



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**EXTENSIÓN QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**



**EXAMEN PRACTICO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

**DE: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA CULTURA  
DE LOS HABITANTES DEL SECTOR EL PITAL 1 DEL CANTÓN**

**QUEVEDO, AÑO 2021**

**AUTOR:**

**ALBIÑO BRIONES SILVANA KATERINE**

**DOCENTE TUTOR:**

**MSC. ARAGUNDI GARCIA LUIS IVAN.**

**QUEVEDO- LOS RIOS- ECUADOR**

**2021**

## **Resumen**

Esta investigación trata de mostrar la importancia de la comunicación digital en la cultura del sector el Pital 1 del Cantón Quevedo para la exposición de costumbres, tradiciones , juegos, comidas típicas como una forma de cultura así como para la preservación de la misma, dando prioridad a la comunicación digital con el fin de mejorar las actividades económicas y sociales, esto a través de la detección y visualización de las Comunidades a través de un público más amplio utilizando diversos medios de comunicación y plataformas digitales. Además, la riqueza natural y cultural del sector se caracteriza por ser el artífice de un proceso de difusión de información y ampliación de canales de comunicación entre los diversos sectores productivos, sociales y culturales que están presentes en la dinámica poblacional de los ciudadanos Quevedeños. La investigación se realizará mediante un análisis cuantitativo con la aplicación de encuestas.

Cabe recalcar que esta investigación podría revelar las debilidades de las organizaciones en el uso de los medios de comunicación digital, pero al mismo tiempo también identificará fuertes potenciales en su aplicación para la expansión de la cultura y la preservación de la riqueza que caracteriza a este sector, los medios digitales y redes sociales pueden ser el aliado que el sector el Pital 1 necesita para salir adelante y hacer que perdure en su línea de tiempo como un sector de cultura.

**Palabras claves:** Comunicación digital, Redes sociales, Cultura

## Summary

This research tries to show the importance of digital communication in the culture of the sector Pital 1 of the Quevedo Canton for the exhibition of customs, traditions, games, typical foods as a form of culture as well as for the preservation of it, giving priority to digital communication in order to improve economic and social activities, this through the detection and visualization of Communities across a wider audience using various media and digital platforms. In addition, the natural and cultural wealth of the sector is characterized by being the architect of a process of dissemination of information and expansion of communication channels between the various productive, social and cultural sectors that are present in the population dynamics of Quevedeños citizens. The research will be carried out through a quantitative analysis with the application of surveys.

It should be noted that this research could reveal the weaknesses of organizations in the use of digital media, but at the same time it will also identify strong potentials in its application for the expansion of culture and the preservation of the wealth that characterizes this sector, digital media and social networks can be the ally that the Pital 1 sector needs to get ahead and make it last in its timeline as a culture sector.

**Keywords:** Digital communication, Social networks, Culture

## INDICE GENERAL

<b>Introducción</b> .....	1
<b>Marco Metodológico</b> .....	2
<b>1.1 Definición Del Tema Caso De Estudio</b> .....	2
<b>1.2 Planteamiento del problema</b> .....	2
<b>1.3 Justificación</b> .....	3
<b>1.4 Objetivos</b> .....	4
<b>1.4.1 Objetivo General</b> .....	4
<b>1.4.1.1 Objetivos Específicos</b> .....	4
<b>1.5 Fundamentación teórica</b> .....	5
<b>1.5.1 Comunicación Digital</b> .....	5
<b>1.5.1.1 Historia De La Comunicación Digital</b> .....	6
<b>1.5.1.2 Importancia de la comunicación digital</b> .....	7
<b>1.5.1.3 Elemento Fundamental De La Comunicación Digital</b> .....	8
<b>1.5.1.4 Tipos De Comunicación Digital</b> .....	9
<b>1.5.1.5 Beneficios Y Consecuencias De La Comunicación Digital</b> .....	10
<b>1.5.1.6 La Comunicación digital en las Relaciones Interpersonales</b> .....	11
<b>1.5.2 Cultura</b> .....	12
<b>1.5.2.1 Relación De La Cultural Con La Comunicación Digital</b> .....	13
<b>1.5.2.2 Origen De La Cultura</b> .....	14
<b>1.5.2.3 Importancia De La Cultura</b> .....	15
<b>1.5.2.4 Beneficio De Dar A Conocer La Cultura</b> .....	16
<b>1.5.2.5 Causas Que Conllevan Al Dar A Conocer La Cultura</b> .....	17
<b>1.5.2.6 La Cultural Como Estrategias De Posicionamiento</b> .....	17
<b>1.6 Hipótesis</b> .....	19
<b>1.7 Metodología De La Investigación</b> .....	20
<b>Resultados De Investigación</b> .....	23
<b>1.8 Desarrollo Del Caso</b> .....	23
<b>1.9 Situaciones Detectadas</b> .....	25
<b>1.10 Soluciones Planteadas</b> .....	27
<b>1.11 Conclusiones</b> .....	28

<b>1.12 Recomendaciones</b> .....	29
<b>Referencias</b> .....	30
<b>Anexos</b> .....	35

## **Introducción**

La comunicación digital cumple un rol fundamental en la difusión de información para la cultura dentro de un sector que desea mantenerse en crecimiento.

La comunicación digital es considerada como la manera adecuada para transmitir un mensaje e interactuar de forma apropiada, rápida hacia las personas, este tipo de comunicación permite establecer una relación basada en el respeto, credibilidad y la confianza, ya que contiene las técnicas y habilidades que servirán de ayuda para lograr resultados eficaces en el desarrollo de las actividades culturales dentro de un sector

Aliar a la comunicación con sectores para dar a conocer sus tradiciones, culturas, y costumbres que permiten un buen funcionamiento en cuanto a difundir información que se desea dar a conocer ya que esto tiene roles a cumplir por el personal humano y el público consumidor que forma parte activa de la comunidad donde fortalece la transmisión de ideas e información, ya que de esta manera se logra un objetivo en común, el buen desempeño de los medios digitales para la productividad y crecimiento del sector el Pital 1

La comunicación digital debe basarse en la difusión de una información de manera empática, al momento de comunicarse de manera fluida sobre un tema determinado como es la cultura con buenas bases y un aliado como medios digitales garantiza el éxito en las relaciones interpersonales, en la difusión de la información permite que las buenas ideas sean comprendidas y puestas en práctica, por ello es de gran importancia para exponer de una manera promocional la cultura del sector el Pital 1.

# **CAPITULO I**

## **Marco Metodológico**

### **1.1 Definición Del Tema Caso De Estudio**

Análisis de la comunicación digital en la cultura de los habitantes del sector el Pital 1 del Cantón Quevedo, año 2021.

### **1.2 Planteamiento del problema**

Analizar la influencia que tiene la comunicación digital la cual ha venido a constituirse en la nueva era en un icono rápido y oportuno en el ámbito de la información y la comunicación, llegando a distintos sectores de una manera más veloz que los medios escritos donde esta situación es un denominador común a nivel general y dentro del Sector El Pital 1 del Cantón Quevedo.

Para los habitantes del Sector El Pital 1 del Cantón Quevedo esta situación es un problema real, quienes habitan en el referido sector tienen a la comunicación digital cada vez más cerca como fuente de consumo en la información, pero la problemática radica en que como sucede con todos los medios digitales, que a más de preocuparse por emitir noticias de carácter social, económico, comercial, político, es necesario que se abran espacios dirigidos exclusivamente a la cultura, en el que la población tenga la oportunidad de instruirse en el ámbito de la cultura, en esta se deberían incluir temas como: el rescate de los valores, comidas y juegos tradicionales, espacios para las familias entre otros.

### **1.3 Justificación**

Con el transcurso de los años y los avances tecnológicos que ha tenido la comunicación digital es una gran oportunidad para aprovecharlos y aplicarlo dentro del Sector del Pital 1 que está teniendo falencias en promover su cultura, aquí radica nuestra problemática ya que nos hemos dada cuenta que con el pasar de los años ha quedado olvidado por la falta de análisis para ayudar en este tema.

Con todo el beneficio que tenemos en la actualidad por parte de la comunicación digital podremos apoyar al Sector el Pital 1 en la difusión de la cultura, para así poder ayudar a su realce y mantenerlo en la línea de visita, de esta manera aportar a la economía del sector ya que sería un gran aporte por la situación que estamos pasando en el país.

De esta manera podremos enfocarnos en el tipo de información que se brindara hacia el público y los beneficios que se obtendrá dentro del sector laboral, inyectando ingresos económicos que ayuden a solventar gastos a las familias que están dentro del sector.

Es factible apostar y aliarse a los cambios positivos que ha tenido la comunicación digital y de cómo usarlos, de esta manera podremos despejar dudas y aclarar ideas que pueden ser fundamentales para el avance de todo el análisis que se está realizando.

La cultural es una parte fundamental en el fortalecimiento de los valores, se ve representada como un recordatorio de la identidad de los habitantes del Sector El Pital 1 del Cantón Quevedo, sus costumbres y tradiciones sirven de base para la construcción de la identidad de las personas en general.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar la incidencia de la comunicación digital en la cultura del Sector El Pital 1 del Cantón Quevedo.

#### **1.4.1.1 Objetivos Específicos**

- Analizar los instrumentos y herramientas de comunicación digital que faciliten la difusión e información cultural hacia la sociedad.
- Contribuir al fortalecimiento de la cultura y promover el rescate de las festividades tradicionales por medios digitales.
- Difundir y divulgar de forma efectiva y eficaz la cultura por los medios digitales.

## 1.5 Fundamentación teórica

### 1.5.1 Comunicación Digital

La comunicación es parte integral de la vida de los seres humanos. La mayor parte de nosotros disfrutamos de conocer a otras personas, otros lugares, paisajes, otras culturas. En el mundo actual, a través de la comunicación digital (con el uso del internet); la geografía, el espacio y el tiempo se han acortado. Ahora podemos estar comunicados a cualquier hora y desde cualquier lugar, donde la tecnología nos permita conectarnos en línea. El ejercicio de la comunicación implica formas de comportamiento e interacción social, tanto como individuos o como sociedad. Los humanos entablamos conocimiento uno con otros, así como de los espacios que habitamos, por esto la movilidad humana condujo al descubrimiento de nuevos territorios y experiencias (Labate & Arrueta, 2017) .*citado por* (Andrade, 2019)

El aprendizaje y la enseñanza universitaria en materias de Historia de la Comunicación no pueden perder de vista su carácter híbrido e interdisciplinario, Las asignaturas que así se titulan abordan un objeto de estudio específico de las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas la comunicación en su devenir diacrónico, haciendo uso de la tradición metodológica de la historiografía, la cual ha de hacerse cargo de las revisiones epistemológicas y procedimentales que se están produciendo en el seno de aquella ciencia ya no tan positivista a día de hoy. (Broullón, 2020)

Los autores citados exponen en su investigación que este proceso tiene raíces tan ambiguas, en el transcurso de los años se ha podido evidenciar su evolución, posee ciertos elementos que resultan indispensables para que se desarrolle una correcta comunicación con un proceso necesario

para la ejecución de diversas actividades y lograr no solo transmitir un mensaje, si no también establecer procesos que beneficie de gran manera a la sociedad y los medios culturales.

### ***1.5.1.1 Historia De La Comunicación Digital***

Es mucho lo que se ha escrito sobre la comunicación desde su nacimiento como campo de conocimiento especializado a finales de los años cincuenta, pero particularmente, sobre dos de sus grandes temas de investigación: los medios de comunicación y, recientemente, las nuevas tecnologías de información y comunicación. Sin embargo, hay un enorme desbalance con aquello que se ha escrito sobre los orígenes históricos, culturales y científicos que se encuentran en la base de su emergencia como campo de estudio y, especialmente, existe una enorme carencia de reflexión sobre su dimensión epistemológica, sobre su definición conceptual y sobre todo aquello que permita pensar a la comunicación como una mirada científica o un marco trans disciplinar en la actualidad. (González, 2015)

En su definición más básica, la comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro, tal como lo sentenció Lasswell (1936) hace más de 70 años: “quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto”. Es decir, la comunicación tiene un carácter social que comprende a todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. (Bertolotti, 2014)

Comunicar significa poner en común e implica compartir en un contexto social determinado y con una historia particular. O sea, es un proceso ligado al comportamiento humano y a las estructuras de la sociedad. Así, a fines del S. XVIII, surgen los medios de comunicación de masas o más media como resultante de un proceso social y un modelo de vida muy concreto: la

sociedad emergente de la revolución industrial que provoca cambios radicales en la economía, la política, la forma de vida y en los lazos entre las comunidades. (Bertolotti, 2014)

Como nos indican los autores la comunicación digital ha tenido y sigue teniendo un auge muy significativo dentro de la sociedad, por lo tanto, el proceso comunicacional tiene como objetivo mejorar el intercambio de ideas y opiniones, que nos ayuden a seguir avanzando y aportando con nuevas tendencias que posteriormente se conviertan en historias aportando con nuevas teorías.

### ***1.5.1.2 Importancia de la comunicación digital***

La comunicación digital está impactando y revolucionando la cultura corporativa, y es a eso a donde debemos apuntar. “La empresa 2.0 representa el cruce entre una tecnología en permanente evolución y una serie de prácticas y formas de relacionarse y comprender la realidad. Estas últimas se han visto impulsadas por el ingreso al mundo del trabajo de la generación digital que trae consigo el universo de valores que promueve la web 2.0” (Cusot Gustavo, 2016).

La tecnología en el mundo ha dado grandes cambios e innovaciones. A más de facilitar el trabajo de la comunicación actúa directamente tanto en los profesionales como en las personas. En el caso de la comunicación se habla de las tecnologías de la información y comunicación a fin de que garanticen la calidad y la fiabilidad de la información (Grande, Cañón y Cantón, 2016). Autores como Cano y Baena (2017) afirman que “en la actualidad las empresas destinan buena parte de sus inversiones en la adquisición, actualización y mantenimiento de la infraestructura tecnológica”. (Cáceres Fernanda, 2019)

Lo anterior se ilustra como una opinión del individuo como ente creativo, capaz de mejorar las situaciones de su entorno usan a la comunicación digital dando el lugar que se merece en base

a la importancia del rol que desempeña en el diario vivir, la persona busca transformar este proceso tan antiguo y necesario en algo más versátil que siga aportando mucho más a grupo social que lo desee aplicar.

Según el punto de vista de Castells (2001) *citado por* (Hermoza, 2020) sostiene que el nuevo paradigma tecnológico está centrado en las tecnologías de la información y comunicación. Sin lugar a duda, las Tic vienen teniendo un protagonismo en todos los ámbitos de las sociedades, desde lo más sencillo hasta lo más complejo, un ejemplo es el sector educativo. Kustcher y St. Pierre (2001), consideran que las TIC tienen impactos en la educación, uno de ellos es la comunicación digital, la cual hace referencia a la mensajería electrónica, charla, foros electrónicos, audio y videoconferencia.

### ***1.5.1.3 Elemento Fundamental De La Comunicación Digital***

El ciberperiodismo, entendido como aquel producido para las redes digitales, de las que son paradigma hoy por hoy internet y la World Wide Web, nace poco después que ésta, hacia 1994-1995. Pronto se advirtió que se trataba de un nuevo medio de comunicación y que, como había sucedido con la radio o la televisión, y en su día con la prensa, habría de ir construyendo su propio lenguaje, desarrollando sus características, conformando su retórica. Ese mismo momento el interés académico por analizar el fenómeno, que se anunciaba tan revolucionario como en su día lo fue la imprenta, y así, no fueron pocos quienes dedicaron sus esfuerzos a llevar a cabo investigaciones, ensayos o manuales que trataban de explicar lo que se estaba gestando. (Díaz, 2014)

Como nos menciona el autor Díaz en el 2014 y comparándolo con la actualidad vemos que aun el elemento fundamental que mueve a la comunicación digital es el transmitir información por

redes ya que esta es una manera muy directa de dar a conocer lo que se quiere transmitir y mantener informado a toda una comunidad sin dejar de lado que se debe manejar un tipo de información que no afecta a la masa.

#### ***1.5.1.4 Tipos De Comunicación Digital***

##### **➤ Página web**

La web es un subconjunto de Internet que contiene información a la que se puede acceder usando un navegador. Tanto el correo electrónico, como Facebook, Twitter, wikis, blogs, juegos, etc. son parte de Internet, pero no la web. La web es un “organismo vivo” y, como tal, evoluciona. Desde su creación el año 1966, con esa primera red Arpanet, hasta el posterior nacimiento del Internet que conocemos, no ha dejado de cambiar y perfeccionarse. Hemos pasado de una web 1.0 a la 2.0, 3.0 y ahora llega la web 4.0. (Latorre, 2018)

##### **➤ El blog**

El objetivo general fue analizar los beneficios del uso del Blog como herramienta tecnológica de apoyo en la enseñanza, un Blog es una persona o un conjunto de personas – que administra un sitio o red social en internet con el objetivo de entretener, informar o vender quien mantiene en contacto directo con el público y se comunica con sus visitantes directamente puede dedicarse a publicar contenidos interesantes para el público específico de su blog, además de promover productos o servicios. (Urbano, Deninse, & Javier, 2019)

##### **➤ Página de aterrizaje**

Una página de aterrizaje es la página dentro de su sitio web en la que un visitante “aterriza” proveniente de un anuncio publicitario, un correo electrónico o un banner promocional en su sitio, para que tome una acción deseada como comprar, suscribirse a una lista, descargar una serie de

videos o inscribirse en una conferencia. La página de aterrizaje se utiliza para recibir los visitantes en lugar de enviarlos al home, una efectiva página de aterrizaje explica claramente qué obtendrá el visitante y cómo conseguirlo. No tiene menú de navegación visible, enlaces a otras páginas ni ninguna otra distracción que lo desvíe de la acción deseada\_(Pacheco, Pulido, & Robles, 2019)

#### ➤ **Redes Sociales**

Como nos menciona (Wolfe, 2011) *citado por* (Barón, Duque, Mendoza, & Quintero, 2020) Las redes sociales corresponden al término que empezó a emplearse por antropólogos y sociólogos ingleses a mediados de los años 50 del siglo XX, para caracterizar y estudiar el conjunto de relaciones humanas que tienen un impacto duradero en la vida de un individuo y ofrecen unos patrones y colaboraciones contingentes para orquestar las soluciones en la vida cotidiana

#### ➤ **Videos online**

La enseñanza online es un concepto que, desde la irrupción de las nuevas tecnologías, se ha ido normalizando en la sociedad. En 2007, con la creación del primer curso MOOC (Massive Open Online Courses-Cursos Online Masivos y Abiertos). Un vídeo online es una película que se puede ver en formato digital en una página web. Los buscadores, las plataformas de vídeo y las redes sociales pueden tener una inmensa gana de vídeos en línea. (Estruch, E, R, & E.a, 2019)

#### ***1.5.1.5 Beneficios Y Consecuencias De La Comunicación Digital***

Durante esta década se desarrolla la digitalización de las comunicaciones y aparece el teléfono móvil, es decir, una novedosa forma de comunicación que, a través de terminales portátiles de precio asequible, permite la mensajería instantánea. Con el transcurso de los años, y hasta la actualidad, su evolución tecnológica ha sido constante y revolucionaria. Ha logrado aumentar su capacidad de transmisión e incluir nuevos servicios como la videoconferencia,

posibilidad de grabar imágenes, sonidos, textos, vídeos y descarga de archivos audiovisuales. (Concepción & Ponce de León, 2018).

Los medios de comunicación digital son aquellos que se emplean en la internet para la difusión de contenido e informaciones. Aparecieron a finales del siglo XX, gracias al desarrollo de la informática y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y desde entonces, han invadido con fuerza en el contexto de las comunicaciones humanas, causando una revolución en la manera en que las personas consumen, producen e interactúan con la información, es por esta razón que en las últimas décadas la publicidad presentada en los medios digitales se ha visto afectada debido a la importancia de la misma y al poder que tiene para captar nuevos clientes. (Vizueta, Guamán, & Fuentes, 2020)

Es cierto que la comunicación digital ha revolucionado como nos indican trabajos investigados y autores antes mencionados pero también no nos podemos apartar la gran realidad que con ello vino un problema mayor que la difusión de la información no veraz esa que pone en peligro a todos los que consumen esta información por ello es muy importante que informaciones sean revisadas minuciosamente y luego cargadas a las redes para evitar información engañosa y así darle un puntaje alto y encontrarles el mayor beneficio a la comunicación digital y todo lo que con ella se asocia.

#### ***1.5.1.6 La Comunicación digital en las Relaciones Interpersonales***

Los adolescentes que han nacido en esta época, caracterizada por el avance tecnológico, tienen ante sí muchas ventajas para relacionarse, construir y mantener vínculos que las generaciones pasadas ni siquiera imaginaban. De acuerdo con Menjívar (2010), los adolescentes

utilizan elementos culturales y tecnológicos a su disposición actual para sus necesidades personales, sexuales y sociales. (Barros, y otros, 2017)

Alamansa, Fonseca, & Castillo (2013), expresan que a pesar de las ventajas que puedan representar las redes sociales, no son bien conocidas las posibles consecuencias que éstas pudieran tener sobre los aspectos sociales, personales y afectivos de los usuarios en general, y los adolescentes, en particular. El uso de Facebook en la juventud tiene que ver con la socialización de los adolescentes ya que le dan importancia a la presentación que ellos hacen de sí mismos dentro de la red social. Esta imagen ofertada, tiene un peso decisivo en su socialización tanto real como virtual (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013). *citado por* (Barros, y otros, 2017).

Como los citan los actores antes mencionados podemos darnos cuenta que la revolución de las redes sociales asociadas con la comunicación digital impulso más la sociedad y ayuda a los jóvenes, pero también trajo consigo serios problemas a debatir por lo que es importante tener en cuenta que con la evolución vienen cambios que si son fundamentales pero que afectan al mundo por lo que es necesario que todo cambio venga con su acción de respuesta para contrarrestar estos daños q dejaran.

### **1.5.2 Cultura**

En su sentido más amplio, la reflexión sobre los fenómenos culturales se puede interpretar como el estudio del mundo socio-histórico en tanto campo significativo. Se puede interpretar como el estudio de las maneras en que individuos situados en el mundo socio-histórico producen, construyen y reciben expresiones significativas de diversos tipos. Visto así, el concepto de cultura alude a una variedad de fenómenos y a un conjunto de preocupaciones que hoy día comparten

analistas que trabajan en diversas disciplinas, que van de la sociología y la antropología a la historia y la crítica literaria. (thompson, 2021)

Hay varios conceptos de cultura, Morin sostiene que es posible hablar de la cultura en singular y describirla, como el conjunto de los saberes, como saber hacer, además de las reglas, normas, interdicciones, estrategias, creencias, ideas, valores, mitos que se transmiten de generación en generación y se reproducen en cada individuo, asimismo controla la existencia de la sociedad y mantiene la complejidad psicológica y social, pero el mismo Morin considera que en la realidad, la cultura existe en una diversidad y multiplicidad de culturas, no obstante, encuentra que hay principios generadores comunes que se comparten entre las culturas y sociedades más diversas ya que es la unidad humana, la naturaleza misma del ser humano la que lleva en sí los principios de sus múltiples diversidades. (Estrada, 2021)

La cultura desde tiempos memoriales ha estado con el ser humano ya que el simple hecho de realizar algo a diario, el dar a conocer, su modelo de vida, su educación forma parte de una cultura de una persona o de un pueblo, ya que esto nos trata de dar a entender los autores mencionados sin embargo al agrupar un concepto explícito de cultura es complejo ya que comprende un todo y se puede adherir a temas y por ende el concepto cambia por el escenario en donde se presente.

#### ***1.5.2.1 Relación De La Cultural Con La Comunicación Digital***

El compartir su cultura es un aspecto relevante para los pueblos, esto se conjuga con la comunicación, a los seres humanos nos motivan lo visual y lo auditivo. “Con la aparición de nuevos actores, la acelerada expansión de las redes sociales, la explosión de los macro-datos (big

data) y de la computación en nube, han surgido nuevos modelos de creación, producción, distribución, acceso y participación” (Kulesz, 2017, p. 5). *citado por* (Andrade, 2019)

La cultura y su reproducción está ligada a los espacios de poder, donde el control de lo mediático define el acceso a proyectos o propuestas de desarrollo acordes al entorno y a las características sociales de la población, ya que, los productos son sometidos a una valoración desde sectores antagónicos en el espectro de lo social, económico y político. La cultura es un aspecto trascendental de las sociedades, ésta define la forma en cómo se comunican los grupos humanos y la información que se transmite hacia otros. Todas las expresiones humanas son producto de la cultura y son generadoras de rasgos y formas culturales (Harris (2007 [1989], p.17. *citado por* (Andrade, 2019)

Por esta razón, muchos pueblos buscan ser visualizados en los medios de comunicación y en todas las redes sociales y de esa forma impulsar el conocimiento y la curiosidad respecto de su patrimonio y tradiciones haciendo que tener una relación estrecha con los medios digitales y sabiendo aplicarlos bien tiene un valor significativo tanto social como económico.

### ***1.5.2.2 Origen De La Cultura***

Adam Kuper es un antropólogo sudafricano nacido en 1941, conocido por sus labores de investigación en el área de la Antropología Social, más concretamente por su estudio del concepto de cultura. En su libro *Culture: “The anthropologists account”* cuenta que el origen de dicho término se remonta al siglo XVIII en Europa, precedido por otro concepto: civilización. Todo acto contrario que no se encontraba acorde a las denotaciones cívicas era considerado salvajismo y barbarie. Todas estas ideas continuaron evolucionando a lo largo del tiempo y se fueron conectando con las tradiciones locales, el espíritu de los ciudadanos y el territorio. Ya en el siglo

XIX aparece el plural de la palabra cultura, tratando de evitar la supremacía de una única cultura y asumiendo la multiculturalidad. (Ortega, 2018)

Por otro lado, dicho concepto va adquiriendo un enfoque más humanista, relacionado con las costumbres y tradiciones de un pueblo y con la intelectualidad y espiritualidad personal. Así, ya en el siglo XX, durante la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales celebrada en México en el año 1982, se define cultura como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social”. Existen numerosas definiciones, pero en general todas coinciden en una idea: “la cultura es lo que le da vida al ser humano”. (Ortega, 2018)

Como nos indica Ortega en su investigación es que el ser humano siempre ha estado ligado a la cultura desde tiempos muy remotos sin embargo la connotación y el lugar donde está ubicada le hace tener conceptos distintos, pero con similitudes que llevan a dar referencia que la cultura es la base del ser humano que en un grupo de personas viviendo entre si forman un grupo cultural que es donde nace un concepto de cultura.

### ***1.5.2.3 Importancia De La Cultura***

La teoría resalta que la cultura desempeña un papel primordial en las organizaciones y, en general, se considera como uno de los principales determinantes de fracaso o éxito (Cameron y Quinn, 2011; Naranjo-Valencia, Jiménez y Sanz-Valle, 2012). Por lo tanto, si una empresa tiene una cultura enfocada hacia la sustentabilidad, sus acciones, sin duda, la llevarán a la búsqueda y obtención de un mejor desarrollo social (Palacios, 2013), una mejor rentabilidad y una generación de imagen sustentable ante la sociedad (Blázquez y Peretti, 2012). Asimismo, las empresas

reforzarán, e incluso establecerán, una cultura basada en las capacidades de cambio, en la confianza y en la innovación (Eccles, Miller y Serafeim,2012). *citado por* (Carro, 2017)

En concordancia con los autores citados por (Carro, 2017) La cultura abarca varios conceptos y desempeña papeles primordiales dentro del escenario en la que se aplica para de esta manera tener la mayor rentabilidad y llevarla hacia un enfoque progresista y sustentable.

#### ***1.5.2.4 Beneficio De Dar A Conocer La Cultura***

Adentrándonos en la temática turística, incidimos en que De la Calle et al. (1988) reflexionan que la revalorización del patrimonio cultural ofrece como parte de la oferta turística una nueva oportunidad de crecimiento y de dinamización a pequeñas y medianas ciudades históricas. Especialmente en el marco de la crisis de sectores tradicionales a consecuencia de procesos de localización y globalización económica. Motivo por el que diversos municipios se ven abocados a potenciar y promocionar el turismo cultural y patrimonial. (Moreira Gregori, Martín, Oyarce, & Moreno García, 2019)

Este tipo de turismo conlleva la función social y educativa de dar a conocer la riqueza patrimonial al gran público, y que deje de ser sólo para el disfrute de las elites locales donde cabe destacar además que el consumo de productos turísticos culturales estaría, dentro del turismo de masas, más vinculado al ocio y al tiempo libre que a ciertos intereses históricos o culturales. (Moreira Gregori, Martín, Oyarce, & Moreno García, 2019)

Concordando con los autores los beneficios que se reciben al promover la cultura ayudan al sector que decide apostar por realizar este tipo de acciones que terminan abriéndole muchos caminos llevándolos a nuevas oportunidades de crecimiento, fortalecimiento.

### ***1.5.2.5 Causas Que Conllevan Al Dar A Conocer La Cultura***

En los últimos años, los programas de turismo cultural en México han sido cuestionados por diversos autores y en estudios que han señalado los impactos tanto positivos como negativos y diferenciados que esa actividad ha tenido en los bienes y expresiones culturales, así como por los dudosos beneficios para la población local. (Mercado, 2016)

La relación conflictiva entre el patrimonio cultural y el turismo ha demeritado con frecuencia la valoración y la conservación de los bienes culturales, así como la formulación de programas de gobierno, observándose una ausencia de políticas públicas integrales y el predominio de iniciativas que privilegian la explotación económica de esos bienes y se alejan del propósito de que la actividad turística sea el catalizador. (Mercado, 2016).

Sin embargo, los autores mencionan partes negativas de cómo dar a conocer la cultura, es cierto que cuando realizas un mal manejo de estos bienes al reflejarse los resultados te arrojaran malos resultados, pero no debemos dejar de lado el sinnúmero de testimonios que a raíz de todos estos medios de promociones muchos lugares han salido de la oscuridad de ser solo lugares conocidos por los lugareños a ser destinos de visitas de un país y de muchas personas que desean conocerlo.

### ***1.5.2.6 La Cultural Como Estrategias De Posicionamiento***

Muchas comunidades y poblaciones buscan potencializar su desarrollo económico y social con la incursión en el mundo turístico, donde la promoción por redes sociales y otros medios del internet se transforma en un elemento transcendental en la actualidad, especialmente a la hora de publicitar su patrimonio cultural y natural sin depender de empresas o agencias turística. Este es

uno de los aspectos positivos del internet, ya que brinda autonomía respecto del gran capital e posibilita la incorporación de la diferencia (Moreno, 2015). *citado por* (Andrade, 2019)

Es conveniente tomar en consideración que, en la actualidad, el concepto se ha visto ampliado debido a los avances en la tecnología y la innovación, por lo cual, lo más importante de cualquier industria cultural en desarrollo es la creatividad en sí que se aplica en ella. Es por ello que la UNESCO impulsa el uso de la siguiente definición amplia para entender lo que las industrias culturales y creativas implican estos sectores de la actividad organizada que tienen como su objetivo principal la producción o reproducción, la promoción, distribución o comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido derivado de orígenes culturales, artísticos o patrimoniales. (Martel, 2019)

Tomando como referencia a (Andrade, 2019) y a (Martel, 2019) nos dan a entender que en el transcurso de nuestra investigación podemos visualizar que la importancia de la cultura está enmarcada en el avance de la sociedad a ser una pieza fundamental para un buen desarrollo de una sociedad por lo que los aspectos positivos que esta brinda en materia de virtud ayudan tanto de manera organizacional, material, económico y de calidad de vida.

## 1.6 Hipótesis

- Analizamos las herramientas de la comunicación digital y porque es importante aplicarla sobre la cultura del sector el Pital 1 del Cantón Quevedo ya que esto nos facilitará la trasmisión de información y lo mantendrá actualizado al público por años.
  
- Trabajar con la comunicación digital en fortalecer la cultura del sector el Pital 1 y esto ayudará a las familias del sector, gracias al tipo de información brindada al público generando así visitas y ayudando a la inclusión social y económica.
  
- Dar a conocer al sector el Pital 1 por los medios digitales la cual permitirá preservar las costumbres y tradiciones que en ella viven pero que se están perdiendo con el pasar de los años así volvemos a llenar ese vacío informativo de una forma eficaz con la comunicación digital para difundir la cultura del sector.

## **1.7 Metodología De La Investigación**

### **Investigación de Campo.**

Se realiza con el objetivo de examinar el entorno del fenómeno investigado.

### **Metodología**

Con la finalidad de probar o refutar las hipótesis propuestas para esta investigación sobre el impacto de los medios de comunicación digital en la cultura del sector se utilizó un método cuantitativo, es decir se aplicará un instrumento en el que predominen las preguntas cerradas, para permitir la fácil tabulación en los sistemas estadísticos.

### **Métodos**

Esta investigación se realizará mediante el método de encuesta online a una muestra de habitantes del Sector el Pital 1 del Cantón Quevedo

La encuesta utilizada será de creación propia y seguidamente se realizará la validación de contenidos por jueces expertos en el tema.

### **Población Y Muestra**

#### **¿Cuál es la muestra de sus propuestas investigativas?**

Dentro de mi investigación se tomará una población de 100 habitantes del Sector El Pital 1, Cantón Quevedo.

### **Población y muestra**

La población de esta investigación fueron 100 habitantes del Sector El Pital 1, Cantón Quevedo, año 2021.

Para el cálculo de una muestra que se represente el total, se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

K. Coeficiente cuyo valor está en función del nivel de confianza por el investigador.

p = Probabilidad de que las respuestas dicotómicas sean favorables.

q = Probabilidad de que las respuestas dicotómicas sean desfavorables.

E = Error de la muestra, valor fijado por el investigador.

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(100)}{(0,05)^2(100 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{96.04}{0,2475 + 0,9604}$$

$$n = \frac{96.04}{1,2079}$$

**La muestra es de 80 habitantes.**

Cálculo de la muestra

$N = 100$

$K = 1,96$  se utilizó un nivel de confianza de 95%, porque es el más efectivo y más utilizado.

$E = 5\%$  se utilizó este margen de error, para tener una mayor exactitud en el cálculo de la muestra.

$p = 0,50$ , se utilizó un 50% de probabilidad de que ocurra el evento.

$q = 0,50$ , se utilizó un 50% de probabilidad de que no ocurra el evento.

## CAPITULO II

### Resultados De Investigación

#### 1.8 Desarrollo Del Caso

Por medio de la ejecución de encuestas virtuales creadas en el programa de google formularios, para 85 habitantes del sector se logró recolectar información con la intención de conocer el impacto de los medios digitales en la cultura del sector el Pital 1.

##### 1. ¿Conoce que es la cultura?

**Análisis:** El 35% es decir 30 habitantes conocen lo que es la cultura, el 21% un total de 18 habitantes contestaron que Tal vez, mientras tanto el 44% con un valor de 37 personas no conocen lo que la cultura, es aquí donde jugaría un rol importante la comunicación digital para dar a conocer la cultural a personas que no tiene conocimiento de la misma.

##### 2. ¿Conoce usted cuales son las herramientas que se utilizan dentro de la comunicación digital?

**Análisis:** En un total de 85 personas el 24% respondió que no conocía cuales son las herramientas que se usan dentro de la comunicación, teniendo un 56% que si las conocía y un total de 20% que quizás las ha escuchado o medio las conoce.

##### 3. ¿Creé usted que la comunicación digital influye en la cultura?

**Análisis:** Durante la encuesta vimos que la comunicación digital es influyente en un 76% un 20% que tal vez y un 4% que no es nada influyente.

**4. ¿Piensa usted que la comunicación digital es un puente conectivo para ayudar a difundir la cultura del sector?**

**Análisis:** Durante la encuesta vimos que un 76% cree que la comunicación digital es un puente conectivo para ayudar a difundir la cultura del sector un 20% que tal vez y un 4% que no es un puente conectivo para la cultura.

**5. ¿Está de acuerdo que se mantenga el fortalecimiento de la cultura dentro de su sector?**

**Análisis:** El análisis de la pregunta 5 nos ayudó a saber que un 76% de las personas contestaron que es importante fortalecer la cultura de un sector mientras que en respuesta negativa un 4% una que podríamos considerar como respuesta neutral como tal vez sería es importante fortalecer la cultura de un sector.

## 1.9 Situaciones Detectadas

Durante la investigación se detectó que dentro del sector algunos habitantes no tienen conocimientos en ciertos temas culturales, esto se da debido a la poca comunicación de información cultural.

Detectando que los habitantes necesitan estar vinculados con su cultura es por ello que se debe realizar una recopilación de información que ayude con esa falta de desinformación y el poco conocimiento que se tiene sobre aquello encontrando en nuestra investigación un porcentaje considerable de bajo conocimiento sobre cultura.

Dándonos cuenta que desde muchos años los avances tecnológicos de la comunicación digital están a la mano y han tenido paso influyente dentro del sector el Pital 1, pero la problemática también radica en que es un poco complejo tener conexiones con medios digitales y redes sociales que deseen apoyar y difundir toda la información que se puede lanzar sobre el tema cultural de este sector.

El tema de cultura es un puente conectivo de un sector y una sociedad sin embargo la falta de manos solidarias y la inseguridad son temas que también afectan al sector a ser difundida con mayor profundidad en cuanto a temas culturales ya que esto acarreado problemas como decadencia y la perdida de fortalecimiento de la cultura, ya que durante la investigación vimos que trabajos pasados enfocados en la comunicación digital y vincularlas han sido de gran ayuda caso que no ha pasado con el sector el Pital 1, que los medios digitales dejaron en segundo plano a este tema.

Por caer en este vacío desinformativo cultural del sector ha estado perdiendo costumbres y tradiciones que actualmente son complicadas recuperarlas ya que la nueva generación esta enfocadas en temas distintos que hacen aún más dificultoso el reconstruir esta parte de la cultura.

## **1.10 Soluciones Planteadas**

Después de toda la investigación, los análisis y los puntos de vistas que hemos recabado en base a aquello podemos determinar que en realidad se necesita mucho de la comunicación digital y sus medios para transmitir información.

Por lo que dentro del sector se debe implementar la recopilación de nueva información con todo los detalles característicos y ámbito social que actualmente tiene el sector y así poder actualizar datos informativos que sirvan como apoyo para los que no conoce la cultura del sector puedan estar al tanto.

Teniendo todo esto como base el aliarse a los medios digital es fundamental ya que de esto dependerá en gran parte de la expansión y difusión informativa así podremos reducir el nivel pobre de información cultural del sector el Pital 1 hacia el Cantón y la provincia.

Dentro de la comunicación digital nos apoyaremos en las distintas redes sociales que nos ayudarán a la expansión masiva de información y así crear un puente conectivo facilitando la divulgación de temas culturales en el sector fortaleciendo y aportando a la reactivación de la misma.

## 1.11 Conclusiones

Con la investigación se ha comprobado que el sector el Pital 1 tiene una presencia predominante en el cantón Quevedo ya que el 80 % de la población está vinculada a la zona urbana.

Todavía se mantienen vivas las manifestaciones culturales de este sector, como los bailes folclóricos, gastronomía típica, tradiciones orales y juegos típicos. Pero estas expresiones están decayendo por la falta de comunicación sobre la cultura del sector, la disminución de cantidad de eventos y la progresiva reducción del público que por falta de información deja de asistir a estas manifestaciones y al sector.

Durante toda la investigación nos dimos cuenta que al darle prioridad a la cultura del sector y acogiendo a los medios digitales porque sabemos su buena incidencia tendríamos un enfoque muy significativo que ayudara al sector a mantenerlo estable dentro de una línea de tiempo y así aprovechar al máximo, de esta manera poder darle un realce al lugar aprovechando todos los recursos que se puedan dar a conocer al público para mantenerlos conectados y en constante visita.

De lo anterior se concluye en la necesidad de implementar nuevos mecanismos de difusión cultural del sector el Pital 1 aprovechando las ventajas de cobertura de la comunicación digital para contribuir al fortalecimiento y desarrollo del mismo y, por ende, a toda la comunidad que se puede beneficiar de estas actividades.

## 1.12 Recomendaciones

Durante el desarrollo gracias a los mecanismos que se usaron en la investigación pudimos palpar que la incidencia de los medios digitales es fundamental y positiva porque brindaría recursos no solo a la población, sino se transformaría en un recopilador de la presentación de expresiones culturales desde las comunidades, para la conservación de las actividades que se realizan en ella y poder hacerlas visibles para el resto del país.

Debe tenerse en cuenta que existe una contradicción entre impulsar el desarrollo y el crecimiento de las actividades, frente al requerimiento de conservación de los recursos culturales exclusiva a la cosmovisión presente por los medios digitales enfocadas.

De esta forma, la comunicación digital permite difundir la riqueza de un pueblo, tanto cultural como natural, a la vez de hacerlo que este sea potencializado como una actividad económica, pero debe tomarse las precauciones necesarias que reduzcan el impacto negativo que puede generar el impulsar un sector y su cultura ya que la información podría verse manipulada y que no llegue al fin que se quiere.

Además se debe tomar en cuenta que al incrementar la demanda también se está forzando a adoptar nuevas doctrinas de culturas, esto implicaría un trabajo de prevención por parte de las autoridades y de la sociedad en general, labor que aún se encuentra en desarrollo por parte de los habitantes del sector por lo que se recomienda la aplicación de este proyecto que fue realizado con fines educativos pero que al aplicarlo podrá tener un impacto positivo ya que se realizó bajo estudios y estadísticas comprobadas por lo que se puede afirmar que la comunicación digital tendría un papel muy importante y principal dentro de este escenario o escenarios de similitud.

## Referencias

- Andrade, K. (Marzo, Agosto de 2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. *Scielo*, 30, 211 - 227. Obtenido de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-86342019000100211](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86342019000100211)
- Barón, M., Duque, Á., Mendoza, F., & Quintero, W. (27 de Diciembre de 2020). Redes sociales y relaciones digitales, una comunicación que supera el cara a cara. *Revista Internacional de Pedagogía e Innovación Educativa*, 123 - 148. Obtenido de <https://editic.net/ripie/index.php/ripie/article/view/29/24>
- Barros, S., Hernández, Y., Vanegas, O., Cedillo, M., Alvarado, H., & Cabrera, J. (2017). adAdolescentes de básica superior con adicción a internet y redes sociales y relaciones interpersonales. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala.*, 42 - 68. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/epsicologia/epi-2017/epi173d.pdf>
- Bertolotti, P. (2014). Conceptos Comunicación digital. En C. C. digital, *Patricia Bertolotti* (pág. 3). Obtenido de <http://argos.fhyics.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos%20Comunicacion%20digital.pdf?sequence=4#page=3&zoom=auto,-104,456>
- Broullón, M. (2020). Contar la(s) historia(s): innovación docente en materias de Historia de la Comunicación. En M. A. Broullón-Lozano, *Contar la(s) historia(s): innovación docente en materias de Historia de la Comunicación* (págs. 19 - 34). Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Literaturas Hispánicas y Bibliografía [mabroullon@ucm.es](mailto:mabroullon@ucm.es). Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi\\_a2020n62/analisi\\_a2020n62p19.pdf#page=1&zoom=auto,-178,658](https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2020n62/analisi_a2020n62p19.pdf#page=1&zoom=auto,-178,658)

- Cáceres Fernanda, T. F. (2019). La competencia digital y su importancia para el ejercicio de la comunicación organizacional en territorio. En T. F. Cáceres Fernanda, *La competencia digital y su importancia para el ejercicio de la comunicación organizacional en territorio* (págs. 388–399). Machala : RISTI . Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/43af3c19c59d9fb0a81504e368d06a78/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Carro, J. S. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad. *Scielo, Estudios Gerenciales EG*, 33(145), 352-365. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232017000400352&script=sci\\_abstract&tIng=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232017000400352&script=sci_abstract&tIng=pt)
- Concepción, C., & Ponce de León, L. (24 de Abril de 2018). Educación y medios de comunicación. Beneficios y riesgos que proporcionan las Tecnologías de Información y Comunicación en los adolescentes españoles. *RASE*, 11(3), 433 - 447. Obtenido de doi: <http://dx.doi.org/10.7203/RASE.11.3.11515>
- Cusot Gustavo, F. G. (2016). La Comunicación interna y el uso de medios digitales 2.0. En G. F. Gustavo Cusot. UDLA. Obtenido de [https://www.ecotec.edu.ec/material/material\\_2019Z1\\_CMU220\\_02\\_119653.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2019Z1_CMU220_02_119653.pdf)
- Díaz, J. (2014). *Elementos de la comunicación digital hacia una teoría dl cyberoeriodismo*. Barcelona: ONLINE PDF SERVICES; licensed version. Obtenido de [file:///C:/Users/SILVANA/AppData/Local/Temp/Elementos\\_de\\_la\\_comunicacion\\_digital\\_Hac.pdf](file:///C:/Users/SILVANA/AppData/Local/Temp/Elementos_de_la_comunicacion_digital_Hac.pdf)
- Estrada, L. G. (2021). *La Educación Musical en el Nivel Básico en Mexico*. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México, 2021. Obtenido de <https://www.researchgate.net/profile/Irma-Carbajal->

Vaca/publication/351826853\_Educacion\_Musical\_y\_Orquestas\_Escolares\_Cuestionamientos\_a\_la\_Nueva\_Escuela\_Mexicana\_desde\_la\_semiotica\_del\_aprendizaje/links/60ac4c02a6fdcc6d6271d46d/Educacion-Musical-y-Orques

Estruch, J., E, d. T., R, G., & E.a, S. (Noviembre de 2019). Metodología docente para la enseñanza técnica online. La experiencia Cursosagua. *VIU*, 527 - 535. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/153056/Estruch%3bde%3bG%3bmez%20-%20Metodolog%3bada%20docente%20para%20la%20ense%3b%20anza%20t%3ba9cnica%20online.%20La%20experiencia%20Cursosagua.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, C. (Enero, junio de 2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *150*(23). Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2015000100002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2015000100002)

Hermoza, S. (2020). Percepción de la comunicación digital de los actores educativos del colegio Pedro Ruiz Gallo. En S. Cárdenas, *Percepción de la comunicación digital de los actores educativos del colegio Pedro Ruiz Gallo* (págs. 1 - 16). Lima. Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10053/3/2020\\_Hermoza%20C%3ba1rdenas.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10053/3/2020_Hermoza%20C%3ba1rdenas.pdf)

Latorre, M. (2018). HISTORIA DE LAS WEB, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. *Acadmia Accelerating the world's research.*, 1 - 9. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59947315/74\\_Historia\\_de\\_la\\_Web20190706-123188-141xd95-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1626560667&Signature=XLgV8u-qgbZtyaMObfzujGzwOjzaKwDQOkGC8rsvcrXLGRe1Ci4MMsGIVzIhlajZ6Gpv594D5RvMajs0StEhvXvqMn-o6ZL~9hWHOoct~e~r-~](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59947315/74_Historia_de_la_Web20190706-123188-141xd95-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1626560667&Signature=XLgV8u-qgbZtyaMObfzujGzwOjzaKwDQOkGC8rsvcrXLGRe1Ci4MMsGIVzIhlajZ6Gpv594D5RvMajs0StEhvXvqMn-o6ZL~9hWHOoct~e~r-~)

Martel, M. (2019). *Promoción Cultural: estrategias de posicionamiento en algunos países del Sudeste Asiático aprovechando la plataforma que ofrece la Alianza del.* Academia Diplomática Del Perú Javier Pérez De Cuéllar. lima: <http://repositorio.adp.edu.pe>. Obtenido de

<http://repositorio.adp.edu.pe/bitstream/handle/ADP/130/2019%20Tesis%20Martel%20Huerta%2c%20Mar%c3%ada%20Ximena%20.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Mercado, E. (2016). Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario. En E. M. López, *Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario* (Vol. 14, págs. 1027 - 1040.). San Nicolás de Hidalgo, Mexico: [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org). Obtenido de [http://www.pasosonline.org/Publicados/14416/PS416\\_16.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/14416/PS416_16.pdf)

Moreira Gregori, P. E., Martín, J. C., Oyarce, F., & Moreno García, R. (2019). Turismo y patrimonio. El caso deValparaíso (Chile) y el perfil del turistacultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*,, 17(5), 105 - 121. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88165933003/88165933003.pdf>

Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educacion. En J. C. Ortega, *Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educacion* (págs. 244 - 262). valladolid: Ed UVA, edicion universidad de valladolid. Obtenido de <https://revistas.uva.es/index.php/tabanque/article/view/2092/1732>

Pacheco, F., Pulido, S., & Robles, S. (2019). *Estrategia digital para el producto Histotap*. Bogota. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/20030/PachecoSanchez-FabianEduardo-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

thompson, j. (2021). *El concepto de cultura. En Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social* . Sin datos : Sin datos . Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34495555/s09-thompson-john-b-ideologia-y-cultura-moderna-c3-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1630515019&Signature=QzSe0aswKvNlemt7bpSxLH3NfPsZEX~w8K5dbnkQEDy3tRFItjHxcWMKLHKYJ4vF~cJs0pKJwLKYDtcgiaSE7ZljwheZsCHqp3lXF0Tz>

Urbano, M., Deninse, F., & Javier, P. (Diciembre de 2019). blog como herramienta tecnológica de apoyo en la enseñanza de la matematica en áreas administrativas. *Paradigma*, sin dato. Obtenido de <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/8592>

Vizueta, A., Guamán, R., & Fuentes, M. (Enero de 2020). Análisis de la publicidad engañosa en medios de comunicación digitales. *Eumet.net*, Sin Datos. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/analisis-publicidad-enganosa.html>

## **ANEXOS**

# **ENCUESTA SOBRE EL ANALISIS DE LA COMUNICACION DIGITAL EN LA CULTURA**

Determinar la incidencia de la comunicación digital en cultura del Sector El Pital 1 del Cantón Quevedo, año 2021.

### **SEXO \***

MASCULINO

FEMENINO

### **EDAD \***

ENTRE 18 Y 24

ENTRE 25 Y 35

ENTRE 36 Y 45

MAS DE 45

### **1. ¿CONOCE QUE ES LA CULTURA? \***

SI

NO

TAL VEZ

### **2. ¿CONOCE USTED CUALES SON LAS HERRAMIENTAS QUE SE UTILIZAN DENTRO DE LA COMUNICACION DIGITAL? \***

SI

NO

TAL VEZ

3. ¿CREÉ USTED QUE LA COMUNICACION DIGITAL INFLUYE EN LA CULTURA? \*

SI

NO

TAL VEZ

4. ¿PIENSA USTED QUE LA COMUNICACION DIGITAL ES UN PUENTE CONECTIVO PARA AYUDAR A DIFUNDIR LA CULTURA DEL SECTOR? \*

SI

NO

TAL VEZ

5. ¿ESTA DE ACUERDO QUE SE MANTENGA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DENTRO DE SU SECTOR? \*

SI

NO

TAL VEZ

6. ¿PIENSA USTED QUE ES BUENA ALTERNATIVA VINCULAR LOS MEDIOS DIGITALES CON LA CULTURA? \*

SI

NO

TAL VEZ

7. ¿QUE HERRAMIENTA DE LA COMUNICACION DIGITAL PIENSA USTED QUE FOMENTARIA A MAYOR ESCALA LA CULTURA DE SU SECTOR? \*

SITIO WEB/BLOG

REDES SOCIALES

YOUTUBE

8. ¿CREE USTED QUE LOS MEDIOS DIGITALES APORTAN A LA SOCIEDAD? \*

SI

NO

TAL VEZ

9. ¿DE ACUERDO A LOS AVANCES TECNOLOGICOS CONSIDERA USTED QUE ES UNA BUENA HERRAMIENTA PARA FOMENTAR LA CULTURA? \*

SI

NO

TAL VEZ

10. ¿ESTA DE ACUERDO QUE SE FOMENTE LA COSTUMBRE TRADICIONAL DENTRO DE SU SECTOR? \*

SI

NO

TAL VEZ

11. ¿PIENSA USTED QUE AL INCREMENTAR EL DESARROLLO CULTURAL TENDRIA REALCE SU SECTOR? \*

SI

NO

TAL VEZ

12. ¿QUE TIPO DE COSTUMBRE TRADICIONAL LE GUSTARIA QUE SE INCREMENTE DENTRO SU SECTOR? \*

DANZA

JUEGOS TRADICIONALES (CARRERA DE SACOS, LA OLLA ENCANTA, ETC)

ARTESANIA

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.



[Formularios](#)

[https://docs.google.com/forms/d/1BLasGW9wdJMG1B5ghzTdupmNRn\\_8twqSUR\\_H5dvKKXU/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1BLasGW9wdJMG1B5ghzTdupmNRn_8twqSUR_H5dvKKXU/edit#responses)

## MATRIZ DE CONGRUENCIA

**Título:**

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA CULTURAL DEL SECTOR EL PITAL 1 DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2021

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	MARCO TEORICO	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOS	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
Análisis de la comunicación digital en la cultura del sector el Pital 1 del Cantón Quevedo, año 2021.	Determinar la incidencia de la comunicación digital en la cultura del Sector El Pital 1 del Cantón Quevedo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los instrumentos y herramientas de comunicación digital que faciliten la difusión e información cultural hacia la sociedad.</li> <li>- Contribuir al fortalecimiento de la cultura y promover el rescate de las festividades tradicionales por medios digitales.</li> <li>- Difundir y divulgar de forma efectiva y eficaz la cultura por los</li> </ul>	<p><b>COMUNICACIÓN DIGITAL.</b> La comunicación digital es aquella que transmite la información a través de símbolos. En los últimos años, más de un 80% de la comunicación ha pasado a ser digital. <b>(Picasso, 2018)</b></p> <p><b>CULTURA.</b> el concepto de cultura alude a una variedad de fenómenos y a un conjunto de preocupaciones que hoy día comparten analistas que trabajan en diversas disciplinas, que van de la sociología y la</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizamos los beneficios y por qué es importante el usar la comunicación digital sobre la cultura del sector el Pital 1 del Cantón Quevedo ya que esto nos facilitará la transmisión de información y lo mantendrá actualizado al público por años.</li> <li>- Trabajar con la comunicación digital en la cultura del Pital 1</li> </ul>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> Comunicación digital.</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> Cultura</p>	Investigación Cualitativa	Encuesta

		medios digitales.	antropología a la historia y la crítica literaria. <b>(thompson, 2021)</b>	<p>ayudara a las familias del sector y gracias al tipo de información brindada sobre su cultura generando así visitas ayudando a la inclusión social y económica.</p> <p>- Dar a conocer al sector el Pital 1 cómo influyen los medios digitales la cual permitirá preservar las costumbres y tradiciones que en ella viven pero que se están perdiendo con el pasar de los años así volvemos a llenar ese</p>			
--	--	-------------------	---	--	--	--	--

				vacío informativo que se ha creado al no usar la comunicación digital para difundir la cultura.			
--	--	--	--	---	--	--	--