



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Construcción de narrativas digitales: representación de la Comunidad Vencedores, desde una perspectiva decolonial

Elaborado por:

MARÍA VALERIA PARRA MURILLO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Periodismo

Guayaquil – Ecuador

Noviembre, 2020



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

Construcción de narrativas digitales: representación de la Comunidad Vencedores, desde una perspectiva decolonial

Elaborado por:

MARÍA VALERIA PARRA MURILLO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Periodismo

Investigadora y co-investigadora: Ingrid Ríos, Estefanía Luzuriaga

Guayaquil – Ecuador

Noviembre, 2020

Nota introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero Formas de *Participación y Cultura Política: Retratos de la Amazonía Ecuatoriana desde una Perspectiva Decolonial*, propuesto y dirigido por las Docentes Investigadoras Estefanía Luzuriaga Uribe e Ingrid Ríos Rivera, docentes de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es diseñar una estrategia de Fair Trade que represente los sentidos y significaciones que los habitantes de la Comunidad de Vencedores tienen de su identidad colectiva. El enfoque del Proyecto es cualitativo con una aproximación decolonial en conjunto con la Investigación-Acción Participativa. La investigación se realizó en base a la información recopilada durante las tres primeras fases del proyecto, en el 2017, 2018 y 2019 en la comunidad Vencedores ubicada en la provincia de Pastaza. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la información fueron revisión documental, entrevistas y grupos focales.

Tabla de contenido

Resumen.....	4
Introducción	5
Planteamiento del Problema	8
Justificación	9
Antecedentes.....	10
Revisión de Literatura.....	13
Marco Conceptual.....	13
<i>Perspectivas Decolonial e Investigación-Acción Participativa</i>	13
<i>Turismo Comunitario</i>	17
<i>Fair Trade</i>	18
<i>Narrativas de identidad</i>	20
<i>Comunicación Digital Cultural</i>	22
<i>Textos periodísticos para plataforma digital</i>	23
Estado del Arte.....	24
Objetivos	27
Metodología.....	27
Resultados	33
Conclusiones y recomendaciones	55
Referencias bibliográficas.....	56

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo construir narrativas de identidad de la comunidad Vencedores, que están plasmadas en textos periodísticos. Este estudio aplica la Investigación Acción-Participativa (IAP), junto a una perspectiva decolonial. A través de un análisis documental de los archivos recopilados en años anteriores en el semillero *Retratos de la Amazonía*, esta investigación pretende identificar las características culturales, las costumbres y cosmogonía de la comunidad indígena. Durante este estudio se demostró cómo fue el proceso para crear los escritos y cómo esta se adaptó al mundo digital.

Palabras claves: Perspectiva decolonial, construcción de narrativas, identidad indígena, textos periodísticos, comunicación digital.

Abstract

The objective of this research is to build identity narratives of the Vencedores community, which are going to be reflected in journalistic texts. This is a Participatory Action Research with a decolonial perspective. Through a documentary analysis of the files collected in previous years in the *Retratos de la Amazonía* project, this study aims to identify cultural characteristics and the cosmogony of the indigenous community. As a result, this research demonstrates the process to create the texts and how it was adapted to the digital world.

Key words: Decolonial perspective, narrative construction, indigenous identity, journalistic texts, digital communication.

Introducción

La presente investigación surge del proyecto semillero de investigación: *Formas de participación y cultura política: retratos de la Amazonía ecuatoriana desde una perspectiva decolonial*¹. Este nació en el 2017, con el objetivo de trabajar junto con la comunidad indígena amazónica de Vencedores en el entendimiento y visibilización de su cosmovisión.

Durante tres años consecutivos, varios estudiantes de la Universidad Casa Grande realizaron proyectos de titulación en investigación sobre este tema, en la cual se abordaron aspectos de la comunidad como: el liderazgo y el turismo comunitario, la identidad, educación y la participación política. Para los estudios, se emprendieron visitas anuales a la comunidad kichwa de Vencedores en la provincia de Pastaza, para convivir y construir de manera conjunta el conocimiento en la investigación.

Este año, el escenario del proyecto es distinto, debido a la crisis sanitaria global por la COVID-19. Hasta el mes de agosto del 2020, Ecuador es uno de los 4 países latinoamericanos con mayor cantidad de contagiados (El Comercio, 2020). Esto llevó a que el gobierno declare estado de excepción, restricciones de movilidad y confinamiento obligatorio a la población.

Tanto el turismo a nivel nacional como el comunitario han sufrido las consecuencias de la pandemia mundial, ya que esta frenó sus ingresos y aumentó pérdidas de más de 500 millones de dólares, por la paralización de sus actividades (El Comercio, 2020). Esto afecta de manera directa a la comunidad de Vencedores, al ser el turismo su principal fuente de ingreso

¹ Este proyecto es liderado por las docentes investigadoras de la Universidad Casa Grande: Estefanía Luzuriaga e Ingrid Ríos.

económico; y, así mismo, a la investigación, ya que imposibilita que se realice un trabajo de campo presencial durante este año.

Sin embargo, este contexto de la crisis actual se inserta en los objetivos ya planteados para el proyecto en esta nueva edición. Las investigaciones anteriores resaltan el rol protagónico de las narrativas y prácticas de los habitantes de la comunidad con el turismo comunitario. Por lo que, a partir de estos aspectos, se llevó a determinar para este año la construcción participativa de una estrategia de *Fair Trade* para la comunidad.

Ante la situación mundial, esta iniciativa *Fair Trade* en una plataforma digital cobra aún más relevancia, ya que nace con un objetivo: la socialización de *Sacha Wasi* y *Wayuri*, centros turísticos de la comunidad Vencedores. En este sistema *Fair Trade*, también conocido como comercio justo, los productores y comerciantes trabajan en igualdad de condiciones como en la toma de decisiones (CEPAL, 2017).

El *Fair Trade*, aplicado al turismo comunitario, permite la integración del destino en la sociedad (Harris, 2003). Por lo que, con este modelo se busca trabajar con la comunidad para incorporar los centros turísticos en el ciberespacio. Es decir, la iniciativa proveerá ese puente entre la comunidad con el mundo digital para mostrar el lugar, como también su cultura, identidad y la comercialización de artesanías. De esta manera, se podrán fortalecer estos aspectos mencionados y, a su vez, será un medio para que la comunidad enfrente la crisis actual.

Es así como la presente investigación se centrará en la construcción de narrativas digitales para la iniciativa del comercio justo de *Sacha Wasi* y *Wayuri*, desde una perspectiva decolonial. Según Aya Angarita (2010), la construcción de las narrativas emerge de la interacción social para interpretar las distintas dimensiones de los relatos y permite “la

comprensión de los fenómenos de la vida humana” (p. 194). En este caso, por medio de la comprensión de la identidad individual y colectiva de la comunidad se realizarán narrativas digitales. Esta mediante la revisión y análisis de las entrevistas, talleres y grupos de discusión de los años anteriores que contienen la voz de los habitantes de la comunidad de Vencedores.

A través de este proceso se podrá plasmar la realidad y los aspectos identitarios de la comunidad en enunciados; tal como se fundamenta el periodismo, donde la realidad se interpreta y entiende para reconstruir la información para un público (Gomis, 1991). Por lo tanto, las construcciones narrativas se presentarán en textos periodísticos digitales, que permitirán a los usuarios conocer su cultura, costumbres, formas de vida, pero sobre todo a entender sus significados y sentidos.

Al igual que años anteriores, el estudio tiene una aproximación decolonial. Esta metodología invita a hacer una reflexión de que existen voces fuera del discurso dominante, especialmente para las comunidades indígenas. En otras palabras, es una forma de construir un discurso latinoamericano propio (Dussel, 2013). Esta perspectiva decolonial queda representada en el objetivo de este año que se construyó con los habitantes, a través de los sentidos que le dan al turismo.

En esta edición, además, se incluirá la Investigación Acción - Participativa (IAP). La IAP busca solucionar un problema de una comunidad, se trabaja en conjunto para ejecutar un plan de acción y resolverlo. Dentro de la metodología, tanto la elaboración de conocimiento académico como la práctica trabajan de la mano investigador-participante (Balcazar, 2003). Por lo que, durante la ejecución del estudio, se trabajará junto a la comunidad para su beneficio, a través de las entrevistas y talleres de los años anteriores, y la comunicación que se pueda tener con ellos de manera virtual.

Este texto académico estará dividido en tres capítulos. En el primero se encontrará el planteamiento y justificación del problema, con los antecedentes. En el segundo, estarán el marco conceptual, estado del arte y diseño metodológico. Para finalizar, en el tercer capítulo, se incluirá los resultados y conclusiones obtenidos del proceso de investigación.

Planteamiento del Problema

Al turismo comunitario lo caracteriza dos dimensiones: el desarrollo económico de una comunidad y la visibilización de sus prácticas culturales; es decir, es una forma de reivindicación social ante la cultura dominante (Pilquimán, 2016). Desde marzo de este año, con el inicio del estado de excepción por la crisis sanitaria de la COVID-19, el sector turístico no ha podido ejercer sus actividades con normalidad, teniendo como consecuencia la reducción de ingresos del 70% en este año (El Universo, 2020). Para el turismo comunitario, no solamente afecta a su sustento económico, sino también a su reivindicación.

Una de las respuestas de las empresas ecuatorianas, ante la crisis, ha sido la digitalización de ellas para ofrecer sus servicios (Martí-Noguera, 2020). Sin embargo, en algunos casos, los centros turísticos de las comunidades indígenas ya se promocionaban en plataformas digitales antes de la pandemia, por ejemplo, en: Pastaza Travel, Go Raymi y Akasha EcoSpa. A pesar de ello, estos espacios digitales no profundizan en sus culturas, ni en representaciones.

Por esta razón, a través de la construcción de narrativas digitales, se busca plantear estas representaciones en el ciberespacio para continuar con la reivindicación social del turismo comunitario. En el estudio se investigará a la comunidad en sí para conocer qué es lo que los identifica y caracteriza, para así plasmarlas en textos periodísticos para las plataformas. Para esto, los relatos de vida —recopilados en los proyectos de investigación anteriores— tienen un rol primordial dentro del estudio, ya que serán el insumo para construir estas representaciones en lo

digital. Así, su reconstrucción permitirá aterrizar y humanizar la información para los usuarios en la plataforma digital de la iniciativa.

Es así como surge la pregunta de investigación: ¿cómo construir narrativas de identidad de la comunidad Vencedores, desde una perspectiva decolonial, que se vean representadas en una plataforma digital? Por lo que este estudio describirá este proceso.

Justificación

Las construcciones narrativas sirven para plasmar una realidad, una de las varias que pueden existir (Sola-Morales, 2014). Al aplicar este postulado en el caso de las comunidades indígenas, este proceso permitirá reconstruir esa realidad, que durante años ha estado opacada y alterada por las ideas occidentales.

Este proceso mencionado proviene desde tiempos remotos. Así lo explica Alamany Bay (2013, pp. 86-87), “tomando como referencia la tradición renacentista del concepto de las utopías, se promovió una visión exótica e idealizada del indio, por tanto, un falseamiento de la situación real”. Su involucramiento no era sinónimo de reflejo a la realidad, pues, según la autora, los escritores no profundizaban en sus saberes ni cosmovisión; es decir, su narración era superficial.

Con el tiempo surgen narrativas neoindigenistas para reivindicar a las comunidades, este tipo de narración fusiona el mundo simbólico y mítico del indígena con la realidad. Sin embargo, como explica Teodosio Fernández (1992, pp. 164-165), los textos neoindigenistas llegan a su fin cuando se empieza a dar más importancia a la historia y no a las representaciones como tal.

De esta manera, la presente investigación tiene un enfoque social porque busca incrementar la representación indígena en un mundo digital occidental. Tal como menciona

Carvajal (2019), la red digital se utiliza como medio para crear y re-crear identidades de las comunidades. Así, su cultura e identidad será reforzada, tendrán un espacio en el cual puedan educar a los usuarios y a su vez, permita promover la venta de sus productos como también a su centro turístico.

Durante el proceso de búsqueda de investigaciones similares al presente proyecto, se puede señalar la falta de fuentes bibliográficas que hayan realizado una iniciativa *Fair Trade*, específicamente para las comunidades indígenas. Así mismo ocurre con el proceso de construcción de narrativas de identidad, a través de textos periodísticos y desde una perspectiva decolonial, por lo que se puede señalar la pertinencia de este estudio.

Antecedentes

En América Latina existen 522 comunidades indígenas que pasan por diferentes áreas geográficas como: Patagonia, Orinoquia, Andes, Llanura Costera del Pacífico, Caribe continental, Mesoamérica y Amazonía (UNICEF, 2014). Una parte de ellas se encuentra en Ecuador, donde se reconoce a los pueblos indígenas y sus derechos.

Sin embargo, este reconocimiento fue el resultado de reivindicaciones sociales indígenas que duraron años. En la década de los 80, surgió la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), que hasta la actualidad se mantiene. Gracias a su lucha social, durante el mandato de Rafael Correa, en el 2008, declaran al país como un Estado plurinacional e intercultural dentro de la Carta Magna (Aguirre, 2020).

Desde ese momento, el Ecuador reconoce a las quince nacionalidades indígenas con sus respectivas culturas. Estas se encuentran, en su mayoría, en las regiones andinas y amazónicas del país. En la provincia de Pastaza, ubicada en la Amazonía ecuatoriana, se encuentra el grupo

quechua hablante. Una parte de ellos están a las afueras del Puyo, capital de Pastaza, en una comunidad llamada Vencedores. De los estudios anteriores aseguran que en el sector viven cerca de 200 habitantes y su sustento económico proviene del turismo comunitario, por lo que cuenta con los centros turísticos *Sacha Wasi* y *Wayuri*.

En los dos lugares se incentiva el intercambio cultural entre nativos y visitantes, donde a su llegada, un líder los recibe con un mensaje de bienvenida en su idioma nativo. Con la ayuda de un guía turístico, este traduce sus palabras a la lengua que predomina entre el público. Posteriormente, los turistas presencian actividades como: una danza tradicional, un brindis con la chicha, y las niñas de la comunidad prosiguen a pintar con achiote las caras y manos del público.

El turismo comunitario es su mayor incentivo económico, pero dentro de esta actividad, también se ejercen otras para aumentar sus ingresos: la elaboración y venta de artesanías. Uno de los datos a rescatar, de los estudios pasados que mencionan los investigadores, es que las actividades, en su mayoría, son lideradas por mujeres.

Turismo Comunitario

En 1949, durante el Gobierno de Galo Plaza, en Ecuador, el primer mandatario propuso el turismo internacional como una fuente de desarrollo para el país. Dentro de su planteamiento surge la misión cultural indígena, liderada por Rosa Lema, quien se encargó de publicitar el país y a los tejedores de Otavalo a Estados Unidos (Prieto, 2008). Este es uno de los hitos que marca el inicio de un “nuevo turismo”, por la inclusión de poblaciones locales en espacios turísticos.

A finales del siglo XX, las comunidades indígenas tuvieron una mayor participación dentro del turismo, luego de desarrollar su propia propuesta: el turismo comunitario, que respetaba su cosmovisión y así mismo permitía su desarrollo económico. En el 2001, la actividad

se formalizó en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad, y al año siguiente en la Ley de Turismo. Su reconocimiento también dio paso a la creación de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), como representante de las organizaciones que ejercen la actividad. Con esta agrupación se logró trabajar junto al Ministerio de Turismo, para definir y regular todas las actividades que representan el turismo comunitario (Ruiz et al., 2008).

No existen cifras oficiales que precisen cuántas comunidades desarrollan el turismo comunitario. Sin embargo, en un estudio realizado por Fanny Roux (2013, p. 23), asegura que existen 158 operaciones, de las cuales “44 son consolidadas, 61 en proceso, 23 iniciando, 7 colapsando o estancadas, 23 son sin información”.

Fair Trade, o Comercio Justo

El movimiento de *Fair Trade* nació en 1964 cuando, a pedido de un grupo de productores, se firmó un compromiso internacional sobre “Comercio, no Ayuda” en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Durante décadas este sistema ha estado trabajando para aumentar la participación de todos los actores dentro del proceso de comercialización, para que exista una equidad al momento de tomar decisiones (CEPAL, 2017).

En Ecuador, el comercio justo llegó en 1970. Según el estudio realizado por la Comisión Económica de Latino América y el Caribe (2017), el Grupo Salinas, en esa época, comenzó a construir relaciones entre los productores agrícolas y artesanales bajo los principios del movimiento. Así mismo, el estudio asegura que existen 64 organizaciones privadas y públicas que adquirieron una certificación de comercio justo.

Revisión de Literatura

Marco Conceptual

Este estudio tiene como propósito construir narrativas para retratar a la comunidad Vencedores a través textos periodísticos digitales, desde una perspectiva decolonial. Para la ejecución del proyecto, es necesario comprender las bases teóricas de los ejes principales del presente trabajo. En esta sección se establecerán las distintas definiciones de los siguientes conceptos: perspectiva decolonial e investigación-acción participativa, turismo comunitario, *Fair Trade*, entre otros.

Perspectivas Decolonial e Investigación-Acción Participativa

Para entender la perspectiva decolonial, hay que regresar a la época colonial. Según Aníbal Quijano (1992), la conquista de los países latinoamericanos generó discriminaciones sociales, étnicas y antropológicas, que, con el paso del tiempo, se mantuvieron. Este proceso provocó que el colonialismo tuviera influencia en el ámbito cultural y político, basándose en la ideología de los dominadores europeos “occidentales”.

Grosfoguel y Mignolo (2008) mencionan que la invasión europea a finales del siglo XV provocó una tríada histórica, conformada por: la colonialidad, la modernidad y la descolonización. Por lo que el autor explica que:

La tríada se formó, por un lado, mediante la invasión europea en América y la trata de esclavos, en nombre de la salvación de almas y del progreso económico. Esto es, mediante una retórica positiva de salvación, mientras que para ello es necesaria la trata de esclavos, la explotación de los indígenas y la expropiación de sus tierras. Así, la retórica positiva de la modernidad justifica la lógica destructiva de la colonialidad. (...) la lógica

de la destructividad de la colonialidad engendra reacciones y respuestas que, por razones obvias, llamamos des-coloniales. (p.31)

Bajo esta explicación, Maldonado-Torres (2008) agrega que la descolonización tiene como objetivo que surja una conversación, donde se reconozca a la colonización como proceso influyente y que estableció las estructuras que conforman a la modernidad. Así mismo, dentro de este debate se pretende ver al proceso descolonial como el método para alcanzar un cambio radical ante las hegemonías que han surgido en las formas de poder, ser y conocer.

La perspectiva decolonial, además de romper la estructura colonial, “se refiere a los procesos mediante los cuales lo subalterno resiste las reglas y las jerarquías racializadas dentro de las cuales está confinado, desafiando la lógica de la colonialidad que los categoriza como inferiores o no bastante humanos” (Yehia, 2007, p. 97).

Walsh (2005) añade que aún existe un mundo moderno, parte de esto ocurre debido a que el conocimiento eurocentrista mantiene un rol primordial para que se mantenga su estructura. Por esto, para la autora, la decolonialidad es el proceso de visibilizar a instituciones y grupos que se diferencien dentro del mundo colonial. A este postulado, Elena Yehia, (2007) añade que:

Después de 500 años de silenciamiento y subalternización de sus Otros por parte del sistema moderno/colonial, vale la pena explorar el valor de estar en silencio al trabajar con grupos subalternos con el ánimo de decolonizar los conocimientos; un silencio que nos obligue a escuchar (p.107).

A partir de esta línea de priorizar la intervención de grupos sociales, también se rige la perspectiva de la Investigación - Acción Participativa (IAP). Fals Borda (1999) explica que la IAP nace de la idea de la relación ciencia-verdad, al reconocer que del campo científico se

obtienen conocimientos para tratar distintas causas sociales. Sin embargo, esta no solo es a través de la teoría, sino también otorga “poder a la gente para que pueda asumir acciones eficaces hacia el mejoramiento de sus condiciones de vida” (Park, 1990, p. 137).

Para Balcazar (2003), la IAP es definida como una vía para trabajar en temas sobre la injusticia social y que, además, busca una mayor participación de comunidades sociales para que sean ellos quienes identifiquen problemáticas que ocurren dentro de las mismas. Por lo tanto, a través de la IAP, se logra empoderar a las personas que pertenecen a la comunidad para que puedan tomar acciones y solucionar un problema. Es decir, una IAP fomenta a los participantes a ser agentes de cambio y no objetos de estudio (Balcazar, 2003).

Retomando a Fals Borda (1999), el autor asegura que este rol participativo de las personas dentro de la investigación es primordial, ya que son ellos quienes conocen más sus propias condiciones de vida. Por ende, son ellos quienes tienen que “defender sus intereses, que aquellas otras clases sociales que han monopolizado el saber, las técnicas y el poder mismo” (p.78).

Dentro de este proceso, Miguel Martínez (2009) agrega que el investigador y el participante trabajan en conjunto para plantear un problema, seleccionar técnicas y metodologías que serán utilizadas para el análisis e interpretación de resultados. Sin embargo, quienes toman las decisiones son los coinvestigadores, es decir los participantes. Los investigadores, en cambio, son los organizadores y facilitadores dentro del proceso para que los coinvestigadores puedan realizar las acciones que conlleva la investigación.

Por su parte, Melero Aguilar (2012, p. 344) establece que la IAP es “una alternativa metodológica innovadora y capaz de generar profundos cambios a nivel social”. En este sentido,

la investigación - acción participativa no busca alcanzar una objetividad, en realidad, el conocimiento se valida y depende de la intersubjetividad de los investigadores y sujetos investigados (Rizo y Romeu, 2008).

La IAP, durante su ejecución, cumple con características que lo diferencia de los demás métodos de investigación. Balcazar (2003) menciona una de ellas y es que esta no se mantiene el modelo tradicional de enseñanza. En esta metodología sus participantes no son pasivos, sino que más bien son ellos quienes toman decisiones e intervienen directamente en la recopilación de información y soluciones para el problema. La experiencia de la investigación – acción participativa permite a los participantes “aprender a aprender” (p. 62).

Así mismo, la IAP se basa en que “no solo trata de comprender problemáticas, sino de implementar respuestas prácticas para mejorar y modificar tal situación, y registrar y sistematizar toda la información posible que sobre el cambio se esté observando” (Colmenares y Piñero, 2008).

La aproximación metodológica decolonial y la investigación - acción participativa tienen un punto de encuentro entre sí: ambas buscan la participación de los grupos minoritarios. Luzuriaga et al. (2019, p. 176) explican que la investigación-acción participativa, “al igual que el paradigma decolonial, busca romper con las formas tradicionales de hacer investigación y construir una dinámica horizontal donde participan activamente todos los actores involucrados”.

Por lo tanto, las metodologías decolonial e IAP permitirán trabajar en conjunto con la comunidad *Sacha Wasi*. Con estas aproximaciones el rol de los habitantes será primordial para la producción de conocimiento de la investigación.

Turismo Comunitario

Del Campo et al. (2007) explican que el turismo comunitario nace como una alternativa a los modelos clásicos de desarrollo hegemónico. Este busca mantener una compatibilidad entre las actividades económicas y la conservación ambiental, así mismo que estas permitan condiciones adecuadas y equilibradas para un encuentro cultural entre los turistas y habitantes de una comunidad. Además, este tipo de actividad permite la participación de la comunidad local en la gestión turística, de forma que los beneficios e ingresos económicos repercuten para sí mismos (Casas et al., 2012).

Ruíz et al. (2008) establecen que el turismo comunitario complementa el funcionamiento económico de la comunidad. La autonomía para la gestión del turismo en una comunidad, para los autores, no significa que se aísla de los medios políticos, económicos y sociales, al contrario, su participación abre puertas a las comunidades al mundo exterior. Sin embargo, esto lo hace de manera comunitaria, es decir, enfatizando una presencia activa del colectivo.

En cuanto a la ejecución de un turismo comunitario para organizaciones indígenas, Foux (2013) menciona que una de las ventajas de la actividad económica, es que “les permite reconocerse a sí mismas y defender el patrimonio territorial heredado de sus mayores, hacer respetar sus derechos como dueños de sus territorios y por lo tanto libres de decidir y labrar el futuro de sus generaciones” (p. 6).

Según Pilquimán (2016), la actividad turística se ha posicionado como una reivindicación social. La autora menciona que el turismo comunitario posee una estrategia de supervivencia para la comunidad indígena, en donde convergen tres dimensiones: la resistencia, para proteger sus territorios; la revalorización de prácticas culturales, como una forma para amortiguar la

intervención de la cultura dominante; y la generación de oportunidades, para promover el desarrollo de las comunidades.

Dentro de este proceso de vinculación entre turistas y habitantes de la comunidad, existen otros actores para que el intercambio turístico sea posible. López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2009) establecen que existen tres componentes: en el primero se encuentran los encargados de la planificación turística (oficinas de turismo o gobierno local); el segundo bloque está conformado por las empresas que ofrecen servicios de alojamiento y restaurantes; y, finalmente, en el tercero están las empresas que apoyan a la actividad turística, es decir las empresas de transporte, tiendas de recuerdos.

El turismo comunitario es la actividad principal de la Comunidad Vencedores, su definición permite entender qué abarca este y cuál es la diferencia entre el turismo en general.

Fair Trade

Para Lekkakis (2014) el *Fair Trade*, también conocido como comercio justo, es tanto un movimiento organizado como un modelo de mercado. Este sistema se preocupa directamente por mejorar las desigualdades en las relaciones comerciales entre el Sur y el Norte globales. Por lo tanto, su causa se asocia, principalmente, al lema y práctica de “pago justo por un día justo” (p.2).

Torres et al., (1999) explican que este movimiento nace como respuesta a la injusta estructura del comercio, en donde los pequeños productores son explotados por grandes empresas, para que al final reciban una remuneración mínima por su trabajo. El *Fair Trade*, por lo tanto, es el proceso que establece relaciones de apoyo por parte de los comerciantes hacia los productores, esto con la finalidad de reducir la pobreza en la que se encuentran.

Renard (2003) agrega a esta definición que el ideal del *Fair Trade* se basa en la lucha en contra el poder dominante de las grandes empresas en el mercado nacional e internacional. Esto lo hace incrementando el consumo de productos del Sur y, a su vez, fortaleciendo a las organizaciones y participantes que trabajan para ejecutar el Fair Trade.

Siguiendo a García Chiang (2011), el autor establece los criterios básicos del modelo para su desarrollo. Entre ellos están: la construcción de una relación directa entre productores y consumidores; la colocación de un precio justo para que el productor tenga acceso a una vida digna; establecer contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo, en la búsqueda del bien común, la equidad y el cuidado del medio ambiente; y finalmente, evitar las posibles participaciones de intermediarios y especuladores que no cumplan con el ideal del comercio justo.

A esta intervención de mediadores también se refiere Ceccon Rocha y Ceccon (2010). Las autoras mencionan que los intermediarios obstaculizan la información de la procedencia de los productos, así como también “las condiciones de elaboración de los productos y absorbe gran parte de las ganancias de la comercialización de éstos, encareciendo, por lo tanto, el producto que se ofrece al consumidor final” (p. 96).

Retomando a Lekakakis (2014), el autor se refiere al uso de estrategias de comunicación digital en el comercio justo. Para él, desde la perspectiva de los consumidores y activistas del *Fair Trade*, los procesos de empleo de tecnologías digitales pueden resaltar la regeneración del poder que está obteniendo el movimiento para así captar y llamar la atención al público. Por ende, los medios digitales son la mediación para informar a los ciudadanos y así mismo, permite la participación de estos.

La iniciativa *Fair Trade* busca la integración de la comunidad *Sacha Wasi* al mundo digital para así lograr que los usuarios reconozcan sus productos y servicios. Por lo tanto, permitirá su desarrollo económico no solamente a nivel local, sino también nacional e incluso internacional.

Narrativas de identidad

Primero es necesario entender qué significa la realidad y cómo interviene en las narrativas para su representación. Gergen, citado por López-Silva (2013), explica que existe un plan dual conformado por una realidad externa-objetiva y que se contrasta con la existencia de una realidad mental, privada y subjetiva. Es decir, el individuo obtiene interpretaciones de las acciones, pero la realidad externa valida las representaciones mentales si se ajustan al mundo.

Ante este postulado, White (1994) define que la narrativa son marcos de interpretación de la realidad y, a través de ellos, los individuos logran verbalizar y socializar los acontecimientos de vida. A pesar de que los relatos forman parte de las acciones, estos son la herramienta para hacer visibles los hechos; pero no son producto de la vida en sí, sino que son construcciones que se han elaborado para su intercambio durante las relaciones sociales (Mink, 1970)

Por lo tanto, la historia narrada es un instrumento que ayuda a crear y recrear la idea de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir la identidad. Marinas (1995) explica que:

Por procedimientos de construcción de la identidad podemos entender los recursos simbólicos y discursivos en los que cada sujeto reflexiona el orden social. Los reflexiona en sí mismo, en orden a su autodefinición a través de los relatos sociales en los que participa desde su inicio biográfico. Lo que quiere decir que se apropia de ellos, y los transgrede, para nombrarse en cada nuevo escenario que transita. (p.177)

Para que las narrativas sean comprensibles y recopile la información necesaria que resuma correctamente a alguna cultura, Gergen (1996) menciona una serie de pasos: una concordancia entre los sucesos narrados, los hechos tienen un orden cronológico, el resultado final de la construcción narrativa debe brindar una explicación y los personajes de los relatos mantienen una identidad.

El uso de estos componentes, aplicado en la construcción narrativa de identidad, parece vital para crear un sentido organizado de la realidad. Sin embargo, Rosenwaid y Ochberg (1992), citado por Gergen (1996), se refieren al tema y establecen que los individuos, al momento de recontar sus historias, así no sigan los lineamientos establecidos para la narración, sí pueden moldear a la identidad, pero esta cuando al decir las personas se identifiquen con su relato.

Para Aya Angarita (2010), en las narrativas existen dos dimensiones: los textos y sus tramas, que se centran en el relato en sí y los significados que la persona provee a la misma; los contextos relacionales, que se basan en el espacio, tiempo y símbolo en el que adquieren sentido las narrativas. De esta manera, la identidad colectiva surge cuando las dos dimensiones “recogen relatos que hablan de los procesos identitarios (los cuales pueden incluir atributos, acciones y emociones, entre otros) y de la relación que éstos tienen en la interacción con el mundo” (p. 194).

Las construcciones de historias dependen de otras narraciones que dan sentido a la vida de las personas. Por lo tanto, las narrativas de identidad, a pesar de que se basan en representaciones de una realidad individual, también pueden representar a una colectiva.

Comunicación Digital Cultural

Antes de definir el concepto, es necesario comprender qué significa la comunicación y qué representa esta. Castells (2008, p. 50), en su artículo, define a la comunicación como “la piedra angular de la vida social y, por lo tanto, humana, puesto que la vida humana es social y este atributo es lo que caracteriza a nuestra especie de singular”.

Para Martínez B. (2006), la comunicación es la expresión máxima de la capacidad de interacción social, a través de ella se logra compartir y representar la identidad. Esta identidad es una colectiva, en donde se incluyen los mitos, rituales y tradiciones orales. Es decir, la identidad colectiva es un resumen de sus propias significaciones, que forman parte de una cultura. Es así como la comunicación se convierte en una condición para la conformación y construcción de identidades; pero no solamente permite construirlas, sino también compartirla y retroalimentarla con sujetos que forman parte de esa cultura.

Andrade Mendoza (2019) citando a Manuel Castells (1998), menciona que la comunicación ha tenido una evolución, que cada vez más es digital. A partir de ello, el internet es el núcleo para su ejecución, donde mejora la interacción existente de la comunicación y también para transmitir expresiones culturales. A esta definición Andrade (2019, p. 225) agrega que la comunicación digital “permite difundir y publicitar la riqueza de un pueblo, tanto cultural como natural”.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) forman parte de la comunicación digital, por lo que Sandoval (2007) explica que estas son las herramientas que permiten esta conexión entre la comunicación y la cultura. Las TICS “deben ser aprehendidas por todos los grupos que pretendan buscar su reconocimiento sociocultural y cosmogónico en la

sociedad multicultural, fomentando prácticas de respeto a la diversidad y convivencia en la diferencia, a través de la información” (p. 66).

A pesar de que, en la comunicación virtual, la cultura tiene una posibilidad de ser compartida, Hopenhayn (2003) argumenta que su uso también genera nuevos rasgos culturales. Es decir, los cambios en las prácticas comunicativas “modifican la sensibilidad de los sujetos, sus formas de comprensión del mundo, la relación con los otros, la percepción del espacio y el tiempo, y las categorías para aprehender el entorno” (p. 17).

La comunicación digital busca integrar a los grupos sociales y les da un espacio en este ámbito. De este postulado, la investigación toma como eje central para trabajar de la mano con la comunidad *Sacha Wasi* y construir sus identidades a través de los textos.

Textos periodísticos para plataforma digital

Existen distintas formas por las cuales los periodistas puedan publicar sus textos periodísticos, esas son a través de los géneros. Siguiendo a Edo (2003), en el libro *Periodismo informativo e interpretativo*, los define como:

Modelos concretos de creación lingüística que permiten presentar de forma adecuada y comprensible la información, la interpretación y la opinión, en cualquiera de las distintas variedades de medios de comunicación de masas, tanto escritos como audiovisuales o, en estos momentos, digitales. (p. 45)

Gomis (2008) clasifica los géneros periodísticos, y entre ellos se encuentran: la noticia, para comunicar sucesos; el reportaje, que sirve para entender a profundidad un tema; la crónica, para narrar impresiones de distintos actores y el desarrollo de los hechos; y, finalmente, el editorial, que se centra en transmitir la opinión de un medio de comunicación.

Ante los avances tecnológicos y nuevas formas de comunicación, López Hidalgo (2005) menciona que, dentro del mundo digital, no se debe ejercer los formatos para informar de los medios impresos, radiales y televisoras. En este sitio, más bien, hay que reestructurar los textos periodísticos para que vayan de acuerdo con las características que presenta la red, por ejemplo: la inmediatez.

Haber Guerra (2005) agrega que el periodismo se encuentra en el proceso de traslado al espacio digital. Este cambio genera que los comunicadores ya no presenten la información únicamente en textos periodísticos escritos o audiovisuales, sino que existe una convergencia de lenguajes. Retomando a López (2005), él menciona que esta convergencia genera nuevos géneros periodísticos, que se basan en formatos gráficos como: fotografías, dibujos, infografías y representaciones estadísticas.

Al definir el concepto, permite conocer las distintas características que pueden tener las construcciones narrativas en los relatos periodísticos para la iniciativa Fair Trade.

Estado del Arte

En la mayoría de los estudios encontrados, no se asemejan al eje central de la investigación: construcciones narrativas de textos periodísticos digitales para una iniciativa *Fair Trade*, bajo la metodología decolonial. Sin embargo, es necesario realizar un análisis de trabajos previos que han aportado para el desarrollo de la misma. Por lo tanto, se tomarán breves ejemplos de estudios sobre la decolonialidad, construcción narrativa de identidad, la representación indígena en el ciberespacio, entre otros.

En cuanto a la perspectiva decolonial, el estudio *La comunicación decolonial, perspectiva insurgente* tiene como enfoque la situación de esta ciencia que posee postulados modernos. En el

artículo, el autor hace un análisis a los elementos que surgieron para alcanzar la comunicación decolonial y que lograron distinguir las ideologías occidentales dentro del campo comunicacional. De su análisis, Torrico (2018) afirma que “el gran paso desde el terreno comunicacional tiene que consistir en resituar las coordenadas teóricas con las que el área fue conformada como objeto de conocimiento y que condicionan sus formas de hacer” (p. 80). El autor propone que, para descolonizar la comunicación, es necesario reconstruir sus bases a través de la integración de la subalternidad.

En el estudio de Mario Harvey Carvajal (2019): *Comunicación e identidad indígena en el ciberespacio. Dinámicas culturales, subjetivas y virtuales en el caso de una mujer Kamëntšá*, el autor realiza un estudio caso que tiene como objetivo identificar y describir la construcción de identidad digital y el comportamiento de una mujer indígena en una comunidad virtual. Para la investigación, él realizó entrevistas a la comunidad, observaciones y una etnografía virtual. A través de este estudio, el autor logra visualizar el impacto de la globalización digital y cómo ha ido transformando las culturas, incluyendo la de las comunidades indígenas. Por lo que el ciberespacio es un medio para no solo construir una identidad virtual personal, sino también una cultural.

En esta perspectiva, también está la investigación *Los indígenas en el Ciberespacio*. Sandoval (2013) explica la situación de las comunidades indígenas dentro de la red virtual, a través de un análisis de las experiencias que los indígenas han tenido en cuanto al uso de las Tecnologías de Comunicación e Información (TCIS). En el proceso encontró que existen organizaciones que incluyen a los grupos nativos para promover proyectos digitales de representación indígena y también comprobó la existencia de radiodifusoras online como medio para darse a conocer. Por lo que, es fundamental que las comunidades indígenas formen parte

del ciberespacio, para ganar reconocimiento y también presentar sus cosmogonías, culturas, costumbres; logrando así una interculturalidad dentro del ciberespacio (Sandoval, 2013).

Siguiendo la línea de comunicación digital, Andrade Mendoza (2019), en su investigación *Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador*, recopila datos para analizar la cultura y las actividades económicas del lugar. Es así como explica la importancia de la representación de la cultura indígena en el mundo digital. Dentro del estudio, la autora menciona que no solamente permite que las comunidades tengan un espacio para la construcción de identidades, sino también es un lugar para promocionar los centros turísticos que los grupos nativos tienen. Así mismo, agrega que:

El internet se transforma en un aliado del turismo y de la conservación patrimonial, faculta a los pueblos a difundir información sobre su cultura e identidad, mostrándose al mundo y posicionándose en las sociedades actuales. Esta herramienta ofrece romper con el aislamiento tradicional de comunidades, posibilitando su apertura al mundo, y permite una comunicación fluida con otros actores y otras realidades, elimina barreras de espacio y tiempo, identidad y nivel socio-económico (p. 216).

Finalmente, se encontró la investigación *Relato literario, relato periodístico: el caso Elián González* de María Inés Loyola y Miriam Villa (2000). El estudio tiene como objetivo describir las diferencias y similitudes respecto a la construcción discursiva de la historia narrada, sus personajes y escenarios dentro del relato periodístico. Entre los resultados, se obtuvo que uno de los relatos literarios que utilizan los medios para contar los sucesos son las crónicas. Sin embargo, para que un texto periodístico narre una realidad creíble, a través de relatos literarios, se utilizan fuentes autorizadas y fotografías que respalden lo que se está contando.

Los estudios presentados permiten contextualizar y entender la situación de las comunidades indígenas frente al uso de las TICS. Así mismo, son una guía que permite saber qué herramientas utilizar para el proceso de la construcción de narrativas digitales, qué elementos ayudarán a plasmar y reflejar de mejor manera los textos periodísticos para la plataforma digital.

Objetivos

Objetivo General

1. Desarrollar la construcción de narrativas digitales de la comunidad Vencedores, desde una perspectiva decolonial, para la iniciativa *Fair Trade* durante agosto a noviembre de 2020.

Objetivos Específicos

1. Identificar las características identitarias culturales y sociales de la comunidad Vencedores, mediante los discursos de sus habitantes que se recopilaban entre el 2017-2019.
2. Representar a la comunidad Vencedores a través de relatos periodísticos digitales para la iniciativa *Fair Trade* durante agosto a diciembre de 2020.
3. Proponer una estrategia de prensa digital para la iniciativa *Fair Trade* de la comunidad Vencedores durante agosto a diciembre de 2020.

Metodología

Planteamiento de Investigación

Este estudio tiene un enfoque cualitativo de tipo exploratorio y descriptivo, ya que pretende presentar en textos periodísticos las características, prácticas y costumbres de la comunidad. A través de la investigación cualitativa, tal como menciona Hernández Sampieri et

al. (2014, p. 364), se “busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados”.

Según Morales (2012), el alcance descriptivo consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes a través de la exposición de las actividades, objetos, procesos y personas. Además, el autor define a la investigación exploratoria como una forma para familiarizar al investigador con un objeto que es desconocido, por lo tanto, este alcance permite crear una base para una investigación descriptiva.

En cuanto a las metodologías que se utilizarán para el estudio son: la aproximación decolonial y la investigación-acción participativa (IAP). El primer método hace énfasis a la situación de las comunidades indígenas en el que han sido oprimidos por las bases occidentales de la investigación académica (Tuhiwai, 2016). A través de ella se pretende restaurar la cosmovisión indígena, para percibir la esencia de la comunidad Vencedores y la construcción de conocimiento desde su perspectiva.

Por otra parte, la metodología de IAP tiene como objetivo involucrar al sujeto de estudio para la producción de conocimiento. Balcazar (2003, p.67) explica que: “La IAP considera a los participantes como actores sociales, con voz propia, habilidad para decidir, reflexionar y capacidad para participar activamente en el proceso de investigación y cambio”. A través de esta metodología, surgen distintas concepciones, pero estas tienen una finalidad en común, que es el desarrollo de su comunidad (Melero Aguilar, 2012). Por lo que la IAP, dentro del presente estudio, busca integrar estas distintas concepciones para que la iniciativa tenga una fiel representación de la comunidad y lo que abarca de ella.

Es así como las narrativas, en esta investigación, permitirán recuperar y plasmar parte del pensamiento de la comunidad indígena y, a su vez, conocer la reflexión que los sujetos investigados obtuvieron de su construcción discursiva para definirse a sí mismos. Estas narrativas, además, darán paso a crear estos textos para la iniciativa.

Unidad de análisis y muestra

La unidad de análisis de este estudio fueron los discursos de los habitantes de la comunidad Vencedores, que se encontraban plasmados en el material recopilado en años anteriores. Es por eso que, para este año, resultó pertinente elegir a esta unidad de análisis para presentar esta recopilación de información en la iniciativa digital. En total, los archivos recopilados fueron: 28 entrevistas, 7 observaciones participantes, 3 diarios de campo, 3 talleres grupales, 1 photovoice, 8 reuniones con guías de tesis y videos.

Estos se sometieron a un análisis documental para identificar la cultura, pensamiento ancestral y costumbres para su representación en los textos digitales. A través de la revisión de la unidad de análisis, se escogió la muestra, ya que su contenido se ajustaba a los objetivos de la investigación. Es así como en la muestra incluye: 12 entrevistas, 2 talleres grupales, 1 observación participante, 3 diarios de campo y 21 videos. En este material participaron: mujeres, niños y hombres de la comunidad, que colaboraron de manera voluntaria en la recopilación de la información.

Tabla 1. *Codificación y distribución de la muestra*

Cantidad	Técnicas	Código
12	Entrevistas	E

1	Observación Participante	OP
3	Diario de campo	D
2	Talleres grupales	T
21	Videos	V

Tabla elaborada por la autora.

Técnicas

Para construir las narrativas digitales y plasmar la realidad de la comunidad Vencedores, la investigación se basó en las fases de la Investigación Acción-Participativa. En cada una de las etapas se emplearon distintas técnicas como: el análisis de datos y revisión bibliográfica. Sin embargo, antes de utilizar estas técnicas para la recolección de data, se informó a los participantes sobre la investigación.

De esta manera, se procedió a cumplir con los pasos propuestos por Pérez Serrano (1998) y Yuni y Burbano (2005):

Fases de la IAP	Técnicas para la investigación
Preparación o diagnóstica reflexiva	Transcribir entrevistas y talleres realizados de manera conjunta con la comunidad Vencedores. Revisión documental y análisis de datos de los relatos de habitantes de la comunidad y audiovisuales etnográficos de las investigaciones anteriores.
Construcción del plan de acción.	Planificación basada en el marco conceptual y en los discursos de los habitantes recopilados en años anteriores.

Puesta en práctica.	Desarrollo de las construcciones narrativas, en textos periodísticos, para la iniciativa <i>Fair Trade</i> de la Comunidad Vencedores.
Reflexión e interpretación de resultados.	Análisis de resultados junto con la teoría del marco conceptual.

Tabla elaborada por la autora.

Análisis de datos

Para agilizar el proceso de análisis durante la revisión bibliográfica, se establecieron categorías que permitieron clasificar la información de los archivos recopilados en años anteriores. En este apartado se definirán las secciones.

Tabla 2. *Definición de las categorías analíticas*

Categorías analíticas		Definición
Simbología cultural		Actividades y elementos que permiten la preservación de la identidad cultural, territorial y humana de la comunidad.
Prácticas de sostenibilidad		Actividades tangibles e intangibles que permiten la preservación del desarrollo económico de la comunidad como: turismo y la venta de artesanías.
Ser mujer		Significaciones de la fuerza femenina dentro de la comunidad.
Saberes ancestrales		Las creencias y espiritualidad reflejadas en rituales de la comunidad.
Costumbres	Mujeres	Momentos y prácticas del día a día de la comunidad.
	Hombres	
	Niños	

	Comunidad	
--	-----------	--

Tabla elaborada por la autora.

Codificación de los sujetos

Al realizarse un análisis documental, también se enlistó y codificó a los participantes para poder identificar sus aportes en los resultados.

Tabla 3. *Codificación de participantes*

Participantes	Códigos	Centros turísticos	Descripción
Mujer indígena	W3	Wayuri	Mujer de 50 años, madre de 10 hijos, habitante de la comunidad Vencedores e integrante del centro turístico Wayuri.
Hombre indígena	SW2	Sacha Wasi	Esposo de la líder del centro turístico Sacha Wasi.
Mujer indígena	W5	Wayuri	15 años, le gusta tejer y ayudar a su mamá en las tareas del hogar.
Mujer indígena	W9	Wayuri	42 años, casada, tiene 9 hijos..
Hombre indígena	W10	Wayuri	36 años, 14 años unido, sin hijos, presidente de la comunidad Wayuri.
Mujer indígena	SW5	Sacha Wasi	Líder de la comunidad Sacha Wasi, 58 años, abuela, chamán, casada.
Mujer indígena	W15	Wayuri	Mujer de 30 años, 14 unida, esposa del líder de Wayuri, sin hijos, habitante de la comunidad Vencedores.
Mujer indígena	W16	Wayuri	Niña de la comunidad Vencedores y forma parte del centro turístico Wayuri.
Mujer indígena	W18	Wayuri	Madre soltera de 25 años del centro turístico Wayuri, se dedica a las artesanías.
Mujer indígena	W22	Wayuri	22 años, madre soltera.
Mujer indígena	W23	Wayuri	Mujer Wayuri, cocina y colabora con los investigadores.

Tabla elaborada por la autora

Temporalidad

El proyecto se basará en la información de las investigaciones realizadas entre el 2017-2019 del semillero *Retratos de la Amazonía*. De tal manera que el estudio es transversal y longitudinal, debido a que se analizarán estos datos recopilados de diferentes intervalos, es decir en distintos momentos de la comunidad.

Además, el proyecto se divide en dos fases: la investigación y entendimiento del problema a estudiar, que será entre mayo a agosto del 2020. La segunda fase, de lo que resta del año, será el trabajo de investigación junto a la revisión bibliográfica del contenido pasado, para analizar y reconocer las categorías que permitirán construir las narrativas digitales para la iniciativa *Fair Trade*.

Resultados

La investigación se basa en las fases de la Investigación Acción-Participativa (IAP) que proponen los autores Yuni, Pérez y Burbano. Por esta razón, para el análisis de los resultados se los dividirá según las etapas establecidas para este tipo de investigación:

Preparación o diagnóstica reflexiva

En primera fase de la IAP se realizó una revisión de la muestra, para poder identificar las características que se adecúen a los objetivos propuestos para esta investigación. De esta manera, se establecieron categorías para clasificar el contenido que presentaban los archivos:

Simbología cultural

Esta categoría es pertinente al ser uno de los elementos centrales de la investigación, para identificar características culturales de la comunidad Vencedores. Se define por simbología cultural como actividades y elementos que permiten la preservación de la identidad cultural, territorial y humana de la comunidad.

Durante la revisión bibliográfica de los archivos del semillero de investigación, se pudo encontrar fragmentos que el kichwa, al ser el idioma de la comunidad indígena, cada vez más va perdiendo más interés. Esto ocurre especialmente en los niños, al ser ellos, quienes se dirigen a la escuela y tienen un encuentro con la cultura occidental, donde enseñan más castellano que su idioma. “Sí, pero eeh ahora en esta temporada este van a la escuela, aprenden castellano, y quieren olvidarse” (W9, E15).

Ante esta situación, quienes intervienen para impedir que el uso del kichwa desaparezca son las madres de la comunidad. Ellas son las que, en sus hogares, impulsan a sus niños a hablar en su idioma. “Nuestra cultura es kichwa. Nosotros aprendimos español castellano en la escuela, de ahí en la casa nuestras madres nos han enseñado solo el kichwa” (W9, T2). En este caso, los adultos mayores, son los que incentivan a sus familias a continuar instruyendo a los demás sobre su cultura, para que esta no se pierda.

...hablamos la mayoría en castellano y eso mi mamá no quiere...que cambiemos de cultura...nos dice que tenemos que enseñar a nuestros hijos en kichwa, yo hablo a mis hijos en nuestro idioma en la casa, pero van a la escuelita y aprenden castellano, nos dicen que tienen que saber dos idiomas. (W9, T2)

Prácticas de Sostenibilidad

Las prácticas de sostenibilidad se definen como toda actividad tangible e intangible que permite el desarrollo económico de la comunidad. En esta categoría hay un mayor énfasis en el turismo comunitario, ya que esta es la actividad primordial dentro de la comunidad Vencedores para su desarrollo económico.

El turismo comunitario se ejecuta en la comunidad Vencedores, en ella están dos centros turísticos: Sacha Wasi y Wayuri, en el que “no paga, nosotros no cobramos ni la entrada” (W3, E21). Durante las visitas a los centros turísticos, las familias de la comunidad demuestran su cultura, a través de distintas actividades: “Primeramente brindamos la chicha, luego les pintamos con achiote, luego la cerbatana, después la danza” (W9, E14). Aunque estas actividades representan parte de la comunidad kichwa, solo una de ella se mantiene en la vida cotidiana de los habitantes, que es: la chicha.

En la comunidad, tanto los turistas como las familias, es una tradición tomar la bebida. “Vamos a darles a tomar lo que es en toda comunidad indígena y a los invitados que vienen a visitarnos, siempre brindamos la chicha (...) y vamos a brindarles para que sientan energía” (V13). Esta bebida también la consumen los habitantes de la comunidad Vencedores, durante su diario vivir y en festividades: “Tomamos todos los días, la chicha es como tomar un fresco. Tomamos cuando ya va a amanecer, cuando estamos en la casa (...) es energía para trabajar, para conversar, para todo”. (V13)

En los centros turísticos, los niños tienen un rol importante, ya que son ellos quienes pintan la cara con achiote a los visitantes. En la comunidad, el achiote también tiene un valor cultural, al igual que los dibujos: “El achiote es natural, es energizante del mal viento y el mal aire de la selva. Aquí nosotros cogemos de la planta y nos pintamos y a nuestros amigos turistas” (V13). En esta actividad, los menores realizan dibujos que tienen distintos significados, así se evidencia en uno de los diarios de campo de años anteriores. “Me contó que mi dibujo en la cara significa “mujer valiente”, el de EI21 significa “guerrera” y el de EI5 significa “mujer artesana”” (D1).

Al finalizar el acto, se da paso a la danza tradicional, en la cual los niños y mujeres representan un momento: la guatusa cuando llega a los sembríos de yuca. “Nosotros movemos

los pelos porque la guatusa baila moviendo su pelaje de lado a lado y sonreímos porque la guatusa, al comer la yuca, sonrío, se pone feliz” (V15). Mientras las mujeres realizan el baile de la guatusa, los niños representan al tucán porque este “en el aire vuela y se cruza de lado a lado” (V15).

Para finalizar con las actividades en el centro turístico, el líder hace una demostración de cómo se utiliza la cerbatana, un utensilio que sirve para cazar: “Entonces hoy se va a hacer un record de eso a una lorita que tenemos al frente de la madera, la base es muy suave y se puede introducir. Simplemente deben soplar no absorber” (V7). Durante esta parte, en el centro turístico tiene un espacio dedicado para no solamente explicar el uso de la cerbatana, sino también para hacer una demostración de cómo funciona y los visitantes tienen la oportunidad de vivir más cerca la experiencia de la comunidad indígena, ya que también les permiten que la utilicen y prueben el aparato.

A pesar de que todas las actividades que se encuentran dentro de la experiencia y de forma gratuita, a través de la venta de artesanías obtienen ingresos. “Hay que sacan (de las artesanías) \$30-\$40, según depende de la suerte de la persona, más vende la Olga y la Karina, cuando vienen (los turistas). Otros \$6-\$3” (W3, E21). En este trabajo son las mujeres quienes elaboran y venden las artesanías, es decir que ellas también tienen un rol importante dentro del desarrollo de la comunidad.

Este análisis fue necesario para indagar e identificar las distintas experiencias que los habitantes de la comunidad brindan durante las visitas en los centros turísticos. Así mismo, los significados que las actividades representan y el valor cultural que estas poseen al realizarse. De esta manera, se pueda profundizar durante la escritura de los textos y así los usuarios pueden adentrarse más a la realidad de una comunidad indígena.

Ser mujer

En esta tercera categoría se abarca la perspectiva que las mujeres de Vencedores tienen sobre ellas y el papel que cumplen. Para las habitantes de la comunidad, ser mujer está vinculado con el rol de madre y esposa, es decir, su fuerza está presente mientras están al mando durante el cuidado de los suyos y del hogar. “Estar con los hijos, y más con familia, hogar de la casa, todos mantenemos y siempre estamos duras las mujeres” (SW5, E13).

Sin embargo, ellas no solamente se centran en las labores de la casa, sino también de la elaboración de las artesanías, pero que a pesar de ello requieren la ayuda de los hombres para completar su trabajo. “Para hacer collares, nuestros esposos nos dan consiguiendo las semillas del monte y asimismo las pinturas de la artesanía que nosotros pintamos también nos dan consiguiendo ellos, es difícil conseguir para una mujer” (W3, T2)

A pesar de ser ellas las encargadas de las actividades del hogar, ellas reconocen que todos en la comunidad son iguales, pero sí existen diferencias entre hombres y mujeres:

EI15: ¿Y el hombre usted siente que tiene como un cargo más elevado que la mujer como más alto, o usted siente que el hombre y la mujer son iguales?

W15: Son iguales, pero sí hay un poco de diferencia, por ejemplo, los hombres trabajan más que las mujeres, ellos cargan así más pesados y nosotros no podemos cargar así pesado como los hombres. (W15, E10)

Esta categoría permite reconocer cuáles son las reflexiones que las mujeres tienen acerca de este tema y así mismo. A su vez permite demostrar una percepción que, durante las actividades turísticas, no dan a conocer.

Costumbres

La categoría de costumbres se la define como momentos y prácticas del día a día de la comunidad. Esta sección contiene subcategorías para abarcar los distintos actores que conforman Vencedores, por tanto, esta se encuentra dividida en: niños, mujeres, hombres y comunidad. A través del análisis de cada uno, se puede mostrar en la iniciativa Fair Trade cómo es la vida fuera del turismo comunitario y así mismo los roles que cumplen durante las actividades en los centros turísticos.

Niños.

En cuanto a sus actividades en el día a día, los niños explican que, durante la época de clases, ellos se dirigen a sus escuelas que se encuentran en la ciudad de Puyo. Por lo que, sus actividades inician en la madrugada: “A las tres nos levantamos a tomar la guayusa” (W17, T3). Luego desayunan, salen para tomar el bus y dirigirse a las clases. Ir a la escuela también influye en las acciones que realizan al regresar a sus hogares, ya que “hacemos los deberes y entre nosotros nos ayudamos” (W5, V22). Al terminar con sus responsabilidades, tanto los niñas y niños, juegan en la comunidad y los juegos pueden ser: “las escondidas o las tocadas” (W1, V23).

En cambio, sus labores en los centros turísticos son: pintar las caras de los turistas con achiote y también de realizar el baile tradicional. Esta actividad la realizan por voluntad propia:

IG2: Hace dos años ya. ¿Y qué? ¿un día sus papás les dijeron: “van a venir personas y les vamos a pintar las caritas”?

N5: Sí

IG2: Y ustedes dijeron me gusta.

N5: Sí.

Mujeres y Hombres.

Las participantes revelan que cuidan las chacras, es decir, “es una huerta, donde que está sembrado la yuca” (W15, E9). Esta actividad forma parte de su rutina diaria ya que sus visitas a las chacras son durante la mañana. Sin embargo, antes de dirigirse al lugar deben cumplir con otras actividades: “nosotros nos levantamos a las 3h00 o 4h00, mi mamá sabe tomar guayusa, a las 5 o 6 ya estamos tomando desayuno y a las 7 al trabajo a la chacra” (W9, T2).

En la chacra no solamente siembran yuca, sino también otros alimentos: “Cultivamos yuca, papa china, plátano, hay papayas” (W9, E14). Las visitas a las huertas también significan realizar una limpieza y luego regresar para continuar con los quehaceres del hogar. “...limpio mis plantas que tengo sembrado, de ahí, al medio día vengo a hacer almuerzo y mis hijos, lavar la ropa” (W9, E14, 2020).

En el día a día, otra de las responsabilidades que tienen las mujeres es la elaboración de artesanías que estarán en venta en los centros turísticos. Por lo que, una parte de su día también se dedican a esta actividad: “En la tarde, desde las 6 hasta las 9, tenemos que hacer artesanía, hasta que nos de sueño” (W9, T2).

El rol de los hombres estaba vinculada al trabajo de fuerza, especialmente cuando se trata de trabajos para la comunidad. “Trabajamos los hombres, el palo cargar. Las mujeres se encargan de hacer el almuerzo, después de ayudar, hacen el almuerzo” (W10, E8). Aunque las tareas se dividen, cada uno puede aportar en las labores del otro. “Cuando ya descansamos, ya dejamos a los hombres que nos ayuden a preparar la cocina” (SW5, E8).

Para que se pueda cocinar en sus hogares, los hombres son los encargados de proveer el alimento. Una de las formas para obtenerlo, es a través de la pesca:

EI17. ¿Usted pesca?

W9. No, mi esposo.

EI17. ¿En dónde?

W9. Aquí nomás en el Río Pastaza. (W9, E4)

Por otro lado, los hombres también tienen momentos de esparcimiento. Todas las tardes los hombres de la comunidad Vencedores se reúnen para jugar fútbol. “Sí, a partir de las 5 de la tarde se empiezan a reunir (...) solo de aquí” (W5, E7).

Comunidad.

En la comunidad Vencedores, los habitantes se reúnen para trabajar por su tierra y el mantenimiento de la misma. Por esto, en esta subcategoría se presentan cuáles son las actividades y trabajos que los moradores, como comunidad, realizan para el mejoramiento de Vencedores.

Una de ellas son las mingas, en la cual los habitantes se reúnen para identificar qué trabajos son necesarios para la comunidad y ejecutarlos. Tanto niños, mujeres y hombres participan en ellas. Este trabajo puede tener distintas labores, pero todas siempre estarán enfocadas en un solo objetivo: el bienestar de la comunidad.

Mingas es toda la familia se reúne y hacemos un solo trabajo (...) Sí nos apoyamos en... pero ese apoyo es cuando se hace una construcción beneficiado para todos. Por ejemplo, esta casa hicimos toda la familia porque es beneficiado para todos (W10, E18).

Al realizar las mingas, generalmente, es el líder de la comunidad quien asigna los cargos que cada integrante debe cumplir. Sin embargo, en las actividades no se distinguen si son mujeres, hombres o niños, simplemente se verifica que la persona tenga la posibilidad de realizarlo, caso contrario, se recluta a más personas que ayuden en esa tarea. “Sí en el trabajo yo les distribuyo, si es que es trabajo liviano, hacemos todos, si es que es trabajo pesado, por ejemplo, es trabajo de la choza, lo hicimos entre hombres, niños, mujeres” (W10, E18).

Las mingas no solamente son el único momento en que la comunidad se reúne, sino también para elecciones. San Jacinto es la comuna donde se encuentra Vencedores junto a 36 comunidades más. Por lo tanto, existen representantes para los centros turísticos, las comunidades y por último uno de la comuna. La comunidad de Vencedores elige a su presidente, ya sea hombre o mujer. “Cada tres años cambian. Las personas escogemos para poner líderes (...) con el voto ganan” (W15, E9).

En cambio, cada año Vencedores, junto a los demás habitantes de las otras comunidades, van a elegir al presidente de su comuna. Los candidatos, sin embargo, los proponen las comunidades, así dieron a conocer al responder a la pregunta: ¿Y esta persona que eligen, ella se lanza? ¿Ella dice “yo quiero ser”?

SW5: No. Cada grupo tenemos que votar a una persona

SW6: Elegimos por comunidad. (SW5 y SW6, E8)

Al elegir al representante, si el trabajo fue de agrado para los habitantes, ellos tienen la posibilidad de reelegir a la persona. Si durante el mandato, no realizó correctamente el trabajo, ellos tienen la potestad de destituirlo. En esta situación, generalmente, ocurre cuando no existe una predisposición del dirigente a ayudar a las comunidades. “Se hace una reunión y entonces

toda la gente, moradores de la comunidad, lo botamos. En una asamblea, ahí nos decidimos” (SW5, E8).

Con este concepto de la categoría pretende mostrar las actividades de la comunidad, cómo se manejan para su desarrollo tanto cotidiano, económico, y de participación política y comunitaria. De esta manera se puede dar a conocer otra perspectiva de la comunidad en la iniciativa.

Saberes ancestrales

En esta categoría se identifican la espiritualidad y sus acciones basadas en ellas, que los habitantes de la comunidad Vencedores realizan en su día a día. En este apartado se encontraron posturas religiosas, rituales de limpieza y el uso de medicina natural. Aquí se pudo analizar que son las mujeres quienes cumplen un rol principal dentro de estos ámbitos y quienes han transmitido sus conocimientos a otras generaciones.

En cuanto a las posturas religiosas, en la comunidad existe una mezcla con el lado occidental, ya que existen habitantes que se consideran católicos y que cumplen con los sacramentos de la religión como: el bautismo, la confirmación, ir a la misa. “El padre baja, va hace misa una vez al mes. Hacen los bautizos, los sacramentos, así...” (W9, E14)

A pesar de que en la comunidad son practicantes del catolicismo, también ejercen actividades ancestrales que marcan la identidad de su cultura. Una de las actividades es el chamanismo, en el que se tiene contacto con la vida del más allá para poder obtener conocimientos de los antepasados y, así mismo, ponerlos en práctica: “el poder, o sea más de los antepasados, los abuelitos ellos me daban su música, su ritmo, todo eso.” (SW5, E8). Como chamán, una de sus funciones es estar al servicio de las personas, estas para curar malestares ya sean físicas o

emocionales. Esto quedó claro en las limpias que los chamanes ejercen a los habitantes o visitantes: “La limpia por mala energía. De todo. Los limpiamos de la mala energía, su sabiduría está mal, para que se vaya con la nueva vida” (SW5, E8).

Los chamanes también utilizan la medicina ancestral para curar problemas físicos de alguna persona. En esta rama de la medicina, tanto los chamanes como los habitantes de la comunidad., pueden realizar sus propios productos para consumo personal. La medicina se la elabora con plantas del lugar, “sí aquí mismo hay plantas, por ejemplo: para la fiebre, la verbena. La verbena la machacamos, le exprimimos dos gotas de limón, le damos de tomar” (W9, E14).

Construcción del Plan de Acción

En esta investigación, el objetivo principal es construir narrativas digitales para la iniciativa Fair Trade de la Comunidad Vencedores. Al tener identificado las categorías de la comunidad, se procede a la segunda fase de la Investigación Acción-Participativa (IAP): describir el proceso para crear los productos periodísticos y la estrategia para difundir el proyecto.

Textos Periodísticos Digitales

Para establecer el proceso, es necesario definir las etapas que se deben cumplir dentro del periodismo narrativo para crear los textos. Por lo tanto, para su creación, se basó en las fases que propone Leila Guerreiro (2017):

La Preparación y el Reporteo.

Según Guerreriro (2017), en esta primera etapa, incluye la revisión documental para definir un posible enfoque sobre un tema en específico. Este apartado, aplicado en el proceso de

la presente investigación, se realizó durante la transcripción y revisión de los archivos de información recopilados en años anteriores del semillero de investigación. Durante la revisión, se pudo observar los distintos temas que los investigadores tocaron durante su trabajo de campo. A través de esto, se pudo establecer las categorías que permitirían clasificar y ordenar toda la información.

Luego se da paso al reporte, que significa acudir al lugar sobre el cual se va a escribir. Esto, con la finalidad de poder capturar no solamente la información de la fuente, sino también para tener un contacto cercano con él y su contexto. El reporte, en este caso, no se pudo cumplir en su totalidad. Durante los meses de trabajo de esta investigación, aún no estaban permitidas las libres movilizaciones en el país por la pandemia de la Covid-19. A pesar de que con el tiempo estas se fueron reduciendo, por temas de seguridad y de salud -hasta la culminación del estudio-, no se pudo viajar a la comunidad Vencedores. Sin embargo, la fase del reporte permitió reconocer cuáles eran los hechos noticiosos, informativos y los enfoques en el que se podía basar los textos periodísticos.

La Selección del Material y Escritura.

Para Guerreiro (2017), esta fase significa revisar y escoger la información que se adecúe a los enfoques que se quiere dar a conocer en los textos. Por lo tanto, al tener ya categorizada el contenido de los archivos, se escogió la información que serviría para plasmar en los textos periodísticos, según la categoría en la que se encontraba. Así mismo, se pudo identificar el género periodístico en que la información encajaba.

De esta manera, según Guerreiro, el redactor empieza a ordenar la información y armar estructuras de cómo desea plasmar la data en el texto. En esta investigación significó iniciar el proceso de escritura.

Estrategia de Prensa

En cuanto a la propuesta de estrategia de prensa, la creación de esta se basó en la autora Tanit de Pouplana (2019). Ella propone etapas para ganar mayor visibilidad en los medios, las cuales son: crear base de datos, contactar, enviar notas de prensa y publicar contenido interesante.

Según Pouplana (2019), en la fase de creación de base de datos, es necesario identificar cuáles son los medios de interés y clasificarlos en: impreso, digital, radio y televisión. Al tener definido esta primera parte del proceso, se procede a recopilar los datos del medio, si es posible del redactor o periodista de la sección de interés en el que se desea publicar la información. De esta manera, el relacionista público puede darse a conocer ante el medio, presentarse y contar sus propuestas información sobre la empresa. En la investigación, este paso se consideró las secciones que abarcan las temáticas relacionadas a la iniciativa Fair Trade.

Para dar a conocer lo que una empresa u organización está haciendo y que esta sea publicada en un medio, otra de las herramientas es el boletín de prensa. Sin embargo, para que esta capte la atención de los periodistas, es necesario que el texto sea de índole informativo. Por lo que, para la elaboración de esta, hay que pensar en un enfoque noticioso y actual, no simplemente describir a la empresa u organización (Pouplana, 2019). Esta sección, en la investigación, significó identificar las distintas aristas de la información que se podría enviar.

Finalmente, la autora recomienda publicar contenido interesante. Esta es una de las acciones para promover lo que persona, organización o empresa está realizando. Por esta razón, la autora propone utilizar distintos medios para no solo depender de los boletines de prensa, sino también crear contenido de calidad en el cual sea otro medio para captar la atención de los medios. En el caso de la investigación, esta será por medio del uso de las redes sociales para la iniciativa, donde se publicará datos y textos informativos de la comunidad.

Puesta en Práctica

Al seguir cada uno de los pasos establecidos en el plan de acción, como resultado se obtuvieron los productos propuestos en los objetivos de la investigación. En este apartado se presentarán los textos periodísticos, y la explicación de cómo fueron las construcciones de estas.

Al organizar la data de los archivos recopilados y la creación de categorías analíticas, se procedió a definir los géneros periodísticos para los textos y cómo se distribuiría el contenido de las narrativas. Posteriormente se pasó a la etapa final establecida por Leila Guerreiro (2017): la escritura. Cada texto periodístico tenía un titular que reflejaba el tema a tratar en el escrito, esta, a su vez, fue una guía para mantener un orden y agregar la información que esté relacionada con el enfoque escogido para el texto.

Siguiendo con el pensamiento de Sandoval (2013), en el que es importante que una comunidad indígena forme parte del ciberespacio como una vía para fomentar la interculturalidad, los textos periodísticos se centraron en presentar las cosmogonía, cultura y costumbre de Vencedores.

Para la categoría simbología cultural, el enfoque que se le dio al texto fue sobre el idioma kichwa y cómo se va perdiendo por el uso del castellano. Esta representa una parte de la vida

cotidiana de la comunidad, y así mismo, una realidad que está viviendo su cultura. Para esto, se tomó información de distintas entrevistas de la muestra.

En cuanto a las prácticas de sostenibilidad, se obtuvieron cuatro textos periodísticos de los cuales se habló sobre: el turismo comunitario de la comunidad Vencedores; cómo nació el centro turístico Sacha Wasi, donde se escogió el testimonio para conocer desde su perspectiva cómo surgió la idea; y, notas de cada actividad que ellos ofrecen, con su explicación sobre el valor cultural que poseen.

Por otra parte, en la categoría de costumbres la idea era plasmar el rol de cada actor de la comunidad en su día a día. Por esta razón, en el caso de las mujeres, uno de los textos se basó en un testimonio, para contar de qué actividades es responsable durante un día normal. En cambio, el segundo texto para esta subcategoría se realizó una noticia, que incluyeron varias fuentes para que aportaran sobre la actividad que realizan durante sus visitas a las chacras. En cuanto a la subcategoría de comunidad, se plasmó en notas periodísticas sobre las mingas y cómo es el sistema político de Vencedores.

En el caso de los niños, simplemente se plasmó cuál es su rutina durante un día, pero esta se construyó basándose en las distintas respuestas que los niños dieron en las entrevistas.

Finalmente, en el caso de los hombres, al no haber información sustanciosa para crear un texto de un género periodístico, se optó por escribir un dato curioso sobre una de las actividades que ellos se encargan. Así mismo ocurrió con la categoría ser mujer, sin embargo, en este caso se escogieron frases de las entrevistas que reflejaran la temática, esto para dar a conocer directamente la perspectiva que ellas tienen sobre el tema. Estas, en cambio, serán colocadas como imágenes, para generar mayor protagonismo.

Para la última categoría, se realizó una noticia sobre los chamanes. Esta se realizó con la finalidad de informar sobre qué se trata esta actividad y cómo funciona. Cada uno de los textos serán publicados junto a imágenes y videos, los textos serán presentados en Instagram y Facebook, donde se los colocará como pie de foto.

A continuación, se presentarán algunos de los textos periodísticos, realizados para la iniciativa Fair Trade:

Tabla 4. *Textos periodísticos para la iniciativa*

Categoría	Texto
<p style="text-align: center;">Simbología cultural</p>	<p>El idioma que se mantiene por la cultura</p> <p>A pesar de que los habitantes de la comunidad Vencedores han mantenido su cultura kichwa y costumbres, hay una parte de ellos que está desapareciendo. Ese es el caso de su idioma. Según Juliana, una de las habitantes, el kichwa es la primera lengua que se enseña en sus hogares. “Nosotros aprendimos español - castellano en la escuela, de ahí en la casa nuestras madres nos han enseñado solo el kichwa”, cuenta.</p> <p>A pesar de eso, los habitantes hablan en castellano, especialmente los niños de la comunidad. “Ahora en esta temporada, van a la escuela, aprenden castellano, y quieren olvidarse”, comenta y agrega que por esta razón su cultura está cambiando.</p> <p>Ante esta situación, las madres optaron por una vía para mantener su idioma: seguir hablando kichwa con sus hijos mientras se encuentren en la comunidad. “Entonces nosotros enseñamos a ellos en la casita”, agregó Juliana.</p>
<p style="text-align: center;">Prácticas de sostenibilidad</p>	<p>Sacha Wasi: de un sueño a la realidad</p> <p>Hace 8 años, Marlene y su esposo decidieron abrir las puertas de su comunidad Vencedores</p>

	<p>a los ecuatorianos y extranjeros. Con el objetivo de dar a conocer y mantener su cultura, la pareja optó por mostrar una parte de ella a través del centro turístico Sacha Wasi.</p> <p>La idea de crear Sacha Wasi ocurrió a través de un sueño, según cuenta la líder del centro. “Ahí ya yo veía así mucha gente y me tenían junto a mí, como amigos, como hermanos, como hijos de esta ciudad...”, revela Marlene.</p> <p>Desde ese momento, ella junto a su hijo Roberto conversaron para cumplir el sueño. A pesar de que acudieron a los demás integrantes de la comunidad Vencedores, se rehusaron. Sin embargo, Marlene continuó con el proyecto.</p> <p>Es así como construyó la primera cabaña de Sacha Wasi para el intercambio cultural, donde hasta la actualidad, los turistas presencian la danza tradicional, degustan la chicha y pueden comprar artesanías realizadas por las mujeres de la comunidad.</p>
<p>Costumbres</p>	<p>Comunidad</p> <p>¿Cómo eligen a los presidentes de la comunidad?</p> <p>Ser presidente de la comunidad Vencedores, no significa que lidere los centros turísticos Sacha Wasi y Wayuri. Cada uno tiene que velar por el desarrollo del lugar turístico. En cambio, el presidente de la comunidad busca el bienestar de todos los que forman parte de ella.</p> <p>Cada febrero, los habitantes de la comunidad eligen al presidente, primer y segundo vocal, secretario, tesorero y capitán. Carlota, moradora, explica que ellos proponen candidatos. “Yo digo bueno yo elijo a ella porque ella sí tiene algo de capacidades”, comenta.</p> <p>Al tener a los candidatos, proceden a elegir y, quien tenga más votos, obtiene el cargo. Los</p>

		demás puestos se asignan según la cantidad de votos restantes. Todos deben votar, caso contrario, obtienen una multa de cinco dólares. Olga explica que los únicos que no tienen permitido elegir son los niños menores a 17 años.
--	--	---

Tabla elaborada por la autora.

Estrategia de prensa

Al tener los productos periodísticos, se realizó la propuesta de estrategia de prensa. Esto para que, cuando empiece a funcionar la iniciativa Fair Trade, tengan una vía para difundir el proyecto y dar a conocer lo que se está haciendo.

Siguiendo los pasos establecidos por De Pouplana (2019), el primer paso fue identificar en qué sección encajaba el proyecto. Como este trata un tema de cultura y costumbres de una comunidad indígena, se relacionó con la sección y tipo de programas de cultura, actualidad e informativos radiales. Al definirlo, se realizó un mapeo de medios que tuvieran estas secciones, ya sean impreso, digital, radio y televisión. Como resultado, se obtuvieron 11 medios, con el nombre del periodista encargado de la sección, correo y número de teléfono. Estos forman parte de la base de datos, para que, al momento de ejecutar la estrategia, puedan contactarse al medio y enviar los boletines de prensa.

Tabla 5. *Secciones de medios*

	Medio	Sección/Programa
Prensa Escrita	El Universo	Vida y Estilo
	Expreso	Gran Guayaquil
	El Comercio	Actualidad
	Revista Vistazo	Cultura

Radio	Forever	Informativo radial
	Radio I99	Me Time
	Élite	Cabina
Televisión	Ecuavisa	Noticiero Televistazo
Medios digitales	Expreso	Redacción digital
	Ecuavisa	Redacción digital

Tabla elaborada por la autora

Al tener escogidos los medios, se procedió a elaborar los boletines de prensa, estos no solamente se basaron en la idea principal sobre la iniciativa Fair Trade, sino también se brindó información sobre la comunidad Vencedores. A continuación, se presenta uno de los boletines de prensa elaborados para enviar al momento de ejecutar la estrategia de prensa:

Shunku: una iniciativa de estudiantes de la UCG para la comunidad indígena Vencedores

Desde abril hasta noviembre del 2020, seis estudiantes de la Universidad Casa Grande (UCG) trabajaron en una iniciativa digital de comercio justo para Vencedores. Esta es una comunidad indígena kichwa que se encuentra ubicada en Puyo, Pastaza y que durante varios años se ha dedicado al turismo comunitario, para dar a conocer parte de su cultura a los ecuatorianos y extranjeros.

Para la creación del proyecto, los estudiantes investigaron a la comunidad. Cada uno de los alumnos se encargó de un área específica del proceso: la estrategia de comunicación, la elaboración del *branding*, construir textos periodísticos y la estrategia para la red social Instagram.

Es así como nace Shunku -que en español significa ‘corazón’-, para promocionar los centros turísticos Sacha Wasi y Wayuri de la comunidad Vencedores. En Shunku, los usuarios obtienen información sobre la cultura, costumbres y significados que identifican a sus habitantes, también pueden adquirir artesanías vía online y, así mismo, conocer las historias de la comunidad.

Este proyecto formó parte del trabajo de titulación de los estudiantes y del semillero de investigación Retratos de Amazonía. Durante tres años consecutivos, varios alumnos realizaron estudios sobre la comunidad para conocer perspectivas, la identidad individual y colectiva de los habitantes de Vencedores.

Además de crear los boletines de prensa, la iniciativa Fair Trade también publicará los textos periodísticos en redes sociales y material audiovisual de la comunidad. Para esto, también se realizó un calendario para establecer el orden en el cual el contenido será publicado. Las publicaciones serán durante cinco semanas y en cada una de ellas habrán 3-4 publicaciones en tres días de la semana.

Tabla 6. *Calendario para publicación de contenido*

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6
<p>Día 1: Noticia sobre comunidad Vencedores</p> <p>Día 2: Testimonio de la líder de Sacha Wasi tradicional.</p> <p>Día 3: Frase sobre cerbatana.</p>	<p>Día 1: Nota sobre chamanes.</p> <p>Día 2: Dato sobre la danza</p> <p>Día 3: Frase sobre wayusa.</p>	<p>Día 1: Nota sobre las artesanías.</p> <p>Día 2: Testimonio mujer fuera del turismo comunitario.</p> <p>Día 3: frase sobre artesanías.</p>	<p>Día 1: Noticia sobre las chacras</p> <p>Día 2: Nota sobre la chicha</p> <p>Día 3: Frases sobre qué es ser mujer.</p>	<p>Día 1: Noticia sobre el kichwa.</p> <p>Día 2: Noticia sobre participación política.</p> <p>Día 3: Dato sobre las carachamas.</p>	<p>Día 1: Nota sobre las mingas.</p> <p>Día 2: Dato sobre creencias.</p>

Tabla elaborada por la autora.

Discusión de los resultados

A partir de la Investigación Acción-Participativa (IAP) se pudo sistematizar el proceso para la construcción de narrativas de identidad de la comunidad Vencedores. Este se basó en la teoría de la IAP de Colmenares y Piñero (2008), donde no solamente se identificó y comprendió la problemática, sino que se implementó una respuesta ante ella, que fue la iniciativa digital para la comunidad indígena. Esta investigación tuvo como objetivo describir cómo fue ese proceso de construcción de narrativas para las plataformas digitales, por lo que en este apartado se analizará este proceso de creación, basándose en el marco teórico del estudio.

Como primer objetivo, para poder crear las narrativas, se tuvo que identificar las costumbres, perspectivas y cultura de la comunidad Vencedores; esto se realizó a través de un análisis documental de los archivos recopilados en el semillero de investigación. La identidad colectiva, por lo tanto, se reconoció al tener datos que se repetían en los distintos discursos de los habitantes. Tal como explicaba Aya Angarita (2010) que el relato y los procesos identitarios se relacionan durante la interacción social.

Antes de redactar los textos periodísticos, fue necesario identificar qué géneros podían aplicarse al contenido escogido del análisis documental. Loyola y Villa (2000) explican que la crónica es el género que los medios utilizan para contar historias, ya que este requiere una mayor inmersión en el lugar de los hechos para describirlos en el texto. Dado que esta investigación no tuvo trabajo de campo —tras la pandemia—, no se siguió las recomendaciones de las autoras. En cambio, los géneros seleccionados para los textos de la iniciativa tenían otro objetivo: contar los hechos, y estas fueron la noticia y los testimonios.

Es así como se pudo pasar al segundo objetivo de este estudio: la elaboración de las narrativas periodísticas. En la investigación de Loyola y Villa (2000) resaltan el uso de fuentes autorizadas y, en este caso, fueron los habitantes de la comunidad. Ellos son quienes viven y conocen profundamente su cultura; lo que les da la potestad de conversar sobre su comunidad y los distintos temas que forman parte de ella. Así mismo, los textos periodísticos estaban acompañados de fotografías y videos, tal como lo recomiendan las autoras. Estas fueron las evidencias que respaldaron los escritos.

La construcción de las narrativas, para los textos periodísticos, también se tuvieron que ajustar al mundo digital. El periodismo, dentro del ciberespacio, requiere que la información sea de consumo inmediato, así como lo explica López Hidalgo (2005). Por lo que los escritos no

tuvieron una extensión mayor a cuatro párrafos. Además, el contenido seleccionado de los archivos no solamente se presentó en textos periodísticos, sino que también se redactaron datos informativos, o pequeñas descripciones sobre un tema en específico de la comunidad.

Finalmente, como último objetivo, se realizó la estrategia de prensa como una vía para difundir el proyecto, y decolonizar la comunicación tradicional y digital. Torrico (2018) propone que, para descolonizar esta área, es necesario reconstruir sus bases, pero integrando la subalternidad. Siguiendo este apartado, la estrategia de prensa integra a la comunidad indígena en una de sus etapas: los boletines de prensa. Al ser estos los que se publican en los medios, se elaboraron para brindar información sobre la iniciativa, como también datos de la comunidad, sus perspectivas y su vinculación directa con el proyecto Fair Trade. Así, los medios de comunicación pueden publicar y comunicar datos de la comunidad indígena.

Cumpliendo con los objetivos de la investigación, la perspectiva decolonial estuvo presente en cada una de estas etapas. A través de los discursos y testimonios de los habitantes de la comunidad dieron paso a crear las narrativas, como también la estrategia de prensa. Ellos fueron la guía y proveyeron la información para el fin de este estudio.

Aunque se obtuvo los productos finales, este estudio tuvo limitaciones, al no tener la posibilidad de viajar a la comunidad, poder conectarse directamente con los habitantes y, así mismo, con el entorno en el que ellos se desenvuelven. A pesar de que el análisis sí fue una vía para comprender su contexto e identificar las características de identidad para los textos, igualmente no cubrió todas las necesidades, ya que surgían más preguntas.

Esta investigación es un paso para continuar con la decolonialidad, especialmente dentro de la comunicación y en el mundo digital. Sin embargo, para poder plasmar de mejor manera, sí

es necesario ir a la comunidad Vencedores. De esta manera, se podrá hacer uso de otros géneros periodísticos que permitan describir y profundizar más sobre una comunidad indígena.

Conclusiones y recomendaciones

- Con relación al concepto de decolonialidad, este tuvo una participación dentro de la construcción de narrativas. A través de los testimonios de los habitantes de la comunidad Vencedores, se pudo comprender y a la vez plasmar las representaciones de identidad y realidad en los textos periodísticos.
- Tal como el objetivo del periodismo, esta investigación busca visibilizar una realidad que es poco desconocida en el mundo occidental. Así mismo, al momento de publicar este trabajo en la iniciativa digital Fair Trade permitirá humanizar la marca, pero sobre todo dar a conocer las caras, voces de quienes integran la comunidad Vencedores.
- Esta investigación permitió reconocer las identidades y percepciones de una manera poco habitual de lo que generalmente significa hacer investigación cualitativa, es decir de tener el contacto humano. Por lo que demuestra que las investigaciones se pueden adaptar al contexto en el que se está viviendo e igualmente se podrán encontrar formas de hacer investigación.
- La Investigación Acción-Participativa es una investigación que busca que los grupos minoritarios tengan la potestad de solucionar problemas de su propia comunidad. En esta ocasión, no se tuvo la oportunidad de tener el contacto cercano con los habitantes de Vencedores. Aunque, a través del material recopilado, se pudo tener esa cercanía, no fue en su totalidad. Por lo que se recomienda que, para las próximas ediciones, utilizar esta investigación cuando sí se puedan realizar las visitas, para que pueda haber una mayor integración de la comunidad en la toma de decisiones.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, C. (2020). Los movimientos indígenas de América Latina. *Revista de Historia de América*, 101-102.
- Alamany Bay, C. (2013). Las narrativas sobre el indígena en América Latina. Fases, entrecruzamientos, derivaciones. *Acta Literaria*, 47, 85-99.
doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-68482013000200006>
- Andrade Mendoza, K. (2019). Comunicación digital en el desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. *Universitas*, 30, 211-227. doi:<http://doi.org/10.17163/uni.n30.2019.10>
- Aya Angarita, S. L. (2010). Reflexiones acerca de los procesos incluidos en la construcción narrativa. ¿Cómo emergen los relatos?. *Revista Diversitas*, 6(1), 185-194.
- Balcazar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos de humanidades*, 7/8, 59-70.
- Carvajal, M. H. (2019). *Comunicación e identidad indígena en el ciberespacio. Dinámicas culturales, subjetivas y virtuales en el caso de una mujer Kamëntšá* [Tesis Masterado].
<http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/15967/1/CarvajalMart%c3%adnezMarihHarvey2019.pdf>
- Casas, A., Domingo, A., & Pastor, V. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de Turismo*, 30, 91-108.
- Castells, M. (2008). Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones. *Telos*, 77, 50-52

Ceccon, B., & Ceccon, E. (2010). La red de Comercio Justo y sus principales actores.

Investigaciones Geográficas, 71, 88-101.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-

46112010000100008

CEPAL. (2017). *El aporte del comercio justo para el desarrollo sostenible*. (M. Coscione, & N.

Mulder, Edits.) CEPAL.

Colmenares E., A. M., & Piñero M., M. L. (2008, mayo). LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN. Una

herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades

y prácticas socio-educativas. *Laurus*, 14(27).

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111892006>

De Pouplana, T. (2019, 9 julio). *¿Cómo salir en prensa? Claves para una buena estrategia de*

PR. Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/como-salir-en-prensa-claves->

[para-una-buena-estrategia-de-p](https://www.cyberclick.es/numerical-blog/como-salir-en-prensa-claves-para-una-buena-estrategia-de-p)

Dussel, E. (2013). *Ética de la liberación en la edad de la globalización y de la exclusión*. Trotta.

Edo, C. (2003). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las*

fuentes y los géneros. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Fals Borda, O. (1999). Orígenes universales y retos actuales de la IAP. *Análisis Político*, 38, 73-

90.

Fernández, T. (1992). Sobre última narrativa hispanoamericana: Una aproximación provisional.

En V. Polo García, *Hispanoamerica: La Sangre Del Espíritu* (pp. 163-168). Universidad

de Murcia.

- Foux, F. (2013). *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).
- García Chiang, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*, 7(1), 105-140.
- Gergen, K. J. (1996). *Realidades y relaciones, aproximaciones a la construcción social*. Paidós.
- Gomis, L. (1991). El periodismo interpreta la realidad social. En L. Gomis, *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente* (pp. 35-44). Paidós Comunicación.
- Gomis, L. (2008). *La teoría de los géneros periodísticos*. UOC.
- Grosfoguel, R., & Mignolo, W. (2008). Intervenciones decoloniales: una breve introducción. *Tabula Rasa*, pp. 29-37. doi:10.25058/20112742.337
- Haber Guerra, Y. (2005). El texto periodístico en la era digital. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 45-52.
- Harris, H. (2003). *Fair Trade in Tourism: Theory and Praxis*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de investigación* (Sexta ed.). McGraw Hill.
- Hopenhayn, M. (2003). Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana. *Revista de la CEPAL*, 81.
- Larrea M., C., Montenegro, T., Greene, N., & Cevallos, M. B. (2007). *Pueblos indígenas, desarrollo humano y discriminación en el Ecuador*. Ediciones Abya Yala.

Las etapas del periodismo narrativo según Leila Guerriero. (2017, 28 marzo). Fundación Gabo.

<https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/las-etapas-del-periodismo-narrativo-segun-leila-guerriero>

Lekkakis, E. (2014). ICTs and ethical consumption: The political and market futures of fair trade. *Futures*, 164-172. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.futures.2014.04.005>

López, A. (2005). Los géneros periodísticos en la red: una clasificación posible para un medio en evolución. *Estudios de Periodismo*, 28-35.

López-Gúzman, T., & Sánchez Cañizares, S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *Revesco*, 99, 85-103.

López-Silva, P. (2013). Realidades, Construcciones y Dilemas. Una revisión filosófica al construccionismo social. *Cinta de Moebio*, 46, 9-25.

Loyola, M. I. (2000). Relato literario, relato periodístico: el caso Elián González. *Revista Latina de Comunicación Social*, 0(35).

Luzuriaga, E., Ríos, I., & Vallejo, D. (2019). Entre lo decolonial y la IAP: diálogos de encuentro para el estudio de identidades con mujeres kichwa . *Empiria*, 159-178.

Maldonado-Torres, N. (2008). La descolonización y el giro des-colonial. *Tabula Rasa*, 61-72.

Marinas, J. (1995). Estrategias narrativas en la construcción de la identidad. *Isegoría*, 11, 176-185.

Martínez, B. (2006). *Homo Digitalis: Etnografía de la cibercultura*. Uniandes.

- Martínez, M. (2009). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Trillas.
- Martí-Noguera, J. J. (2020). Sociedad digital: gestión organizacional tras el COVID-19. *Revista Venezolana de Gerencia*, 90, 394-401.
- Melero Aguilar, N. (2012). El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad social: un análisis desde las ciencias sociales. *Cuestiones Pedagógicas*, 339-355.
- Mink, L. O. (1970). History and Fiction as Modes of Comprehension. *New Literary History*, 1(3), 541-558. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/468271>
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: descriptiva, exploratoria y explicativa.
- Park, P. (1990). Qué es la investigación - acción participativa. Perspectivas teóricas y metodológicas. En K. Lewin, S. Tax, R. Stavenhagen, O. Fals Borda, L. Zamosc, S. Kemmis, & A. Rahman, *La investigación- acción participativa: Incios y desarrollos*. Popular.
- Pilquimán, M. (2016). El turismo comunitario como una estrategia de supervivencia. *Estudios y perspectivas de Turismo*, 25, 439-459.
- Prieto, M. (2008). Rosa Lema y la misión cultural ecuatoriana indígena a Estados Unidos: turismo, artesanías y desarrollo. En C. De la Torre, & M. Salgado, *Galo Plaza y su época* (pp. 157-189). Flacso- Fundación Galo Plaza Lasso.
- Quijano, A. (1992). Colonialidad y Modernidad/Racionalidad. *Perú Indígena*, 11-20.
- Quiroz, G. (2020, Mayo 12). ¿Cuáles son los 4 países de Sudamérica con más infectados de covid-19 por cada 100 000 habitantes? El Comercio.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/paises-sudamerica-infectados-covid19-muerte.html>

Ramos, X. (2020, Mayo 10). *Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020*. El Universo.

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19>

Renard, M.-C. (2003). Fair trade: quality, market and conventions. *Journal of Rural Studies*, 19, 87-96. doi:[https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00051-7](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00051-7)

Rizo, M., & Romeu, V. (2008). Investigación-Acción-Participativa y comunicación intercultural.

Relato de una experiencia de investigación con estudiantes de dos universidades de la Ciudad de México. *Razón y Palabra*. http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/varia/vromeu_mrizo.html

Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Campo, A. d. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad . *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), 399-418.

doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.031>

Sandoval, E. (2007). Cibersocioantropología. *Revista Argentina de Sociología*, 9, 64-89.

Sandoval, E. (2013). Los indígenas en el ciberespacio. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 235-256.

Sola-Morales, S. (2014). La construcción narrativa de la realidad cotidiana. Una revisión de los media frames. *Doxa comunicación*, 121-140.

- Solis Carrion, D., & Ruiz Ballesteros, E. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Ediciones Abya-Yala.
- Torres, J., Navarro, P., & Larrinaga, A. (1999). Para entender el comercio justo. *Espanica*.
- Torrico, E. (2018). La comunicación decolonial, perspectiva in/surgente. *Research Gate*, 73-80.
- Tuhiwai, L. (2016). *A descolonizar metodologías: investigación y pueblos indígenas*. LOM ediciones.
- UNICEF. (2014). Los pueblos indígenas en América Latina Los pueblos indígenas en América Latina. 4, 38-40.
- Walsh, C. (2005). Interculturalidad, conocimientos y decolonialidad. *Signo y pensamiento*, 39-50.
- White, M. (1994). El relato. En M. White, *Guía para una terapia familia epistémica* (págs. 31-33). Gedisa.
- Yehia, E. (2007). Descolonización del conocimiento y la práctica: un encuentro dialógico entre el programa de investigación sobre modernidad/colonialidad/decolonialidad latinoamericanas y la teoría actor-red. *Tabula Rasa*, pp. 87-114.