas de pueblos y las voladuras de oleoductos, con la destrucción del medio ambiente que ocasionan, sin hablar de la extorsión y otras formas de intimidación”.  
(Pécaut, 1999, p. 11)

Por otro lado, en los años ochenta, y con la excusa de ofrecer servicios de “protección privada” (Estrada, 2011, p. 175) surgieron las milicias paramilitares<sup>11</sup>. Son estos unos grupos violentos organizados que, a priori, operan al margen de la Administración colombiana y que, sin embargo, se atribuyen un tipo de labor progubernamental. Pero junto a las FARC y sus replicantes paramilitares, la coacción a los periodistas se ejerce asimismo desde el corazón del Estado. A pesar de que la Constitución colombiana enuncia la libertad de información<sup>12</sup>, la aplicación de ese derecho fundamental, sin embargo, ha originado algunas controversias:

“Durante los primeros años de la década en curso, algunos entes del poder judicial en Colombia trataron

---

<sup>11</sup> Gutiérrez Coba, Guzmán de Reyes, Barrera *et al.* (2010, p. 377), explican que hacia los años 50 del siglo XX había ya unas “autodefensas campesinas”, antecedente histórico de las milicias paramilitares.

<sup>12</sup> Ese derecho se expresa en el artículo 20: “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”. La Constitución se descargó el 30/03/2016 de la página web oficial: <http://web.presidencia.gov.co/constitucion/index.pdf>.



de imponer su ley a los medios, hechos que originaron el consabido debate sobre si esas medidas judiciales eran censura o, simplemente, un llamado de atención a periodistas y productores de contenidos mediáticos para que hicieran uso de las buenas costumbres”.

(Gómez y Hernández, 2008b, p. 10)

El Estado colombiano, a través de sus instituciones, presiona a los informadores en aras de dirigir la construcción del mensaje, de asegurar su legitimidad en el imaginario informativo. Es una intimidación institucionalizada, nacida por las circunstancias especiales que impone el conflicto, aunque no necesariamente relacionada con su disolución<sup>13</sup>:

“En el caso colombiano la experiencia diaria demuestra que hay oportunidades en las que se viven situaciones de tensión al interior de las instituciones por mantener a los reporteros alejados, por lo menos temporalmente, de diferentes tipos de información, o se les quiere presionar para que difundan alguna noticia que no admite comprobación o que es de poca importancia”.

(Velásquez, 2003b, p. 4)

Todos estos intervinientes (FARC, paramilitares, Estado)<sup>14</sup>, han originado un clima parabólico, agravado por la corrupción

---

<sup>13</sup> Diversos temas, relacionados con el mensaje institucional, han originado las actitudes evasivas de los periodistas o de los medios colombianos, como el llamado *Plan Colombia* (un acuerdo estratégico firmado entre EEUU y Colombia): “*Queda en cuestionamiento el concepto de noticiabilidad y el manejo de la libertad de prensa, cuando se ve la condicionalidad de los Medios a los centros de poder económico*” (en Ayala y Aguilera, 2002, p. 59).

<sup>14</sup> Existen diversos grados de amenaza y diversos subniveles dentro de esos tres actores citados, según muestran en un interesante artículo Gómez y Hernández (2008a, p. 22).

que caracteriza a muchos de los miembros de las diferentes Administraciones, y que ha sido resaltada por algunos autores (Velásquez y González, 2003; Moreno, Molleda y Suárez, 2006).

En el conflicto, como vemos, son diversos los actores políticos y sociales que actúan de forma extra e intraestatal. A pesar de esta abundancia de opciones, paradójicamente, todas ellas coinciden al presentarse como defensores de los derechos humanos (Schlenker e Iturralde, 2006)<sup>15</sup>. Mediante la autoencumbración, se persigue dismantelar simbólicamente al enemigo para -de acuerdo con los autores citados- justificar su eliminación física. Sin embargo, según Pécaut (1999, p. 34), lo “imaginario” no legitima la mediación de los actores violentos. Dicho de otra forma: los intervinientes del conflicto carecen de argumentación a la hora de explicar la necesidad de su existencia. Las ideologías, cada vez más difusas, se diluyen más bien en ese interés criminal que mencionábamos anteriormente, cimentado en intereses económicos, esencialmente. Y eso dificulta la labor profesional, porque el periodista se introduce dentro de un juego descarnado, de consecuencias imprevistas: el conflicto se instrumentaliza para enriquecer rápidamente a sus actores mediante el ejercicio de actividades ilícitas. De fondo, como un relieve en el decorado, se exhiben la polarización socioeconómica (Velásquez y González, 2003) y el desequilibrio interregional<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> Ningún caso de violencia inspira el talante de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Recordemos su primer artículo: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.”. Consultado el 29/03/2016 de: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>.

<sup>16</sup> Ese desequilibrio ha sido descrito en un trabajo previo como: “The strategy of armed conflict has its main actors incentives are deeply rooted in unequal economic relations. There differences between regions in the center an the periphery of the Colombia and asymmetrical forms of development, poverty, unemployment and corruption. There are variables in which the drug is not

## 2.2. EL CONTEXTO DEL SILENCIO

Los periodistas, como decíamos anteriormente, conforman el principal colectivo de profesionales que padecen sobre todo las presiones de esa “amalgama” de actores violentos que mencionan Gómez y Hernández (2008b, p. 12)<sup>17</sup>, porque es a través de la información como se estructura el conflicto. La coacción, en síntesis, enuncia en abstracto la problemática cotidiana de los informadores colombianos. Ejercer el periodismo en Colombia significa tener que enfrentarse a una multiplicidad de riesgos:

“El contexto en que trabajan los periodistas colombianos es particularmente peligroso. Su labor periodística se desarrolla en medio de una crispación permanente, confrontaciones bélicas, hostigamientos y presencia de poderes ilegales operando como estados paralelos, dentro de grandes extensiones territoriales. La desprotección es muy alta, sobre todo en las regiones y el ejercicio del periodismo suele convivir con otros compromisos de los periodistas, que aumentan su fragilidad y su exposición a los actos de los guerreros”.

(Rey, 2006, p. 33)

Han sido muy numerosos, por tanto, los asesinatos de los informadores, como explica Gómez (2006) al catalogar veinte años de agresiones ocurridas en el periodismo colombiano. Y han sido muy habituales las amenazas, como señalan rotundamente los resultados del siguiente estudio:

---

directly involved but are part of the historical attitudes that require our analysis” (Estrada, 2011, p. 192).

<sup>17</sup> En concreto, estos investigadores subrayan que: “<...> el conflicto colombiano se ha ensañado contra las actividades propias de la comunicación y con quienes las desarrollan. Desde luego con matices cada vez más extraños y peligrosos: una amalgama entre narcotráfico, guerrilla, paramilitarismo y política” (Gómez y Hernández, 2008b, p. 12).

“Para dar cuenta del peligro que se cierne sobre el ejercicio periodístico en Colombia se consultó a los 235 comunicadores de las diversas regiones del país si las presiones se habían convertido alguna vez en amenazas reales a sus vidas. El 34% de los encuestados afirmó que alguna vez ha sido amenazado de muerte por causa de su profesión. De ellos, el 8% reportó que dicha amenaza está vigente, y apenas el 63% de los periodistas intimidados manifestó haber recibido protección por parte del Estado o de alguna otra organización”.

(Gómez y Hernández, 2008a, p. 119)

Los asesinatos buscan, por un lado, acallar al que infringe el silencio; pero por el otro, se consigue validar la coacción como una constante en la convivencia en Colombia. Los asesinatos, por decirlo así, ejemplarizan y moldean las normas no escritas, a pesar de que hay casos importantes de “valentía y compromiso civil” (Rey, 2006, p. 33), de comunicadores que anteponen la labor de la objetividad al valor de sus propias vidas; sin contar con la labor de organizaciones como *Human Rights Watch*, *Justice for Colombia* o *Oxfam*, entre otras (Marín Aranguren, 2009), las cuales abordan una superación de los conflictos colombianos desde diferentes ámbitos de actuación.

La coacción se multipolariza en función de las diversas secciones que abarcan los distintos protagonistas del conflicto:

“En Colombia, el miedo es un elemento común. Un miedo como una presencia constante y telón de fondo que acompaña la puesta en escena del conflicto. Los delitos comunes se cubren en información local mientras que la sección nacional centra su atención en el terrorismo y la insurrección. El conflicto armado ocupa una posición privilegiada y el problema del nar-

costráfico se aborda de manera un poco más detallada pero en su relación con los delitos de terrorismo”.  
(Rincón y Rey, 2009, pp. 128 – 129)

Pero la coacción, asimismo, se insufla desde causas no únicamente vinculadas con la violencia contextual. Hay motivos no tan evidentes, como el temor al despido que padecen los profesionales o la “falta de capacitación o actualización de un 90% de los periodistas para cubrir los hechos de violencia vividos en el país” (en Roldán, Giraldo y Flórez, 2008, p. 80); o la presión de los anunciantes o de los dueños de los medios (Velásquez, 2003a), entre otros. Y no olvidemos que hay otros factores que intensifican la amenaza, como, por ejemplo, la ubicación del periodista, porque, como describe Laverde (2013), existen algunas regiones o ciudades donde prevalece una mayor violencia que en otras.

Todos estos factores coercitivos, germinados desde el núcleo, desde los contornos y desde las afueras del Estado, componen lo que podríamos denominar *el contexto del silencio*. El contexto, que es la situación social en que se desenvuelve el individuo, acaba por modificar su percepción y su interacción con la realidad (Puig i Abril y Rojas, 2009). Y el silencio, por su parte, es la expresión que condiciona el desempeño laboral de los informadores y que, en buena medida, se extiende por todas las capas de la sociedad:

“<...> este miedo que sienten los periodistas colombianos es resultante de vivir en un universo social donde el miedo se ha convertido en vector dominante. El miedo de ellos es también el miedo de una sociedad como la colombiana que ha vivido un estado prolongado de lucha armada”.  
(Roldán, Giraldo y Flórez, 2008, p. 68)

El miedo genera un resurgimiento del individualismo, según recuerdan Schlenker e Iturralde (2006, p. 46), como una respuesta ante la erosión de lo social; pensemos que, en Colombia, el clima parabólico configura un borrado sistemático de las metas comunes, un rechazo o incompreensión de las experiencias compartidas.

El contexto del silencio instituye una desconfianza colectiva: el individuo gestiona su exclusión como una forma de adaptación a la inestabilidad social. Ello es posible, además, en un país donde hay autores que denuncian una normalización de la corrupción en las diversas alturas de la Administración: la corrupción ahuyenta cualquier atisbo de esa “participación” ciudadana que explican Velásquez y González (2003, pp. 19 - 21).

La supervivencia, en Colombia, se organiza en los márgenes, en los arrabales del conflicto. Y, en esa huida de lo social, se produce la llamada *desterritorialización*:

“El “no-lugar” es, ante todo, la ubicuidad. Ya no hay espacio privado en el cual los lazos sociales puedan construirse. Cada uno sabe que está vigilado potencialmente por todos los grupos armados y que estableciendo contactos con el uno, inclusive sin quererlo, se convertirá en un sospechoso para el otro”.

(Pécaut, 1999, p. 19)

El individuo, emplazado a ese “no-lugar”, pierde la sensación de territorio. También aparecen, según este sociólogo, una “des-temporalización” y una “desobjetivación” (Pécaut, 1999, pp. 22 - 28) que enumeran, a grandes rasgos, la alteración del tiempo colectivo y la fragmentación individual.

El miedo, entonces, reordena las percepciones sociales, hasta el punto de alterar significativamente las creencias. La sensación

de guerra civil, reforzada por la elevada criminalidad y la presencia de una iconografía belicosa (amenazas, presiones, armas, etcétera), fractura la percepción de lo sagrado:

“El contexto de la acción criminal refleja poco respeto hacia los símbolos y expresiones religiosas. La masacre tiene componentes de paganismo. Y no admite lugar para otras formas expresivas ajenas a la misma barbarie”.

(Estrada, 2009b, p. 9)

Lo sagrado alcanza un apogeo identitario cuando viene definido por valores colectivos; la “desterritorialización” sucede también en las esferas simbólicas, es decir, en la construcción informativa, como veremos en las páginas siguientes.

### **2.3. LAS ESTRATEGIAS RETÓRICAS DE SUPERVIVENCIA**

El contexto del silencio tiende a reproducirse mediante unas estrategias retóricas de supervivencia, a través de las cuales el periodista o bien diluye su responsabilidad en el tratamiento del conflicto, o bien procura asentar un discurso vivencial en el que se introduce como contendiente. Obviamente, es este un intento de simplificar y clasificar los procesos discursivos que identifican a unos informadores cuya labor se ve constantemente afectada por las presiones internas y externas al medio.

#### **a) La autocensura**

La coacción que padecen los profesionales que integran los medios de comunicación colombianos (Velásquez y Gutiérrez Coba, 2001; Gómez y Hernández, 2008b), cristaliza en un conjunto de contradicciones, de tensiones, que concluyen, forzosamente, en la activación de un conjunto de estrategias retóricas de

supervivencia. La más elemental es la autocensura<sup>18</sup>:

“Tampoco podemos negar que la intimidación y la autocensura pudieron llevar a los medios de comunicación a abstenerse de ir más allá de la información puramente noticiosa, de los perfiles de los candidatos y sus periplos por los pueblos, ya que hacer análisis e interpretaciones en un país como Colombia suele constituir, de cualquier forma y a pesar de los preceptos del buen periodismo, un riesgo para los medios, los periodistas y sus familias”  
(Gutiérrez Coba, Barrera, Guzmán *et al.*, 2002, p. 7)

El Círculo de Periodistas de Bogotá (2006), en su art. 12.4 la relaciona con “el miedo o los intereses individuales”. Para Portoles Lázaro (2009) la autocensura representa el culmen de la censura. No es exclusiva de los periodistas, sino que en un plan general depende de la educación que se imparte en la infancia, porque, tal y como explican Rojas y Hopke (2010) y Rojas (2012), es en esas edades tempranas cuando se forja la tendencia a abortar los pensamientos individuales. Son esos primeros pasos los que definen el conjunto de actitudes que organiza la vida en sociedad. Los individuos en formación reaccionan de múltiples formas ante las presiones del entorno violento; en Colombia la asimilación de la autocensura equivale a la asimilación de tácticas retóricas -como los tratamientos de cortesía- en otros países. Pero no todos los individuos han de adoptar un rol pasivo ante el conflicto y, por tanto, autocensurarse:

“La participación directa en la violencia, no importa en qué bando, es una forma de construc-

---

<sup>18</sup> Para Gutiérrez Coba, Prada, Valderrama *et al.* (2010, p. 36) la autocensura, para los actores violentos, ya no supone un atentado contra la libertad de prensa, sino que forma parte de las rutinas profesionales a las que han de someterse los informadores.



ción de la identidad. La violencia es entonces el “principio de una identidad colectiva” en la que caen fácilmente los jóvenes que ingresan en los grupos armados. Pero la pertenencia a estas organizaciones no significa solamente una forma de expresar la insatisfacción y los deseos de venganza y retribución; los jóvenes también desean adquirir un estatus que no tendrían en su vida ordinaria <...>”

(Schlenker e Iturralde, 2006, p. 47)

Pensemos que hay al menos dos respuestas sociales a la violencia que pueden identificar a los periodistas colombianos:

a) La participación activa en alguno de los bandos. El individuo se convierte en militante.

b) La asimilación de la realidad cotidiana. El individuo se convierte en observador.

Evidentemente, hay muchos más escalafones; esta doble propuesta es, si se prefiere, una simplificación para esclarecer las posibilidades de que dispone un individuo cuando se enfrenta a su entrada en la sociedad. La pertenencia a un tipo u otro no depende exclusivamente del individuo por sí solo, sino que hay factores contextuales (la familia, la región, etcétera), que pueden determinar un encasillamiento prematuro.

Es complicado cuantificar la autocensura en Colombia, aunque, a grandes rasgos, podemos enunciar una regla que opera en función de una distancia gradual: a mayor distancia de la capital y de los principales centros poblacionales del país, mayor autocensura, porque los informadores de las provincias -como observaron Roldán, Giraldo y Flórez (2008, p. 79)- tienden a sufrir una mayor “indefensión”<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Velásquez (2003a) ofrece una interesante cuantificación de los grados de

## b) Los tabús

La autocensura se activa a partir de los tabús, los cuales poseen una doble naturaleza: son estrategias protectoras y destructoras (Gantz, 1978). Dentro de ese carácter protector podemos situar, por ejemplo, los tabús lingüísticos: mediante la filtración léxica, normalmente un emisor omite las palabras malsonantes con el fin de dinamizar una conversación y evitar la intimidación de su receptor. Pero dentro de la esfera destructora, en el contexto del silencio, observamos la *tabuización* de la cuestión política en Colombia. El individuo, en lugar de aportar sus críticas u opiniones, en algunos casos prefiere acogerse a un silencio, el cual desbarata por omisión el desarrollo de la opinión pública. Ese silencio forma una espiral (Noelle – Neumann, 1995), a través de la cual los individuos tienden a obviar determinados hechos públicos, tal y como se comprobó en el siguiente trabajo:

“<...> nuestros resultados muestran claramente que una disposición psicológica a no discutir en público y un contexto adverso de opinión (operacionalizado como no haber votado por el candidato ganador en las elecciones) están significativamente relacionados con niveles reducidos de conversación política”.

(Puig i Abril y Rojas, 2009, p. 34)

Tal y como sucede en contextos como el español (Barredo, 2011), los periodistas colombianos asumen como estrategias de supervivencia unos tabús informativos, los cuales establecen un pacto de doble sentido: los informadores y las audiencias comparten habitualmente los mismos tabús, en un nivel macro

---

amenazas. En ese estudio, las amenazas en las regiones eran ostensiblemente superiores a las de la capital. Opinión compartida por Gutiérrez Coba, Prada, Valderrama *et al.* (2010, p. 30), quienes mencionan una “mayor intensidad” del conflicto en el extrarradio, también importante en las capitales.

(como los tabús que vertebran la convivencia de un país), y micro (como los tabús distintivos de una cabecera determinada):

“<Los tabús informativos> Tienen un carácter dinámico, arbitrario y colectivo: forman un entorno restrictivo que contextualiza tanto al emisor como al receptor. El receptor, para poder descodificar la comunicación, debe compartir el mismo código de restricciones que el emisor; de lo contrario se produce una distorsión o desentendimiento. Es por ello que a menudo se cita la vieja afirmación freudiana: no hay tabús universales salvo el del incesto <...>”

(Barredo, 2011, p. 99)

Informador y lector, al intercambiar una noticia, tienen en cuenta ese marco restrictivo. En caso de infringirlo, se genera una alteración significativa. Pensemos, por ejemplo, en el sobresalto que sufriría un lector que, al acceder a un ciberdiario asociado al conservadurismo, se encontrase con un enfoque orientado al progresismo. Esos tabús micro, organizados mediante las normas editoriales y la costumbre, ayudan a estructurar la diversidad que integra el paisaje mediático.

Los tabús informativos, por lo tanto, están estrechamente vinculados con aspectos culturales, educacionales, económicos, profesionales e institucionales (Barredo, 2011, p. 111); factores que, como se ve, aparecen inextricablemente vinculados al contexto. La *tabuización*, en el contexto silencio, se gestiona mediante:

- a) Activamente, con el abandono del conflicto como tema periodístico, una reacción típica en los informadores coaccionados, según explica Laverde (2013, p. 102).

- b) Pasivamente, con un uso constante de géneros periodísticos como la noticia, algo que ya observaron Rincón y Ruiz (2002), en detrimento de géneros que exigen una mayor profundidad narrativa, como el reportaje o la crónica.

### **c) La comunicación indirecta**

Hay numerosas estrategias creadas para aligerar las presiones psicológicas o para no atentar o violar el perímetro de los tabús informativos. Una de esas estrategias de supervivencia es la comunicación indirecta:

“En situaciones de tensa convivencia, la comunicación indirecta puede modificar nuestras relaciones con los demás al conseguir que la amenaza sea tomada como una broma. Todo dependerá de dónde recaigan los énfasis del acto comunicativo”.

(Estrada, 2009a, p. 82)

A través de los sujetos en tercera persona, del uso de pronombres reflexivos y de un abuso de la cortesía, por ejemplo, el individuo descarga la responsabilidad de un acto comunicacional.

En el contexto del miedo, exponer una opinión abiertamente puede costar incluso la propia vida; el rumor, impersonal e inconcreto, se propaga desde fuentes en algunos casos participadas por los actores de la contienda:

“El rumor circula con la información de manera parasitaria. Contiene “verdades a medias”. Oculta aspectos claves cuya confirmación lo diluiría. Pero tiene mucha fuerza, cuando puede encontrar adaptación en un medio social surtido por toda suerte de intereses en contienda, celos, envidias, venganzas, odios. El rumor permite simular discursivamente estas emo-

ciones negativas, liberando a quien lo padece de la visibilidad social”.

(Estrada, 2009b, p. 12)

En esta estrategia evasora cobra especial relevancia el rumor, porque el rumor refugia al individuo, borra los contornos de la autoría e instala el anonimato como una autodefensa social.

#### **d) La exageración y la desnaturalización del discurso**

Pero si las estrategias anteriores estaban basadas en la omisión de todo o de parte del contenido -como una medida preventiva-, habitualmente se adopta un enfoque basado en la exageración del discurso: “La noticia sobre el conflicto armado frecuentemente está diseñada a partir de la exageración de acontecimientos, las versiones parciales y las acusaciones sin fundamento <...>” (Calderón, 2014, p. 100). A través de la deformación, el discurso periodístico construye un imaginario militante, una tendencia que cohesiona a los públicos propios de la editorial y que, al mismo tiempo, acorta la exploración conceptual del tratamiento sobre el conflicto. Una de las formas más habituales de desnaturalización es la reiteración de las declaraciones o situaciones de actores o escenarios del conflicto (Correa, 2008, p. 108), es decir, se emplean tópicos y lugares comunes en detrimento de fuentes contrastadas y alejadas de la emotividad participante.

#### **e) El rol del contendiente**

Y precisamente el discurso exagerado y desnaturalizado suele proceder de uno de los papeles más arriesgados dentro del tratamiento periodístico del conflicto, en el que el informador se transforma en contendiente. El periodista – contendiente utiliza los mecanismos a su alcance para participar mediante la “desinformación” (Correa, 2008, p. 109), la tergiversación y la

manipulación. Se procura, en ese sentido, reforzar los imaginarios contruidos por los usuarios del medio; los reporteros son entonces “turistas que dan versiones preconfeccionadas” (Rincón y Ruiz, 2002, p. 74), heroicos gestores de una tendencia, más que de un punto de reflexión y construcción del conocimiento colectivo. Uno de los recursos distintivos de esta estrategia pasa por la estereotipación de los temas, los problemas y los protagonistas (Correa, 2008; Calderón, 2014).

### **3. CONCLUSIONES**

La violencia estructural, en el caso del conflicto colombiano, favorece el desarrollo de un contexto donde resulta complicado articular un discurso contrastado, balanceado y alejado de la emotividad pasiva o activa del individuo protagónico del conflicto. Las décadas de asesinatos, de agresiones, de amenazas y, en general, de presiones, han concretado unas estrategias retóricas de supervivencia, en las cuales el periodista revela su grado de participación dentro de la construcción imaginaria del conflicto. Si Ángel (2012) percibió en los comunicadores una naturalización de graves problemas que afectan al desempeño de la democracia colombiana, como es la corrupción, es oportuno repensar y replantear los escenarios posconflicto que se abren en el marco de las negociaciones de paz, sobre todo para erosionar las posturas tendenciosas o preconcebidas, alejadas de una representación incluyente y diversa.

Rivas, Rivas y Plaza (2015), sobre la construcción noticiosa del terrorismo en el contexto español, aseguraban que el llamado “silencio informativo” (p. 1212) otorgaba una ventaja al imaginario de la violencia; estos autores, en el trabajo citado, desaconsejaban el empleo de esta figura -salvo en algunos casos relacionados con causas preventivas-, y subrayaban la necesidad de usar un lenguaje preciso, directo, vinculado a la descripción

de los hechos. La comunicación para la paz es una de las grandes alternativas para equilibrar simbólicamente el escenario posconflicto (Calderón, 2014), con la búsqueda de líneas de convergencia entre los actores principales, su reinserción democrática y la renuncia de los enfoques militantes. De las estrategias retóricas explicadas pueden proponerse figuras que ayuden al cambio contextual:

- Con respecto de la autocensura y los tabús, su reorganización exige un esfuerzo institucional para promover políticas públicas y normativas gremiales que expandan el exiguo marco deontológico de los periodistas colombianos. También hay que reforzar el diálogo entre los profesionales para generar acuerdos relacionados con el desarrollo de los tabús del posconflicto; por ejemplo, uno de los tabús protectores podría ser la omisión consensuada de las dificultades de la convivencia tras el asentamiento de la paz.

- La comunicación indirecta y la exageración y la desnaturalización del discurso necesitan la activación de la sociedad civil a través de veedurías u observatorios, con las cuales se señalen esas posturas relacionadas a un planteamiento tendencioso y tribal. Además, desde esas plataformas públicas, hay que fomentar una cultura preventiva de los sesgos editoriales, e introducir figuras relacionadas con la gestión de la transparencia en los medios de comunicación, como el defensor del lector o las vías de contacto directo e indirecto en las coberturas digitales.

- El rol del contendiente quedaría severamente dañado con las iniciativas anteriores; el periodista debe convertirse en el principal sostén del clima de paz, de la reinserción, de la reactivación ideológica y vivencial de los escenarios y los protagonistas. Tienen que privilegiarse las historias de vida, los enfoques humanos, las noticias positivas que favorezcan la integración de las posturas que a priori parecían antagonicas.

En este trabajo, se ha explicado el perímetro retórico que rodea al tratamiento periodístico del conflicto colombiano, y se han ofrecido líneas de acción para afrontar y generar el nuevo periodismo del posconflicto; como tarea pendiente, anotamos la posibilidad de abordar un análisis que, a partir de datos empíricos, ahonde en el tipo de construcción que realizan los informadores de ese país. Y también será interesante, a modo de trabajo futuro, evaluar las percepciones de los periodistas colombianos ante el periodo que se avecina, en el cual la comunicación debe servir como soporte para la transformación social, con la superación del resentimiento y el temor, y el establecimiento de una convivencia basada en la tolerancia y la participación.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, G. y Aguilera, P. P. (2002). Un año de autocensura. Plan Colombia y medios de comunicación. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 79, 54 - 59.
- Barredo Ibáñez, D. (2011). Tabús informativos individuales y organizacionales del periodismo español en el siglo XXI: un estudio Delphi. *Fonseca, Journal of Communication*, 3, 97 – 130.
- Barredo Ibáñez, D. (2013). La crisis de credibilidad de las organizaciones periodísticas: hacia la sociedad de los ideantes. *Poliantea*, IX(16), 101 - 126.
- Barroso, P. y López, M. del Mar (2009). La cláusula de conciencia en los códigos de ética periodística: análisis comparativo. *Signo y Pensamiento*, 55, 124 - 135.
- Calderón, J. (2014). La cobertura informativa de los medios de comunicación frente al conflicto armado y el proceso de paz en Colombia: Responsabilidad frente a la divulgación de la noticia. *Ciudad Paz-ANDO*, 7(2), 92 - 112.
- Correa, M. (2008). El lenguaje de los medios que intensifica el



- conflicto armado colombiano. *Reflexión Política*, 10(19), 106 - 113.
- CPB (2006). Código de Ética. Recuperado desde: <http://circulodeperiodistasdebogota.com/wp-content/uploads/2015/10/codigo-de-etica.pdf>
- Estrada, F. (2009a). Comunicación indirecta en situaciones de soborno y amenaza. *Revista Sociedad y Economía*, 16, 67 - 85.
- Estrada, F. (2009b). (2009b). The Information and Rumor in Zones of Conflict and Civil War. *Análisis político*, 60. Consultado el 20/03/2016 de: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1516048](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1516048)
- Estrada, F. (2011). “The logic of the violence in the civil war: The armed conflict in Colombia”. *Perfil de Coyuntura Económica*, 17, 165 - 194.
- Fundación para la Libertad de Prensa (2016a). Cifras e indicadores 2015. Recuperado desde: <http://flip.org.co/es/cifras-indicadores?tid=91>
- Fundación para la Libertad de Prensa (2016b). Cifras e indicadores 2012. Recuperado desde: <http://flip.org.co/es/cifras-indicadores?tid=71>
- Fundación para la Libertad de Prensa (2016c). Cifras e indicadores 2009. Recuperado desde: <http://flip.org.co/es/cifras-indicadores?tid=68>
- Fundación para la Libertad de Prensa (2016d). Cifras e indicadores 2006. Recuperado desde: <http://flip.org.co/es/cifras-indicadores?tid=44>
- Gantz, W. (1978). The Movement of Taboos: A Message-Oriented Approach. *Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism*, 61st, Seattle, Washington, August 13-16. Consultado el 12/01/2016 de: <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED165143.pdf>

- Gómez Giraldo, J. C. (2005). Del régimen de comunicación política del presidente de Colombia Álvaro Uribe Vélez. *Palabra Clave*, 8(2), 63 – 92.
- Gómez, I. (2006). “1986 - 2006. Cronología de agresiones al periodismo colombiano”. En: Gómez, Ignacio y Rey, Germán (Autores). *Apuntes a dos décadas de periodismo bajo presión* <pp. 37 - 58>. Bogotá: Fundación Guillermo Cano Isaza.
- Gómez, J. C. y Hernández, J. C. (2008a). Libertad de prensa en Colombia: la contradicción en la búsqueda de la verdad. *Palabra Clave*, 11(1), 109 - 122.
- Gómez, J. C. y Hernández, J. C. (2008b). Aproximación a los acontecimientos que hacen la historia de la libertad de prensa en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63. Consultado el 20/03/2016 de: [http://www.revistalatinacs.org/08/alma05/38libertad\\_colombia.pdf](http://www.revistalatinacs.org/08/alma05/38libertad_colombia.pdf)
- Gómez, J. C. y Hernández, J. C. (2009). Libertad de prensa en Colombia: entre la amenaza y la manipulación. *Palabra Clave*, 12(1), 13 - 35.
- Gutiérrez, L., Barrera, L. C., Guzmán, A. *et al.* (2002). El papel orientador de la prensa en el cubrimiento de las campañas políticas. La deuda de los medios colombianos. *Palabra Clave*, 6. Consultado el 03/02/2016 de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/390/529>
- Gutiérrez, L. (2007). La prensa como creadora de estereotipos sobre los reinsertados y el proceso de paz en Colombia. *Palabra Clave*, 10(2), 11 - 25.
- Gutiérrez, L., Guzmán, A., Barrera, L. C. *et al.* (2010). La mirada prejuiciosa de la prensa a los reinsertados. *Signo y Pensamiento*, 29(56), 376 - 387.

- Gutiérrez, L., Prada, R., Valderrama, J. *et al.* (2010). Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos. *Investigación y Desarrollo*, 18(1), 24 - 43.
- Laverde, G. (2013). Ser o no ser: Periodistas en Colombia. *Justicia*, 23, 93 - 103.
- Marín Aranguren, M. (2009). Sociedad civil global en escenarios locales: las experiencias de México, El Salvador, Argentina y Colombia. *Centro Argentino de Estudios Internacionales*, 23. Consultado el 23/03/2016 de: <http://www.caei.com.ar/sites/default/files/al-23.pdf>
- Méndez, N. (2015). Institucionalismo cognitivo, capital social y la construcción de la paz en Colombia. *Revista Economía & Región*, 9(1), 67 - 90.
- Moreno, Á., Molleda, J. C. y Suárez, A. M. (2006). Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas en Entornos Socioeconómicos y Políticos en Transición: Estudio Contextual Comparativo en Colombia, México y Venezuela. *Razón y Palabra*, 51. Consultado el 29/03/2016 de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n51/rpcolmexven.html>
- Noelle - Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona, España: Paidós.
- Ortiz, G., Ruiz, S. y Velásquez, C. M. (2002). Inventar o reflejar la realidad. Un dilema que compromete la credibilidad informativa de los medios de comunicación en Colombia. *Palabra Clave*, 7. Consultado el 03/02/2016 de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabra-clave/article/view/400/538>
- Pardo, N. G. y Ospina, L. E. (2014). Defensor del lector del periódico El Colombiano, un estudio crítico de su discurso. *Folios*, 30, 179 - 184.
- Pécaut, D. (1999). Configuraciones del espacio, el tiempo y la

- subjetividad en un contexto de terror: el caso colombiano. *Revista Colombiana de Antropología*, 35, 8 - 35.
- Pórtoles Lázaro, J. (2009). Censura y pragmática lingüística. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 38, 60-82.
- Puig i Abril, E. y Rojas, H. (2009). Espiral de silencio y autocensura política en Colombia. *Revista Comunicación y Ciudadanía*, 1, 28 - 37. Consultado el 22/03/2016 de: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/comciu/article/view/1829/1635>
- Rey, G. (2006). “Las épocas interesantes. Dos décadas del periodismo en Colombia (1986 - 2006)”. En: Gómez, Ignacio y Rey, Germán (Autores). *Apuntes a dos décadas de periodismo bajo presión* <pp. 19 - 35>. Bogotá: Fundación Guillermo Cano Isaza.
- Rincón, O. y Rey, G. (2009). “Los cuentos mediáticos del miedo”. En: Carrión, Fernando y Espín, Johanna (Compiladores). *Un lenguaje colectivo en construcción: el diagnóstico de la violencia* <pp. 117 - 136>. Quito: FLACSO.
- Rojas, H. (2012). El efecto de la comunicación autoritaria sobre la expresión política en Chile. *Jóvenes, Participación y Medios*, 32 - 39. Consultado el 26/03/2016 de: <http://ssrn.com/abstract=2154013>
- Rojas, H. y Hopke, J. (2010). Socializados para la autocensura: Comunicación autoritaria y opinión pública. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, 0. Consultado el 23/03/2016 de: [http://www.waporlatinoamerica.org/descargas/revista/n0/rojas\\_socializados.pdf](http://www.waporlatinoamerica.org/descargas/revista/n0/rojas_socializados.pdf)
- Roldán, I., Giraldo, D. S. y Flórez, M. Á. (2008). Impacto del conflicto colombiano en los periodistas. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 37(1), 66 - 80. Consultado el 22/03/2016 de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v37n1/>

[v37n1a06.pdf](#)

- Rivas, P. y Plaza, J. F. (2015). Pautas para la cobertura periodística de actos terroristas. Propuesta de un modelo informativo de responsabilidad democrática. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 1207 - 1233.
- Schlenker, J. e Iturralde, M. A. (2006). El uso del discurso de los derechos humanos por parte de los actores armados en Colombia: humanización del conflicto o estrategia de guerra. *Análisis Político*, 56, 29 - 50. Consultado el 23/03/2016 de: <http://www.scielo.org.co/pdf/anpol/v19n56/v19n56a02.pdf>
- Velásquez, C. A. (2003a). El estado de la libertad de prensa en Colombia: una mirada con énfasis en las regiones. *Palabra Clave*, 8. Consultado el 03/04/2016 de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/410/548>
- Velásquez, C. M. (2003b). Militares, prensa y credibilidad. *Palabra Clave*, 8. Consultado el 03/02/2016 de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/411/549>
- Velásquez, C. M. y Gutiérrez, L. (2001). Censura, autocensura y regulación de la información. *Palabra Clave*, 5. Consultado el 03/02/2016 de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/378/518>
- Velásquez, F. y González, E. (2003). ¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia? Bogotá: Fundación Corona.



## ***Una reflexión teórica desde la interculturalidad, al concepto de “Desidentidad Latinoamericana”***

GRACE ZURITA MALDONADO

Grupo Comunicación, Cultura e Identidad

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)

### **RESUMEN**

Este trabajo presenta un abordaje de la categoría “Desidentidad Latinoamericana” acuñada por Nelly Richard en 1989, como una comprensión de la identidad a partir de los sistemas de herencias sociales, los elementos que lo constituyen y la memoria histórica. Estas relaciones construyen imaginarios respetando las diferencias y subjetividades de cada individuo. Para esta comprensión de la identidad se establece una relación intercultural con la diversidad para la comprensión de los proyectos sociales en función del diálogo, el respeto y la tolerancia.

Palabras claves: Interculturalidad, desidentidad, identidad, alteridad, cultura.

### **1. INTERCULTURALIDAD**

La academia ha acuñado varios enfoques sobre el concepto de interculturalidad, algunos autores norteamericanos y eu-

ropeos la definen desde la idea del pluralismo integrador que genera una convivencia armónica entre distintas culturas (Novaro, 1999a). La perspectiva que se abordará en este trabajo pone énfasis en aquellos que nacieron en Latinoamérica, que deviene de los discursos del multiculturalismo, con ciertos cambios y adaptaciones a partir de diversas situaciones y objetivos sociales (Domínguez, 2011),

Este enfoque surgió como respuesta a una multiculturalidad que apunta a la descripción de los espacios sociales e históricos (López, 2001). Es una categoría propositiva que parte del respeto y las diferencias entre los pueblos, nacionalidades y culturas, que produce un diálogo en igualdad de condiciones (Bordas, 2012), y da como resultado una conciliación de las relaciones existentes, apartando la lucha por controlar la política y la cultura (Viaña, Tapia y Walsh, 2010). De esta manera, se asumirá que la interculturalidad es una construcción de un ethos que dialoga entre las diferencias para integrar nuevas categorías, conceptos y nociones de comprensión de la alteridad<sup>20</sup> (Grimson, 2001).

Distinguir la multiculturalidad de la interculturalidad permite establecer parámetros en la praxis, ya que la multiculturalidad solo reconoce la coexistencia de culturas diversas en un mismo territorio (Bhabha, 2002), mientras que la interculturalidad le interesa el contacto entre ellas, los espacios donde se relacionan, los referentes entre ellos, los lugares fronterizos, los mestizajes, las apropiaciones culturales (Obuljen, 2006) La multiculturali-

<sup>20</sup> La Alteridad, Bajtín la plantea “como el instrumento más poderoso para la comprensión de la cultura, proyectando así sus observaciones del plano intersubjetivo al de las relaciones interculturales y al ámbito de los estudios culturales. Y es que así como ocurre en el plano del sujeto, tampoco la cultura puede completar la imagen de sí misma desde su interioridad, pues necesita del referente que le proporciona la alteridad, necesita la mirada de las otras culturas para enriquecer su propio entendimiento” (Alejos, 2006), abriendo un abanico hacia todas las construcciones sociales y culturales como sería género, salud, educación, entre otras.



dad señala las diferencias culturales, mientras la interculturalidad defiende la diversidad cultural, reconociendo a las culturas, ajenas o propias (Medina y Alsina, 2012).

Dentro de la vorágine de la modernidad, la interculturalidad se ha visto sumida en un movimiento entre racionalidades y lógicas que articulan los diversos grupos (Sepúlveda, 1996), unos inmersos en la modernidad, y otros en distintas fronteras conceptuales cognoscitivas, éticas, políticas. Estos grupos deben ser visualizados con igual importancia, reconociendo que al coexistir distintas gnosias, el conocimiento no es universal (Walsh, 2002a). Es así que se asumirá una interculturalidad diversa que reconoce e incluye, que negocia e interrelaciona entre lo universal<sup>21</sup> y lo alternativo<sup>22</sup> (Walsh, 2002b), cimentando puentes que generan grandes desafíos.

La interculturalidad trabaja la diversidad social y las identidades locales, a partir de la concepción de la convivencia armónica, que forja procesos de alteridad desde la mismidad<sup>23</sup> (Carrillo, 2003), que apuestan al diálogo y a consensos entre los actores, es decir que proponen un desarrollo comportado (Cisneros, 2004) sobre la base

---

<sup>21</sup> El modelo de cultura universal implica el uso de un lenguaje hegemónico, herramientas, instituciones, sistemas de valores estéticos, morales. “Los valores intrínsecos, pretendidamente absolutos y universales, siempre son valores culturales, esto es, corresponden a la escala valorativa de una cultura particular; juzgados desde otra óptica cultural, tales valores pueden no ser reconocidos o, en todo caso, pueden ser jerarquizados de manera diferente” (Bonfil, 2004, p. 117).

<sup>22</sup> Lo alternativo se refiere a la existencia de diversos patrimonios culturales, es decir, “diversos conjuntos de objetos culturales tangibles e intangibles, que tienen valor y coherencia dentro de sistemas de significación que son propios de los diferentes grupos sociales que integran la sociedad(...) y que poseen una cultura distintiva” (Bonfil, 2004, p. 128).

<sup>23</sup> “Existe una frecuentada problemática referida a la idea de la subjetividad y, dentro de esta amplia cuestión, existe otra más específica que se podría denominar como la de la relación de la subjetividad consigo misma, con lo propio de uno mismo, es decir, la mismidad.” (Kamisky, 2014, p. 32)

de una cultura de paz y respeto entre las múltiples identidades y grupos sociales que interactúen (Gavilán y Teresa, 2010).

## **2. LA DESIDENTIDAD LATINOAMERICANA.**

Si se parte desde la concepción primaria de que la Identidad es un conjunto de atributos que conforman el ethos y la cosmovisión de los pueblos, y se nutre de cada individuo, de cada grupo y de su entorno, alimentándose de forma continua de la influencia exterior (Molano, 2007). Se puede decir que está constituida por “tres rasgos” (Giménez, 1997), el primero es un sistema de herencias sociales como la lengua, trabajo, migración, género, espacio social de referencia; el segundo, una red de características que los distingue, el último es la memoria histórica imborrable e inalienable. La comprensión de estos elementos genera las relaciones entre los grupos de la sociedad, los niveles de representación colectiva y las acciones de unos frente a otros. Este autor afirma que se la construye como una producción continua (p. 22), no está finalizada ni cerrada, se mueve y toma formas de representaciones discursivas propias de cada sujeto.

América Latina ha vivido procesos cuyos discursos permiten reconocer las identidades sociales, bien visibilizadas o bien vedadas (De Toro, 2007) porque la identidad se convirtió en un proyecto político del poder hegemónico, relacionada con la colonialidad<sup>24</sup>, como una de las formas de dominación. Esta identidad trasgredida se inicia con el proyecto de racionalización de la modernidad (Garces, 2007), que busca instaurar el plan civilizador de desarrollo y progreso que se basa en las lógicas del mercado capitalista. La búsqueda continua de la perfección

---

<sup>24</sup> Según Anibal Quijano, la colonialidad “Es la instrumentalización de la razón por el poder colonial, en primer lugar, lo que produjo paradigmas distorsionados de conocimiento y malogró las promesas liberadoras de la modernidad. La alternativa, en consecuencia, es clara: la destrucción de la colonialidad del poder mundial” (Quijano, 1992, p. 437).

y la credibilidad, de los poderes de las potencias occidentales, instituidos en el sistema de desarrollo, los convirtió en referentes para el progreso (Castillo Aguirre, 2015).

A raíz de este devenir, el proceso cultural americano mira a estos países como el centro de la civilización, desde donde se imponen las concepciones válidas, que conforman el progreso (Peña Frade, N, 2015), de esta manera, la modernidad se conceptualiza como un enfoque universalizante de la cultura, que reproduce los modelos dominantes<sup>25</sup>.

Todos los esfuerzos que cuestionan este modelo, se los criticaba por tener una visión incompleta, sin embargo, el modelo occidental condujo una desigualdad de condiciones, negativas para América, porque las etapas de desarrollo de los dos continentes no coinciden en una misma línea tiempo-acontecimiento (Bertola, L. y Ocampo, J., 2013). La historia la cuentan en función del progreso rectilíneo por la temporalidad europea y, América Latina es juzgada de forma discontinua y distinta a su realidad. Esta visión global, integro al sujeto y la historia en una unicidad y superioridad de jerarquías, se convirtió un juego de dualidades: americano/europeo, provincia/nación, negro/rubio, indio/blanco, español/quichua; miradas opuestas que establecen los parámetros que permiten comprender los puntos inestables de la identidad, regularon la adaptación a los modelos y conductas identificatorias (Derridá, 1977).

Para la autora de “La Desidentidad Latinoamericana”, Nelly Richard (1989), el problema principal se suscita a partir de la modernidad europea, debido a que se convirtió en el ideal de perfección como efecto de la dominación ejercida sobre los individuos desde la conquista, la cultura europea fue modelo a im-

<sup>25</sup> Las corrientes: eurocentrismo y etnocentrismo, fueron implantadas en América Latina, generando dualidades, en las que los términos positivos se referían a Europa y los negativos al continente americano. Se buscaba implantar el pensamiento, economía y cultura europea. (cita)

itarse. La élite europea ha transmitido, desde la colonia, los patrones de representación con una lógica del centro a la periferia, de producción (Europa) a la reproducción (América), consideró a América una sociedad no capacitada para pensar por sí mismo.

Este modelo europeizante no se ajusta a los procesos políticos y socioculturales de la región y menos a los contextos en los que hasta el día de hoy se encuentra inmersa, lo que produce una falta de coherencia con aquellas peculiaridades necesarias para identificar “lo propio” (Larraín, 2006). Se crea un desnivel y ruptura entre lo nuevo y lo tradicional, entre lo propio y lo extranjero. Ni los límites geográficos, ni las políticas de cada región, ni el mestizaje cultural, han logrado establecer políticas nacionalistas, porque los individuos adoptan características culturales de otros pueblos, reproduciendo como cultura identitaria copias distorsionadas de otros pueblos, que los desvincula de los procesos de la región y genera una cultura desligada de su memoria histórica. La modernidad no ofrece respuestas articuladas que obedezcan a modelos que recontextualizan y procesan la información local, volviéndola parte de esta visión globalizante (Castillo y Cairo, 2011).

El problema más grave de la zona, es la relación distante y ajena que sus naciones tienen con la racionalidad histórica y la temporalidad de los procesos de desarrollo en la región, porque sus historias se mezclan, se unen o se oponen violentamente (Fuller, 2002). La visión de los pueblos de toda América Latina debería coincidir en una cosmovisión única, mestiza de sus tradiciones y del ethos que la conforma. Nuestro continente se ha visto agredido continuamente por la implantación de una identidad sobre otra, en donde la propia ha sido absorbida por la ajena, provocando una separación entre lo legítimo y lo foráneo (García y Ruiz, 2004). Europa censuró la dimensión ritual americana, implantando sobre lo existente valores populares, impo-

niendo nuevas significaciones a los símbolos que identificaban a los pueblos.

No es menos importante la pobreza, la guerra, la explotación del ser humano, la falta de humanidad de la tecnología, problemas que se presentan en este continente, que lleva a concluir que las clases dominantes blanqueadas<sup>26</sup> tienen el afán de mantener este ethos latinoamericano arraigado, evitando la revalorización de la identidad de nuestros pueblos, por representar un riesgo a los intereses de los grupos de poder (Corral Fierro, 2015). Aun cuando se puede ver, en el clamor a gritos de los sectores populares, el florecimiento de su identidad, desean el cambio de eje de poder, la liberación o emancipación de los poderes opresores, que llevaría a la ruptura de las estructuras actuales frente a estos nuevos contextos (Zurita, 2015).

Para Nelly Richard (1989) la “Desidentidad” contrapone varias dualidades: la tradición frente a lo nuevo donde se provoca una ruptura, disociando entre lo europeo y lo americano, lo moderno de lo tradicional y lo que realmente debería ser, expone la marginalidad latinoamericana, la crisis de autoridad en búsqueda de la descentralización, lo periférico como subalterno, que busca encontrar nuevas posturas, en las que América Latina pueda reconocer las particulares de la cultura dominante (el lenguaje, el vestuario, hábitos y costumbres foráneas) y proponer estrategias para consolidación de procesos sociales que busquen una mejor y mayor integración de la región, una apropiación cultural del pensamiento latinoamericano, no por pensadores europeos o europeizados, sino por latinoamericanos que miren hacia el sur (Silva Gonçalves, 2013). Guerra (2005) propone como eje final la educación, donde surge la construcción de la identidad, porque en el proceso de enseñanza prevalece el en-

<sup>26</sup> El blanqueamiento es un término utilizado para referirse a las clases que segregan al otro color, origen y posición económica en la que vive. Quijano Anibal (2007).

foque tradicional y positivista, basado en fechas, datos, eventos, nombres, en lugar de analizar contextos, buscar una mayor comprensión y problematización de nuestro pasado, América ha corrido la suerte de ser mitologizada y folklorizada (indigenista, tercermundistas, nacionalista).

El rol enajenante (Sen et all, 2004) que se otorga a la modernidad, quienes defienden la cultura apoyados en las representaciones de lo autóctono y lo nativo, que se basa en el mito de una cultura sellada, libre de influencias externas, originada en una memoria que ha permanecido estática en el tiempo, en la tradición sin rescatar los procesos de mestizaje que ha sufrido América desde la conquista, en la que la identidad es mítica y busca el perenne retorno a la fuente, “haber desdibujado y enmascarado los rasgos de un identidad propiamente latinoamericana mediante un régimen de influencias, sentido como amenaza en cuanto pretende falsificar el núcleo-esencia de lo originario = lo auténtico y autenticante”(Richard, 1989, p. 257).

La posmodernidad, fenómeno global con particularidades que analiza las situaciones dentro de contextos, persigue deslegitimar el saber universal y canónico que impuso la modernidad, romper con la estructura, y el compromiso con la razón y cánones preestablecidos, para convertirse en una red abierta en la que se busca la multiplicidad de los sentidos, encontrar los cruces, traslado y mutaciones que han sufrido las culturas a partir del sentido absolutista de la verdad, de naciones tutoradas, imposiciones dominantes que fijaban las jerarquías de interpretación de los hechos (Held, 2003). ¿Cómo hacerlo? Buscando invertir las dependencias y cadenas asociativas del poder europeo hacia América, evitando establecer relaciones como centro-periferia, avance-retraso, modelo-copia, desarrollo-subdesarrollo, entre los más importantes (Garcés, 2007).

Una identidad compuesta (Alsina, 2006) por la multiplicidad

y heterogeneidad de las tradiciones, de memorias compuestas por pasados híbridos, y complejos sistemas económicos, en la que juegan importantes papeles la fragmentación<sup>27</sup> y la diseminación<sup>28</sup> para lograr conformar una identidad propia, en la que las figuras del pasado, las condiciones impuestas, las dualidades, las nociones semánticas y territoriales, no cumplan el papel de controlador de las hegemonías europeas, de aquellas opiniones que lleven a Latinoamérica a empantanarse en discusiones alienadas por su propia realidad, que parte de la tendencia de homogenización de la razón y la técnica del neoliberalismo (Walsh, 2006).

La identidad cultural se convirtió en un producto fragmentado y generó tensiones durante la modernidad, por lo contrario, la posmodernidad pretende que se utilice lo existente, se innoven propuestas, se reagrupen los fragmentos diseminados (Hammer, 2002). La desidentidad cultural latinoamericana es conformar un collage de estos elementos del pasado, que permita divorciarse de las retóricas de los procesos, olvidarse de la idea de “centro del mundo”, ejemplos a seguir y, América Latina se apropie de sus procesos reciclando manifiestos y enunciados de independencia identitaria (Corral Fierro, 2015).

América latina debe ser vista como un conjunto de modos de pensar, hablar, comportarse, de pensares comunes, con lenguas íntimamente relacionadas entre sí, creando espacios de integración cultural, que logren encontrar características identitarias (Caudillo-Felix, 2012) que consoliden a los procesos de asimilación cultural de los pueblos latinoamericanos, que fortalezcan su identidad cultural (Walsh, 2010). La desidentidad vista desde la interculturalidad propone que este proceso posmoderno ameri-

---

<sup>27</sup> La fragmentación es una estrategia que impide todo intento de espacios de consenso, impidiendo que se conviertan en espacios de contrapoder. (Binder, 2000, pp. 174-175)

<sup>28</sup> El concepto de diseminación de acuerdo a Jaques Derrida (1977) “marca una multiplicidad irreductible y generativa” (p. 56-59).

cano tome en consideración todas las diferencias regionales y nacionales, en base a las contradicciones que la ataron durante la modernidad europea rigiendo el pensamiento y sentir americano (Richard, 1989).

### **3. CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA IDENTIDAD A PARTIR DE LA INTERCULTURALIDAD.**

La interculturalidad no es un proyecto pensado desde lo instrumental, sino es un proceso que se configura en función de las relaciones entre los distintos actores –cada uno con diferentes intereses, muchas veces visiones opuestas (Grimberg, 2003). La interculturalidad se construye socialmente, se confronta, se reconoce en los procesos de diferenciación, identidad y subalternidad<sup>29</sup> (Spivak, 2010) donde es indispensable recordar que la diversidad pone en la palestra conflictos sociales que muchas veces tienen un sentido histórico que redefine el sentido simbólico (Ortiz, 1999).

La Interculturalidad ha suscitado cambios en los procesos homogeneizadores de la cultura y la identidad, al reconocer la existencia de la diversidad y al fomentar los derechos de estos grupos, propiciando la armonía y convivencia pacífica entre los diversos actores, una comunicación intercultural (Schmidt, 2014). Este nuevo paradigma se alimenta del diálogo, el respeto y la tolerancia de los pueblos, pasando por las categorías de identidad, cultura y diversidad cultural (Silva y Browne, 2005).

Los proyectos interculturales se los construye desde y con la participación de la sociedad, no sin tensiones porque sus elementos llevan consigo, de manera implícita, la ideología y los posicionamientos políticos de cada grupo (Bonfil, 2011), en los que

<sup>29</sup> Subalternidad se observa cuando los otros (primer mundo) hablan por aquellos a quienes consideran que no pueden ser escuchados (diferentes), las diferencias entre las relaciones refuerzan el pensamiento occidental (Silva Gonçalves, 2013).



la cultura se la puede comprender como un conjunto de símbolos, signos y significaciones temporales y espaciales (Guerrero, 2004), constituida por acciones, conocimientos y emociones que se generan y se transmiten de generación en generación (Carreño, Huérfano y Gélvez, 2014)), que tienen sus propias características que son irreductibles (Ortiz, 1999).

En otras palabras, la cultura es una “(...) organización de la experiencia y de la acción humana por medios simbólicos” (Sahlins 1997, p. 41), subyace en la historicidad de un grupo que se constituye a partir de sus interacciones, significados, y movilizaciones (Geertz, 1996), donde la identidad se construye a partir de las prácticas cotidianas a partir de sus manifestaciones como son los elementos culturales, materiales o simbólicos, que son procesos dinámicos y cambiantes (Díaz, 2013).

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejos, J. (2006). *Identidad y alteridad en Bajtín*. Acta Poética 27 (1). Primavera. Recuperado el 15 de abril de 2015 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2704963>
- Amerigeiras, A. y Jure, E. (2006) (compiladores) *Diversidad Cultural e Interculturalidad*. Prometeo Libros. Buenos Aires. Achilli,
- Bertola, L. y Ocampo, J. (2013). *Desarrollo económico de América Latina desde la independencia*. México: Fondo Cultural Económica.
- Bhabha, H. (2002). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- Binder, A. (2000). *La sociedad fragmentada*, en Harnecker, Marta. *La Izquierda en el Umbral Del Siglo XXI: Haciendo Posible lo Imposible*. Segunda Edición. Madrid: Editorial Siglo XXI..pp 174-175

- Bonfil, G. (2004). *Pensar nuestra cultura: Ensayos*. México: Alianza Editorial.
- Bordas, J. (2012). *Salsa, soul, and spirit: Leadership for a multi-cultural age*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Carreño, A., Huérfano, E. H., y Gélvez, (2014) M. R. Interculturalidad y diálogo de saberes: pensar la relación con la naturaleza en experiencias de comunicación, desarrollo y medio ambiente en Colombia. *Emergencia del territorio y comunicación social: Experiencias de comunicación y desarrollo sobre medio ambiente en Colombia*, 452. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Carrillo, R. (mayo 27 y 28 de 2003), Ponencia presentada en la Conferencia regional “Movimientos sociales, políticas de seguridad y democracia”, organizada por el Programa Andino de Derechos Humanos, PADH. La Paz-Bolivia. Quito: Universidad Andina Recuperado el 16 de febrero de 2016 de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/595/1/RAA-06-Carrillo-Movimientos%20sociales%20y%20hegemon%C3%ADa.pdf>
- Castillo Aguirre, J. (octubre, 2015). La evolución histórica de la idea de progreso en el contexto del desarrollo regional. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* (13). pp. 375-380 Estado de México, México: Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias
- Castillo, L. C., y Cairo Carou, H. (2011). Reinención de la identidad étnica, nuevas territorialidades y redes globales: el Estado multiétnico y pluricultural en Colombia y Ecuador. *Sociedad y economía*, (3), 55-76. Recuperado de <http://sy.e.univalle.edu.co/index.php/SyE/article/view/194>
- Caudillo-Felix, G. (2012). El buen vivir: un diálogo intercultural. *Ra-Ximhai*, 8(2). México: Universidad Autónoma

- ma de México. Recuperado el 16 de abril de 2015 de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rxm/article/view/33901>
- Cisneros, I. (2004) Formas modernas de la intolerancia: de la discriminación al genocidio. México: Editorial Océano.
- Corral Fierro, J. P. (2015). Identidad evanescente, apuntes sobre la identidad latinoamericana en Bolívar Echeverría. Tesis de maestría. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4714/1/T1750-MEC-Corral-Identidad.pdf>
- De Toro, A. (2007). Escenificación de nuevas hibridaciones, nuevas identidades: Repensar Las Americas. Reconocimiento–Diferencia–Globalización. “Latino Culture” como modelo de coexistencias híbridas. En De Toro, A., Sieber, C., Gronenmann, C. y Ceballos, R. (Hg.). *Estrategias de hibridez en América Latina. Del descubrimiento al siglo XXI*, 367-394. Frankfurt: M. u.a. (pp. 367-394)
- Derridá, J. (1977) Piosiciones. Valencia: Pre-textos.
- Díaz, Z. (2013). *Pensar del sujeto interdiscursivo en el diálogo intercultural*. Maracaibo: Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos (CESA). Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad del Zulia, Maracaibo. Recuperado el 16 de febrero de 2015 de [www.redalyc.org/pdf/279/27926711010.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/279/27926711010.pdf)
- Domínguez, A. (2011). Contextualización del significado de la educación intercultural a través de una mirada comparativa: Estados Unidos, Europa y América Latina. *Papeles del CEIDC. International Journal on Collective Identity Research*. 2011(2), 73. Recuperado el 14 de abril de 2015 de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/papeles-CEIDC/article/view/12351/11273>

- Frade, N. P. (enero- junio 2015). Las ciencias sociales en contextos sociales globalizados y complejos *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 10(19), Ciudad de México: Universidad Iberoamericana A.C (pp. 63-92). Recuperado de [www.uia/iberoforum](http://www.uia/iberoforum)
- Fuller, N. (2002). (edit.). *Interculturalidad y Política: desafíos y posibilidades*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en Perú.
- Garcés, F. (2007). Las políticas del conocimiento y la colonialidad lingüística y epistémica en Castro-Gómez, S. y Grosfoguel, R. (Comp) (2007). *El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar.
- García, J. y Ruiz-Matas, C. (2004) *Mediación intercultural en sociedades multiculturales: hacia una nueva conceptualización*. España: Universidad de Huelva. Recuperado el 1 de Abril de 2016 de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/219/b15132961.pdf?sequence=1>
- Gavilán, N., y Teresa, M. (2010). Persona multicultural, comunicación intercultural. La propuesta de AminMaalouf. *Comunicación y sociedad*, (14), 199-216.
- Geertz, C. (1996). *Los usos de la diversidad*. Barcelona: Paidós.
- Giménez, G. (julio-diciembre de 1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. (9). México: *Frontera Norte*.
- Grimberg, M. (2003). “Narrativas del cuerpo. Experiencia cotidiana y género en personas que viven con Vih”. En: *Cuadernos de Antropología Social*, N° 17, Instituto de Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras,

- Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 79-99. Recuperado el 15 de febrero de 2016 de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1850-275X2003000100005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1850-275X2003000100005&script=sci_arttext)
- Grimson, A. (2001). *Interculturalidad y Comunicación*. Colombia: Editorial Norma
- Guerra, H. (2005). Nelly Richard: propuesta sistémica del análisis cultural. Recuperado de <http://148.206.79.158/handle/11191/2192>
- Guerrero, P. (2002). *La cultura: Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya- Yala.
- Hall, S. (2010) “Etnicidad: identidad y diferencia” y “La cuestión de la identidad cultural”. *Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. En Restrepo, E., Vich, V. y Walsh, C. (Eds). Quito: Instituto de Estudios Peruanos. Universidad Andina Simón Bolívar, Envión Editores.
- Hammer, M. (2002) Behavioral dimensions of intercultural effectiveness: A replication and extension. *International Journal of Intercultural Relations*. Vol. 11, 1. Recuperado el 6 de mayo de 2015 de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0147176787900320>
- Harnecker, M. (2000). *La Izquierda en el Umbral del Siglo XXI: Haciendo Posible lo Imposible*. Segunda Edición. Madrid: Editorial Siglo XXI.
- Held, D., & McGrew, A. (2003). *Globalización/antiglobalización*. Madrid: Paidós.
- Kaminsky, G. (2014). Entre la mismidad y la otredad: La representación del prójimo y el anonadamiento del semejante. Año 4 - Nro. 7 - Revista “Debate Público. Reflexión de Trabajo Social” - Artículos centrales. Recuperado el 16

- de abril de 2015 de [http://trabajosocial.sociales.uba.ar/web%20revista%207/pdf/05\\_Kaminsky.pdf](http://trabajosocial.sociales.uba.ar/web%20revista%207/pdf/05_Kaminsky.pdf)
- Larraín, J. (2006). El concepto de identidad. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, 1(21). Recuperado de <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/348/279>
- López, L. E. (2001). La cuestión de la interculturalidad y la educación latinoamericana. *Seminario sobre perspectivas de la educación en la región de América Latina y el Caribe*, 382-406. Recuperado [http://adei.org.pe/anexos/Interculturalidad/cuestion\\_latinoamericana.pdf](http://adei.org.pe/anexos/Interculturalidad/cuestion_latinoamericana.pdf)
- Martin, J. (18 julio de 2002) The intercultural reentry: Conceptualization and directions for future research. Vol. 8, 2. Recuperado el 6 de mayo de 2015 de <http://www.science-direct.com/science/article/pii/014717678490035X>
- Medina, P. y Alsina, R. (2012). Las emociones como barreras y accesos a la diversidad cultural. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 1(2). Recuperado el 4 de mayo de 2015 de <file:///F:/interculturalidad/diversidad/49-133-1-PB.pdf>
- Molano L., Olga, L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, núm. 7, pp. 69–84. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Novaro, G. (1999a). Diversidad cultural y conocimiento escolar: el tratamiento de los indios en los contenidos educativos. *Cuadernos de Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano*, N° 18, Buenos Aires, 297-314.
- Novaro, G. (1999b). El tratamiento de la migración en los contenidos escolares. Nacionalismo, Integración y Marginación. En: María Rosa Neufeld y Jens Ariel Thisted (comps.). “De eso no se habla...” *Los usos de la diversi-*

- dad sociocultural en la escuela*. Buenos Aires: Eudeba.
- Obuljen, N. (2006) From Our Creative Diversity to the Convention on Cultural Diversity: Introduction to the debate, En: UNESCO's Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions: Making it Work. Institute for International Relations. Zagreb.
- Ortiz, R. (1999). "Diversidad cultural y cosmopolitismo". En: Jesús Martín Barbero (comp.). *Cultura y globalización*. Ces/Universidad Nacional de Colombia, Santafé de Bogotá.
- Quijano, A. (2007) .Colonialidad del poder y clasificación social. en *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar,
- Richard, N. (1989) "La Desidentidad Latinoamericana", en *La Estratificación de los Márgenes. Sobre Arte, Cultura y Políticas*, Santiago de Chile: Art and Criticism Monograph, Series Art & Text Publications.
- Sahlins, M. (1997). O 'pessimismo sentimental' e a Experiencia Etnográfica: por que a Cultura nao é um 'Objeto' em via de extinção (parte I y II). En: *Mana*, Vol. 3, N° 1 y N° 2, Sao Paulo, 41-73 y 103-150. Recuperado el 15 de febrero der 2016 de [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93131997000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93131997000100002&script=sci_arttext)
- Schmidt, J. (2014). *La comunicación intercultural. El desafío entre dos culturas*. Norderstedt: BoD.
- Sen, Jai et all (2004) *El foro social mundial: desafiando imperios*. Málaga: Cedma.
- Sepúlveda, T. (2010). *Experiencia y pobreza en el trabajo social: una lectura frankfurteana*. Revista O Social em Questão

- Ano XIII - nº 24 - Jul-Dez 2010 p. 19-42. Brasil. Recuperado el 10 de abril de 2015 de [http://osocialem-questao.ser.puc-rio.br/media/osq\\_sepulveda\\_3.pdf](http://osocialem-questao.ser.puc-rio.br/media/osq_sepulveda_3.pdf)
- Silva Gonçalves, D. (2013). Uma vida sem pontos fixos: a subalternidadedes construindo linearidades normativas. Vol 1, n. 1, jan./jun. 2013. Grau zero: Revista de crítica cultural. Brasil: Universidade do Estado da bahía. Recuperado el 9 de abril de 2015 de [http://www.poscritica.uneb.br/revistagrauzero/edicoes/VOLUME-1\\_NUMERO-1/2.VOLUME-1\\_NUMERO-1.pdf](http://www.poscritica.uneb.br/revistagrauzero/edicoes/VOLUME-1_NUMERO-1/2.VOLUME-1_NUMERO-1.pdf)
- Silva, V. y Browne, R. (2005). *Comunicación, diversidad cultural y migración. Teorías, principios y perspectivas interculturales*. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación; No 2. España: Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo. Recuperada el 15 de febrero de 2016 de [eu-repo/semantics/article|info:eu-repo/semantics/publishedVersion](http://eu-repo.semantics/article|info:eu-repo/semantics/publishedVersion)
- Spivak, G. C. (2010). ¿Puede el hablar el sujeto subalterno? Belo Horizonte: Editora UFMG
- Viaña, J., Tapia, L. y Walsh, C. (2010). *Construyendo interculturalidad crítica*. La Paz: Instituto Internacional de Integración del Convenio Andrés Bello.75-96. Recuperado el 10 de abril de 2015 de <http://www.flacsoandes.edu.ec/interculturalidad/wp-content/uploads/2012/01/Interculturalidad-Cr%C3%ADtica-y-Educaci%C3%B3n-Intercultural1.pdf>
- Walsh, C. (2006). Interculturalidad y (de) colonialidad: diferencia y nación de otro modo. In *14 Conferencia Internacional Desarrollo e Interculturalidad, Imaginario y Diferencia: la Nación en el Mundo Andino*. Quito, Río de Janeiro: Academia de la Latinidad. Recuperado de <http://www.ram-wan.net/restrepo/decolonial/18-walsh-inter->



[culturalidad%20y%20decolonialidad.pdf](#)

- Walsh, C. (2010). Interculturalidad crítica y educación intercultural. En *Construyendo interculturalidad crítica*. La Paz: Instituto Internacional de Integración del Convenio Andrés Bello.75-96. Recuperado el 10 de abril de 2015 de <http://www.flacsoandes.edu.ec/interculturalidad/wp-content/uploads/2012/01/Interculturalidad-Cr%C3%ADtica-y-Educaci%C3%B3n-Intercultural1.pdf>
- Walsh, C. (2002a) La (re) articulación de subjetividades políticas y diferencia colonial en Ecuador: Reflexiones sobre el capitalismo y las geopolíticas del conocimiento, en Walsh, Schiwy, Castro-Gómez (eds). *Indisciplinar las ciencias sociales. Geopolíticas del conocimiento y colonialidad del poder. Perspectivas desde lo andino*. Quito: UASB/Abya -Yala.
- Walsh, C. (2002b) (De) Construir la interculturalidad. Consideraciones críticas desde la política, la colonialidad y los movimientos indígenas y negros en el Ecuador, en N. Fuller (ed). *Interculturalidad y política. Desafíos y posibilidades*. Lima: Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú.
- Zurita, G. (2015). Reflexiones para un periodismo ecuatoriano incluyente: interculturalidad, cambio social y Buen Vivir. (pp. 111-130) En Barredo Ibáñez, Daniel (ed.) (2015): *Ética y deontología periodística. Algunas claves para entender el contexto ecuatoriano*. Cuadernos del Mundo 05. La Laguna (Tenerife): Latina. Recuperado de <http://www.cuadernosartesanos.org/cdm05.pdf>



## LOS AUTORES

**DANIEL BARREDO IBÁÑEZ** (España, 1981). Doctor en Periodismo por la Universidad de Málaga (España), además de licenciado en Filología Hispánica, licenciado en Comunicación Audiovisual y máster en Comunicación por la Universidad de Granada (España). Autor de más de sesenta artículos, además de nueve libros académicos y 5 de creación artística. Ha impartido más de cincuenta conferencias en lugares como la Universidad de Oxford (Reino Unido), la Université Sorbonne París IV (Francia), la Pontificia Javeriana (Bogotá, Colombia), o la Universidad de Navarra (España), entre otras. Ex Decano de la Facultad de Ciencias de Comunicación en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador). Actualmente, es docente principal de carrera en la Universidad del Rosario (Colombia). [danielbarredo@aol.com](mailto:danielbarredo@aol.com)

**PATRICIA HENRÍQUEZ C.** (Venezuela, 1967). Doctora en Innovación Educativa por la Universidad Rovira i Virgili de España. Especialista en Informática Educativa por la Universidad Simón Bolívar, Licenciada en Informática y Matemática (UCAT, grado SUMMA CUM LAUDE). Autora de numerosos libros, capítulos de libro y artículos en revistas internacionales indexadas.

Docente de pregrado y postgrado en Universidades de España (URV, UNED), Venezuela (ULA, UPEL, UNET) y Ecuador (UDLA, Universidad de Azuay). Árbitro y editora de revistas reconocidas como *Disertaciones*, *Acción pedagógica*, *Chasqui*. Actualmente es docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, donde es parte del grupo de Investigación en Comunicación digital, redes y ciberperiodismo.

[patricia.maria.henriquez@gmail.com](mailto:patricia.maria.henriquez@gmail.com)

**JUAN PABLO TRÁMPUZ** (Ecuador, 1983). Doctorando en Educación y Comunicación en la Universidad de Málaga, España; Magíster en Periodismo por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí - ULEAM. Cuenta con dos publicaciones indexadas sobre medios y comunicación digital. Desarrolla su tesis doctoral sobre convergencia en los medios universitarios y su relación con la formación de los comunicadores en Ecuador. Actualmente es docente en la facultad de Comunicación de la ULEAM, donde es parte del grupo de Investigación en Comunicación digital, redes y ciberperiodismo

[juan.trampuz@uleam.edu.ec](mailto:juan.trampuz@uleam.edu.ec)

**ELBA DÍAZ CERVERÓ** (España, 1982). Doctora en Periodismo por la Universidad San Pablo-CEU de Madrid y ha desarrollado su investigación en torno a los discursos de la prensa internacional y de los diferentes soportes periodísticos. En su tesis doctoral abordó la cobertura del terrorismo de ETA en la prensa francesa, sobre lo que ha publicado el libro *Al otro lado de la frontera*. Actualmente es profesora titular de Periodismo Digital, Nuevos Medios Periodísticos y Actualidad de la Industria Periodística en la Universidad Panamericana (Campus Guadalajara). Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel 1) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Sus temas

de investigación están relacionados con la cobertura periodística del terrorismo y el narcotráfico, así como con la relación entre menores y su uso de las nuevas tecnologías.

**HERNÁN PILLAJO BORJA** (Ecuador, 1970). Licenciado en Comunicación Social y magister en Comunicación con mención en Opinión Pública. Ha realizado cursos de actualización en el campo del periodismo, radio, lenguaje, epistemología de la comunicación y ciencia política. Ponente en congresos internacionales, su actividad periodística se desarrolló entre 1993 y 2011. Fue profesor en la Facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

[patriciopillajoborja@gmail.com](mailto:patriciopillajoborja@gmail.com)

**AMALIA REYES MOREIRA** (Ecuador, 1956). Magíster en Desarrollo de Inteligencia y Educación por la Universidad Católica de Ecuador, especialista en Diseño Curricular por Competencias. En el 2014 publicó su libro *Pasión por enseñar: una experiencia desde la diversidad*, además cuenta tres publicaciones relacionadas con la formación docente. Ex rectora de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – ULEAM, Unidad de Educación Especializada Angélica Flores y ex decana de la facultad Ciencias de la Educación de la ULEAM, donde actualmente se desempeña como docente. [alba.reyes@uleam.edu.ec](mailto:alba.reyes@uleam.edu.ec)

**REMIGIO GONZALO PISCO SÁNCHEZ** (Ecuador, 1968). Licenciado en Publicidad y magíster en Periodismo. Ha realizado cursos de actualización en el campo de la comunicación publicitaria y estratégica; investigación y gestión de la calidad de la educación superior. Ensayos en el área de semiótica y cultura. Ponente admitido al II Simposio Internacional sobre Gestión de La Comunicación, Quito. Docente de la Facultad Ciencias de la Co-

municación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Director del Proyecto “Marca-Ciudad” de la misma universidad, e integrante del grupo Comunicación, Cultura e Identidad.

[remigio.pisco@uleam.edu.ec](mailto:remigio.pisco@uleam.edu.ec)

**JAVIER PÉREZ MARTÍNEZ** (España, 1983). Periodista y magíster en Estudios Contemporáneos en América Latina. Doctorando en el Programa de Estudios Artísticos, Literarios y de la Cultura por la Universidad Autónoma de Madrid. Profesor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador y docente de la Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres. Encuadra sus investigaciones sobre la transmisión y herencia cultural de los pueblos desde una mirada interdisciplinar. También ha realizado trabajos descriptivos sobre ética, democracia y comunicación. En su faceta creadora tiene, editado sin publicar, el poemario “Pulso al silencio”.

[jperezmtnez@hotmail.com](mailto:jperezmtnez@hotmail.com)

**DANIEL JAVIER DE LA GARZA** (México, 1981). Doctor en Filosofía con orientación en Ciencias Políticas, por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Licenciado en Derecho y Maestro en Innovación Empresarial y Tecnológica del ITESM. En la actualidad se desempeña como Profesor Adjunto en la División de Negocios de la Universidad de Monterrey. También es catedrático de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, así como en la Facultad de Contaduría y Administración.

[danieldelagarza@gmail.com](mailto:danieldelagarza@gmail.com)

**GRACE ZURITA** (Ecuador, 1966). Máster en Educación con mención en Interculturalidad por la Universidad Politécnica Salesiana de Quito y Máster en Gerencia y Liderazgo de la Uni-

versidad Técnica Particular de Loja. B.A. en Artes por la Universidad San Francisco de Quito. Actualmente docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador). Docente en maestrías en prestigiosas Universidades de Quito y Manabí. Fue Directora Nacional de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Metropolitana. Ha impartido cátedra desde 1998 en las áreas de Educación, Comunicación y Marketing, en la Universidad Politécnica Salesiana y otras instituciones. Ha publicado dos libros sobre arte y varios artículos académicos. Su línea de investigación es la interculturalidad y la comunicación. Integrante del grupo Comunicación, Cultura e Identidad de la ULEAM.

**DARWIN GABRIEL FRANCO DELGADO** (Ecuador, 1992). Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención en Periodismo, por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.





