



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PROBLEMA:

DIFUSIÓN MASIVA DE ASPECTOS CULTURALES DE LA COMUNIDAD MONTUBIA
DEL CANTÓN VINCES, PROVINCIA DE LOS RIOS, AÑO 2023.

AUTOR:

ANGGIE DARLEX ESCOBAR ROCA

TUTOR:

ING. WILSON ROBERTO BRIONES CAICEDO. MBA

QUEVEDO – MAYO/2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

Dios supo darme el mayor regalo de todos, mi hija Ainara Bustamante. La persona más importante en mi vida es también la que me dio más fuerza y razón para luchar y triunfar. A ella, por todo mi esfuerzo y dedicación.

Seguidamente a, mis padres, Hernán Escobar y Maritza Roca, sin duda han sido los principales pilares para lograr este objetivo, nunca me soltaron de la mano, supieron seguir guiándome a pesar de todo en este camino, este logro es también para ellos por su ayuda incondicional.

ANGGIE DARLEX ESCOBAR ROCA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Primero que nada quiero agradecer a mis padres por su apoyo incondicional que me ha permitido alcanzar todas mis metas personales y académicas. Ellos son quienes siempre me han animado con su amor a perseguir mis metas y nunca rendirme en el rostro de la adversidad. Ellos también son los que me han dado apoyo material y económico para que pueda concentrarme en mis estudios y nunca rendirme.

Gracias a todos mis compañeros, muchos de los cuales se han convertido en mis amigos, colaboradores y hermanos. Gracias por el tiempo que compartimos, los trabajos que hicimos juntos y las historias vividas.

Finalmente, me gustaría agradecer a esta universidad, que exigió mucho de mí, pero al mismo tiempo me dio la oportunidad de obtener el título que esperaba. Gracias a cada directivo por su trabajo y liderazgo, sin ellos no habría bases ni condiciones para adquirir conocimientos.

ANGGIE DARLEX ESCOBAR ROCA

RESUMEN

El tema abordado es la difusión masiva de aspectos culturales de la comunidad montubia del cantón Vinces, provincia de Los Ríos. Se ha seleccionado este tema porque se considera de gran importancia la preservación y promoción de las tradiciones y cultura de la comunidad montubia. El objetivo general de la investigación es analizar la influencia de la comunicación masiva en la difusión de aspectos culturales en la comunidad montubia del cantón Vinces, la hipótesis plantea que la difusión masiva de aspectos culturales de la comunidad montubia puede contribuir a fortalecer la identidad y autoestima de esta comunidad, fomentar el respeto y valoración de su cultura, así como promover el turismo cultural en la región.

Para la elaboración de esta investigación de campo, cualitativa y cuantitativa, se emplearon los métodos inductivo, deductivo y descriptivo para relacionar, analizar y precisar los datos recopilados con las leyes y principios ya existentes en un marco general de estudio, además para la recopilación de los datos medibles se aplicó la técnica de la encuesta a una población de 71.736 según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) tomando como muestra a 397 personas del cantón Vinces para aplicar un instrumento de ocho preguntas con alternativas múltiples para su elección personal. Entre los principales resultados de la investigación se encontró que la mayor parte de los ciudadanos del cantón Vinces consideran que los medios de comunicación masiva si ofrecen una amplia variedad de contenido cultural, mientras que algunos indican que no, así mismo más de la mitad de la población consideran que los medios de comunicación son responsables de promover una cultura diversa y representativa.

Palabras claves: Difusión, masivo, medios de comunicación, cultura, comunidad montubia.

ABSTRACT

The subject addressed is the massive dissemination of cultural aspects of the Montubio community of the Vinces canton, Los Ríos province. This topic has been selected because the preservation and promotion of the traditions and culture of the Montubio community is considered of great importance. The general objective of the research is to analyze the influence of mass communication on the dissemination of cultural aspects in the Montubio community of the Vinces canton, the hypothesis states that the massive dissemination of cultural aspects of the Montubio community can contribute to strengthening identity and self-esteem. of this community, encourage respect and appreciation of their culture, as well as promote cultural tourism in the region.

For the elaboration of this qualitative and quantitative field research, inductive, deductive and descriptive methods were used to relate, analyze and specify the data collected with the existing laws and principles in a general framework of study, in addition to the collection of data. For measurable data, the survey technique was applied to a population of 71,736 according to the National Institute of Statistics and Censuses (INEC), taking as a sample 397 people from the Vinces canton to apply an instrument of eight questions with multiple alternatives for their personal choice. Among the main results of the investigation, it was found that most of the citizens of the Vinces canton consider that the mass media do offer a wide variety of cultural content, while some indicate that they do not, likewise more than half of the The population considers that the media are responsible for promoting a diverse and representative culture.

Keywords: Diffusion, mass media, culture, Montubio community.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPITULO I | 2 |
| 1. MARCO METODOLÓGICO..... | 2 |
| 1.1. Idea o tema de investigación | 2 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 2 |
| 1.3. Formulación del problema | 3 |
| 1.4. Justificación..... | 3 |
| 1.5. Objetivo..... | 4 |
| 1.5.1. General..... | 4 |
| 1.5.2. Específicos..... | 4 |
| 1.6. Sustento teórico | 5 |
| 1.6.1. comunicación..... | 5 |
| 1.6.2. Información | 6 |
| 1.6.3. Difusión | 8 |
| 1.6.4. Comunicación masiva..... | 9 |
| 1.6.5. Medios de comunicación masivo | 11 |
| 1.6.6. Cultura | 12 |
| 1.6.7. Comunicación y cultura..... | 13 |

| | |
|---|----|
| 1.6.8. El montubio | 15 |
| 1.6.9. Cultura representativa del cantón Vinces | 16 |
| 1.7. Hipótesis..... | 18 |
| 1.7.1. Hipótesis general | 18 |
| 1.7.2. Hipótesis Especificas | 18 |
| 1.8. Metodología de la investigación | 18 |
| 1.8.1. Tipo de investigación..... | 18 |
| 1.8.2. Métodos | 19 |
| 1.8.3. Técnica..... | 20 |
| 1.8.4. Población y muestra..... | 20 |
| 2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 21 |
| 2.1. Situaciones detectadas..... | 21 |
| 2.2. Soluciones planteadas | 25 |
| 2.3. Conclusiones | 27 |
| 2.4. Recomendaciones..... | 28 |
| BIBLIOGRAFÍA | 30 |
| ANEXOS | |

INTRODUCCIÓN

La difusión masiva de los aspectos culturales de la comunidad montubia del cantón Vinces es el tema de investigación abordado en este trabajo. El motivo de elegir este tema es porque la cultura montubia es una de las más ricas y diversas del Ecuador y merece ser conocida y valorada. Además, la difusión de su cultura puede contribuir a la promoción del turismo y a la identidad cultural del país. Sin embargo en la actualidad con las diferentes tecnologías aplicadas para dar a conocer hechos históricos ha conllevado a que se pueda desarrollar una mayor difusión de prácticas en cuanto a artesanías, gastronomía y música, pero no todos los medios de comunicación tienen como prioridad la producción de contenidos culturales.

La metodología empleada en este trabajo de investigación se centra en los tipos de investigación de campo, cuantitativa y cualitativa, incluyendo además tres métodos de investigación importantes el deductivo, inductivo y descriptivo para el hallazgo de datos primordiales, para el desarrollo de este trabajo investigativo se optó por la técnica de la encuesta aplicada a los ciudadanos del cantón para alcanzar los objetivos que tiene como finalidad analizar la influencia de la comunicación masiva en la difusión de aspectos culturales en la comunidad montubia, identificar además, los medios de comunicación masivos más utilizados, analizar también la calidad del contenido cultural brindado por los medios de comunicación y por ultimo sugerir una campaña de difusión masiva sobre los aspectos culturales de la comunidad montubia en los medios de comunicación local del cantón Vinces, por lo que más adelante en este trabajo se plantea la problemática del caso de estudio, en que se justifica y estudios que abordan este tema realizados por otros investigadores con la finalidad de plantear soluciones y recomendaciones para fortalecer la difusión masiva de la cultura montubia.

CAPITULO I

1. MARCO METODOLÓGICO

1.1. Idea o tema de investigación

Difusión masiva de aspectos culturales de la comunidad montubia del cantón Vinces, provincia de Los Ríos, año 2023.

1.2. Planteamiento del problema

Los tiempos para compartir información han cambiado, el ser humano en base a sus necesidades ha ido implementando herramientas que sean más efectivas en cuanto a este proceso de comunicación con los demás de forma simultánea, por ende los medios de comunicación para la difusión masiva son la televisión, la radio, el periódico y especialmente en esta época los medios digitales que tienen espacio en las redes sociales, las cuales son plataformas digitales muy usadas por la sociedad en general, pero ciertas veces no son utilizadas adecuadamente para propósitos culturales.

Los aspectos culturales son temas importantes a desarrollar y dar a conocer mediante estos espacios, con esta investigación se plantea conocer como influyen los medios de comunicación masivos en los aspectos culturales de la comunidad montubia del cantón Vinces, porque con la era de la digitalización se puede dar a conocer las culturas representativas de los pueblos a grandes cantidades de personas porque estos medios tienen un alto alcance. es relevante porque mediante la difusión de los aspectos culturales del cantón Vinces se mantendrá vigente en los ciudadanos más jóvenes la riqueza cultural de su pueblo y además fomentaría el turismo.

Conocer cuáles son los medios más utilizados por los ciudadanos de este cantón es otra pregunta importante a desarrollar, para de tal manera saber si para ellos como miembros de esta comunidad montubia están de acuerdo con una campaña de difusión masiva por parte de los medios locales del cantón Vinces, para mediante esto dar a conocer el valor cultural que poseen.

1.3. Formulación del problema

¿Qué influencia tiene la comunicación en masa en la difusión de aspectos culturales en la comunidad montubia del cantón Vinces, provincia de Los Ríos, año 2023?

1.4. Justificación

La comunicación a lo largo de la historia ha sido un factor muy importante para compartir conocimientos, experiencias y en este caso aspectos culturales de la comunidad montubia de la provincia de los Ríos. Para difundir alguna información en particular actualmente la forma más común de hacerlo es por medio del internet y las plataformas digitales, que son espacios de comunicación masiva que favorecen en el alcance y repercusión de la sociedad. Por ende, la importancia de este estudio es dar a conocer por medio de la comunicación masiva la cultura de esta comunidad y mediante ello fomentar la difusión de este tipo de contenidos en otros pueblos, para que las personas externas se incentiven a conocer estos lugares con gran riqueza cultural.

Algunos de los beneficios de esta investigación es la propagación de los aspectos culturales más representativos del cantón Vinces por medio de espacios masivos de comunicación, para que el propósito de informar tenga un mayor alcance. Otro de los beneficios es la incrementación del turismo en este cantón por medio de dar a conocer sus celebraciones especiales, sus lugares

históricos y los platos representativos de la comunidad montubia de este cantón. Por ende, Este estudio beneficiara a la comunidad montubia del cantón Vinces de la provincia de la provincia Los Ríos.

Esta investigación es trascendente porque mediante ello espero aportar en la incentivación de la difusión de aspectos culturales de los cantones del Ecuador, de dar a conocer por medio de plataformas de comunicación masiva sus costumbres, tradiciones, historia y su gastronomía a otros lugares. La factibilidad de este trabajo investigativo es muy favorable debido al acceso a la información de primera mano de los ciudadanos que habitan en este cantón.

1.5. Objetivo

1.5.1. General

- Analizar la influencia de la comunicación masiva en la difusión de aspectos culturales de la comunidad montubia del cantón Vinces, provincia de Los Ríos, Año 2023.

1.5.2. Específicos

- Identificar los medios de comunicación masivos más utilizados por la comunidad montubia del cantón Vinces, provincia de Los Ríos.
- Determinar la calidad del contenido cultural brindado por los medios de comunicación a la comunidad montubia del cantón Vinces, provincia de Los Ríos.
- Proponer una campaña de difusión masiva sobre los aspectos culturales de la comunidad montubia en los medios de comunicación local del cantón Vinces, provincia de Los Ríos.

1.6. Sustento teórico

1.6.1. comunicación

“En definitiva, la comunicación cumple una función esencial en la sociedad. La comunicación puede aportar información, tener objetivos persuasivos o formativos y buscar el entretenimiento si hablamos de ver una película o ir al cine” (Peiró, 2021, párr. 7).

En relación con lo manifestado queda claro entonces que la comunicación desde la historia de la humanidad ha sido un factor importante para el desarrollo humano, además juega un papel importante para que las culturas de los pueblos se sigan manteniendo a lo largo de la historia. Porque si no se comunica ni el mismo pueblo mantuviera su propia cultura y menos otros lugares la podrían conocer.

Delgado (2021) considera que, en este proceso, además del emisor y receptor, participan diferentes elementos:

- el código, que es el lenguaje empleado,
- el canal de comunicación, que es el medio usado,
- el contexto, que son las circunstancias donde se desarrolla la comunicación,
- el ruido o perturbaciones en la recepción del mensaje original, y
- la retroalimentación que supone la respuesta hacia el primer mensaje. (párr. 2)

La comunicación técnicamente es un proceso el cual se desarrolla mediante varios elementos como se menciona anteriormente por emisor y receptor, pero además también se conforma por otros como el código, el mensaje, canal de comunicación, ruido y retroalimentación, todos estos para que la información que se comunique sea efectiva.

1.6.2. Información

“En términos generales se denomina información al conjunto de datos que contiene un significado, y que una vez organizados aportan un conocimiento y la posibilidad de establecer una idea, objetivo o acción en torno a algo” (Morales, 2019, párr. 1).

En la actualidad la sociedad tiene un amplio acceso a diversos tipos de información esto debido al internet que ha llegado a formar parte del proceso comunicativo de la sociedad, transformándola en una sociedad digitalizada en donde compartir y obtener información es muy fácil, esto tiene un factor importante a recalcar el cual consiste en que para dar a conocer una información ya sea del tipo que sea, en este caso cultural tendrá un alto alcance.

Morales (2019) nos dice que las principales características de la información son:

- La información está compuesta por una serie de datos organizados y cargados de contenido.
Puede generar conocimiento.
- Tener mayor acceso a la información no garantiza mayor conocimiento, eso dependerá del valor, la vigencia y lo confiable que sea su contenido.

- Contiene un significado que, una vez analizado de manera crítica es capaz de modificar una conducta o toma de decisión. Por tanto, conlleva a un cambio de la interpretación de aquello que se conocía anteriormente.
- Debe ser precisa, es decir, exponer todos los detalles necesarios para comprender su significado según la naturaleza del contenido.
- Debe estar al alcance de las personas en el momento oportuno a fin de poder aclarar una duda o responder a una situación en específico.
- Debe ser de utilidad, ya que a partir de la misma serán formuladas respuestas o tomas de acciones por lo que el individuo cambiará su relación con el entorno.
- Su contenido debe ser vigente, es decir, estar actualizada en el tiempo y el espacio que atañe, de lo contrario puede que no ofrezca ningún aporte a nuestros conocimientos previos.
- Debe ser confiable o válida, de esta manera el contenido de los datos tendrá mayor valor para el receptor de la información. En los casos en los que se obtiene información falsa, esta pierde toda su utilidad y valor.
- Existen diferentes maneras de procesar la información y su contenido dependiendo del área. Por ejemplo, en biología puede tratarse de información como estímulo sensorial, en informática de un procesamiento de datos, en las ciencias sociales forma parte de las investigaciones, y en periodismo de un hecho noticioso que debe responder una serie de cuestionamientos. (párr. 18)

Todas estas características propuestas por el autor son importantes para la elaboración y desarrollo de una buena información para ser difundida a través de los medios de comunicación y mediante ello que la población de diferentes territorios tengan mayor conocimientos sobre las diferentes culturas que existen.

1.6.3. Difusión

La difusión transcultural es un concepto referido a la antropología, concretamente a su vertiente cultural, que hace referencia a la propagación de los elementos de una cultura, ya sea interna, por el contacto entre individuos de una misma cultura, o externa si por el contrario el fenómeno tiene lugar entre dos personas de culturas diferentes. (Martínez & Hernández, 2020 párr. 3)

La difusión de cualquier tipo de información se centra específicamente en dar a conocer aspectos importantes que resalten y hagan de dicha difusión algo interesante y llamativo para el lector, en el caso de la difusión cultural esta da a conocer a las personas las costumbres o tradiciones que representan a los pueblos de cada territorio.

La veracidad, claridad y transparencia de la información son las bases para generar y afianzar las relaciones de confianza. La confianza en la información recibida se traduce en empoderamiento y éste en un actuar coordinado en el que el centro es la responsabilidad, la solidaridad y la cooperación, porque finalmente lo que está en juego en el presente tiempo, es la propia existencia y la de toda la humanidad. (Bórquez et al., 2020, p. 798)

Estos elementos según el autor son importantes para toda información, lo cual permite que al momento de ser difundida las personas tengan la confianza de creer en lo que están leyendo o aprendiendo de los temas tratados en dichos contenidos lo cual permitiría obtener conocimientos fundados en la realidad.

Creemos que así desarrollarían una posición crítica ante la producción cultural en masa de la que son objeto por su amplia difusión en internet, en comparación con el consumo cultural de alta cultura y cultura popular, también distribuido por la red. (García, 2018, p. 195)

La difusión de información en los medios de comunicación deben de ser mayormente responsables por el alto alcance que estas redes tienen en la población, lo cual implica brindar calidad de información para que las personas desarrollen su pensamiento crítico en base a contextos reales.

1.6.4. Comunicación masiva

Implica un número grande de personas, incluso más grande que un grupo de vecinos. Aquí implica la transmisión de un mensaje mediante medios de difusión (medios tecnológicos), por ende hay un radio de difusión mucho mayor que el compartir el mensaje de cara a cara con las personas. (Cervantes, 2017, párr. 44)

La comunicación masiva, se refiere al proceso de comunicar no solo a una o dos personas, esta engloba a grandes cantidades, como pueblos, ciudades y países. Por ello se denomina comunicación de masas en donde una información es distribuida por un medio masivo y le llega a una amplia audiencia.

Cervantes (2017) manifiesta que la comunicación masiva tiene cinco características:

- 1) las personas pueden tener acceso al mensaje en diferentes momentos y no todos al mismo tiempo.
 - 2) implica la participación de tecnología.
 - 3) a diferencia de las anteriores, no existe una respuesta al mensaje de forma inmediata.
 - 4) en este proceso los receptores del mensaje se llaman audiencia.
 - 5) la audiencia no comparten necesariamente el mismo espacio físico, no entablan interacción entre ellos y no se conocen entre sí, por ello están en calidad de anonimato.
- (párr. 44)

Como lo manifiesta el autor antes mencionado, la comunicación masiva ha logrado que las culturas traspasen fronteras, dándose a conocer mediante este proceso comunicativo los aspectos culturales que representan a los pueblos de cada país. La comunicación masiva es un factor influyente en la sociedad para lograr grandes objetivos.

1.6.5. Medios de comunicación masivo

Los medios de comunicación siempre han tenido gran influencia en la sociedad, pero también hay que relativizar su poder porque están condicionados por una serie de factores, políticos y económicos, que limitan su independencia, restringen sus funciones y los hacen vulnerables. (Soengas, 2018, p. 1)

Los medios de comunicación masivos son espacios que permiten comunicar de manera simultánea la información que difunden, de tal modo que esta llega a una gran audiencia en un periodo corto de tiempo y más actualmente con las redes sociales que forman uno de los medios de comunicación masivos más potentes, debido a la factibilidad que los usuarios tienen con este medio.

“Los medios son poderosos porque tienen capacidad para llegar a todos los ciudadanos e influir en la sociedad. A través de su línea editorial pueden orientar la opinión pública y modificar conductas y comportamientos” (Soengas, 2018, p. 1).

Como lo indica el autor los medios de comunicación son empresas poderosas en la sociedad, las cuales influyen directamente en la opinión y actuar de las personas, estos espacios son capaces de transformar a toda una sociedad con su labor.

Machuca (2022) considera que los medios de comunicación masiva se clasifican en cuatro tipos

Los medios de comunicación audiovisuales: son todos aquellos que sirven para transmitir información a través de video y audio.

Los medios de comunicación radiofónicos: son todos aquellos que sirven para emitir un mensaje sonoro. Con la llegada de los medios de comunicación audiovisuales, se pensaba que los medios de comunicación radiofónicos desaparecerían, pero la realidad es que ambos medios se complementan y utilizan de diferentes maneras, lo que hace que perduren y se adapten.

Los medios de comunicación impresos: pueden presentarse en diferentes formatos. Desde periódicos, pasando por revistas, libros ilustrados y demás.

Los medios de comunicación digitales: son la culminación de los tres anteriores, pues unifican cada formato, tomando las mejores características de cada uno para comunicar un mensaje. (párr. 22)

Todos estos medios de comunicación antes mencionados cumplen independientemente su labor pero con el mismo propósito de informar, educar, persuadir e influir en las personas su forma de pensar por lo cual tiene un alto calce y repercusión.

1.6.6. Cultura

“La cultura es, para el individuo, una herencia transmitida y transformada por los individuos. Así, los individuos estarán siempre comprometidos con la cultura, aunque no lo hagan conscientemente” (Jaillier, 2020, p. 36).

En relación con lo manifestado por el autor se entiende por cultura entonces todo lo que abarque a un ser humano, su forma de pensar, su vestimenta, la comida, las creencias entre otros aspectos que forma parte de él y del lugar de donde el proviene.

La cultura es el conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye: costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista podríamos decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. (Espinoza, 2020, p. 14)

Como lo menciona el autor, la cultura representa ejes importantes como la música, los símbolos que son parte importante de los pueblos, todo esto conforman a su patrimonio cultural de lo que ellos son. Debido a la falta de comunicación sobre la culturalidad se pierden ciertas costumbres que los identifican y para que esto no suceda se debe fomentar la difusión de la cultura.

1.6.7. Comunicación y cultura

Desde la visión antropológica-cultural, la comunicación, como forma de expresión humana-social es esencial en la transmisión de los saberes ancestrales. Comunicar es transferir conocimiento y en el caso del patrimonio cultural al promocionar y divulgar manifestaciones culturales es un acto comunicacional en sí mismo. (Walls, 2020, p. 50)

La comunicación sobre la cultura es un aspecto importante a tomar en cuenta para el desarrollo de esta dentro de su propio territorio y fuera de él, además la divulgación de los diferentes aspectos culturales representativos de los pueblos influye mucho en el turismo.

Si los procesos culturales y los procesos de comunicación se influyen mutuamente, es imposible dejarlos de lado a la hora de establecer el modo de concebir la realidad y el mundo que rodea al individuo, al grupo o a la sociedad. Las representaciones individuales, colectivas y sociales del mundo dependen íntegramente de las prácticas sociales y comunicativas de los seres humanos que en ellas participan. (Jaillier, 2020, p. 36)

La cultura se trasmite mediante la comunicación, sin esta no fuera posible transmitir a las demás personas que no conozcan sobre las tradiciones y costumbres que los representen como comunidad, todo lo que conlleva a los rasgos de una comunidad se debe a la práctica mediante el proceso de comunicar.

La comunicación estará siempre presente en la gestión del patrimonio cultural, como vínculo directo entre el usuario y el prestador de servicio. Esto es posible, a través de estrategias de promoción, difusión y participación (democratización) que permitan que, la cultura sea accesible, llegando a la mayor cantidad de personas posibles y comunidades. (Walls, 2020, p. 53)

En relación con lo manifestado anteriormente queda claro entonces que la comunicación cultural es importante para que más personas de diferentes lugares conozcan la riqueza cultural que posee cada cantón del Ecuador y mediante los medios de comunicación masiva llegar a grandes cantidades de personas dando a conocer los aspectos culturales que desconocían de ciertos lugares del País.

1.6.8. El montubio

La etnia montubia es descendiente del mestizaje de los europeos, vive en las zonas rurales de la costa ecuatoriana, esencialmente en la provincia de El Oro, Manabí y Los Ríos, por naturaleza son alegres y vivaces, joviales, locuaces y muy sociables, caracterizado por su labor agrícola y agropecuaria, como las tareas del hogar y del campo. El montubio posee dos elementos esenciales, cultura y fuerza social que sustentan la economía agrícola nacional exportando sus productos a los diferentes mercados. (Muñoz, 2022, pp. 1-2)

La persona considerada cultural y territorialmente montubia, se caracteriza por ser una persona trabajadora, arraigada al trabajo en el campo, a la cosecha de sus propios productos agrícolas como el plátano, arroz, maíz, cacao, entre otros productos característicos de la costa ecuatoriana que son cultivados por estas personas, cosechados para el comercio y consumo propio de sus familias.

El montubio tiene su cultura propia y su forma de vida es distinta a la de otras etnias, la cultura montubia se la conoce como la más trabajadora en su sociedad, que busca proteger su producción de sol a sol, ya que sin ellos el Ecuador no fuera un país tan productivo en

arroz, cacao, caña, banano, etc., gracias al esfuerzo de los campesinos en su diario vivir el Ecuador es uno de los primeros exportadores de estos productos. (Espinoza, 2020, p. 22)

Cada una de las identidades son distintas, son propias de quienes las practican y por ende los representa, en el caso de los montubios son personas que forman comunidades que se caracterizan por trabajar el campo, ser personas sencillas, amables y por su comida típica realizada con los mismo productos que su tierra y manos cosechan con esfuerzo.

1.6.9. Cultura representativa del cantón Vinces

“Vinces, París Chiquito, posee tradiciones culturales y variadas entre las cuales se destacan las noches venecianas, regatas náuticas, fiestas patronales y cantonales. Estas fiestas toman una importancia local de festejo anual” (Aldia, 2021, párr. 1).

La comunidad del cantón Vinces según datos históricos se ha caracterizado a lo largo de los años por ser montubia, además en este pueblo se desarrolló la aculturación por razón de que los terratenientes dueños de haciendas ubicadas en este territorio viajaban constantemente a Francia e iban adoptando culturas de este país al cantón Vinces, considerado también París chiquito.

En esta noche cultural las góndolas empiezan su recorrido en la playa del norte y llegan hasta el puente colgante del sur, a la misma vez en el cielo suenan juegos artificiales y después de eso llega el momento más esperado por los observadores el gran baile con

artistas invitados. En años anteriores personalidades importantes han sido participes de este evento. (Bustamante, 2017, p. 9)

Estas son fiestas representativas del cantón Vinces que por años se las han practicado como tradiciones así como las regatas que son consideradas una actividad con gran popularidad entre los demás cantones del Ecuador, esto los representa como miembros de un territorio, además tiene el propósito de que las personas se distraigan y con esto generar mayor economía gracias a la presencia de los turistas que visitan con el propósito de interactuar con las actividades tradicionales realizadas.

“Vinces formando parte de la provincia Fluminense, cuenta con gran parte de estos platos típicos. Entre los que más resaltan son: Seco de pato, muchín de verde con carne, bollo de pescado de agua dulce, cazuelas, tapadas entre otras más” (Aldia, 2021, párr. 3).

Todos los platos típicos antes mencionados son elaborados con los mismo ingredientes producidos y cosechados por ellos mismos en sus fincas y realizados comúnmente por sus esposas, lo que implica que la población joven de este cantón también debe de participar en la conservación de estos platos típicos representativos.

1.7. Hipótesis

1.7.1. Hipótesis general

- La difusión masiva de aspectos culturales de la comunidad montubia puede contribuir a fortalecer la identidad y autoestima de esta comunidad, fomentar el respeto y valoración de su cultura, así como promover el turismo cultural en la región.

1.7.2. Hipótesis Especificas

- Las redes sociales, la televisión y la radio son los medios de comunicación masivos más utilizados por la comunidad montubia del cantón Vinces.
- La calidad del contenido cultural brindado por los medios de comunicación es deficiente, además influye en el grado de conocimiento y de valoración sobre la cultura montubia.
- Una campaña en los medios de comunicación local del cantón Vinces puede aumentar el valor de los aspectos culturales de la comunidad montubia y su promoción dentro y fuera del cantón.

1.8. Metodología de la investigación

1.8.1. Tipo de investigación

En este trabajo se desarrolló varios tipos entre estos la investigación de campo, la cuantitativa y cualitativa las cuales tienen como finalidad recabar y contrastar los datos de manera precisa para ser expuestos como resultados verídicos del estudio, la investigación de campo se caracteriza por su desarrollo en un entorno natural en donde se suscita el hecho sujeto a investigar, por ende la cuantitativa se basa específicamente en proporcionar datos numéricos medibles para obtener las conclusiones buscadas a partir de la investigación cualitativa la cual busca mediante un conjunto de técnicas obtener una visión general sobre el caso de estudio.

1.8.2. Métodos

1.8.2.1. Deductivo

Es aquel que parte de un todo general y que a su paso se va descomponiendo para obtener resultados, elementos o hechos específicos, en este estudio se lo empleó para analizar la influencia de la comunicación masiva en la difusión de aspectos culturales en la comunidad montubia del cantón Vinces de la provincia de Los Ríos.

1.8.2.2. Inductivo

Es un método que se caracteriza por partir de lo específico a lo general en la investigación, lo que implica ir desde los datos y elementos específicos para mediante ellos establecer su relación para llegar a un enunciado general en este caso se lo aplico para identificar los medios de comunicación masivos más utilizados por la comunidad montubia del cantón Vinces y mostrar los aspectos culturales más representativos de esta comunidad.

1.8.2.3. Descriptivo

Este método se lo utiliza particularmente para presentar los hechos encontrados en la investigación tal y como se los encuentra sin necesidad de ninguna alteración para mediante estos establecer resultados y soluciones en esta investigación se lo utilizara para proponer una campaña de difusión masiva sobre los aspectos culturales de la comunidad montubia en los medios de comunicación local del cantón Vinces.

1.8.3. Técnica

La encuesta es la técnica aplicada para el desarrollo de esta investigación, la cual fue dirigida a los ciudadanos de la comunidad montubia del cantón Vinces provincia de Los Ríos, para ello el instrumento cuenta con ocho preguntas con alternativas múltiples con la finalidad de recabar información importante para dar solución a la problemática de investigación.

1.8.4. Población y muestra

La población del cantón Vinces es de 71.736 según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el año 2010 tomando como muestra para esta investigación a 397 personas de este cantón para aplicar la técnica de estudio.

1.8.4.1. Fórmula

Esta fórmula se la conoce como la muestra de Cochran y fue desarrollada por el estadístico estadounidense William Gemmell Cochran.

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$
$$n = \frac{71.736}{0.05^2(71.736 - 1) + 1}$$
$$n = \frac{71.736}{0.0025(71.735) + 1}$$
$$n = \frac{71.736}{180.33} = 397$$

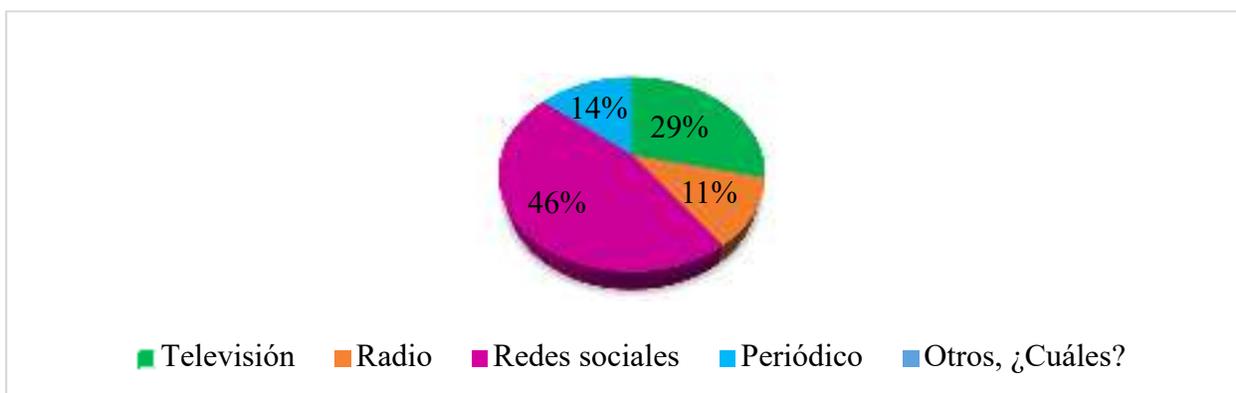
CAPITULO II

2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Situaciones detectadas

Figura 1

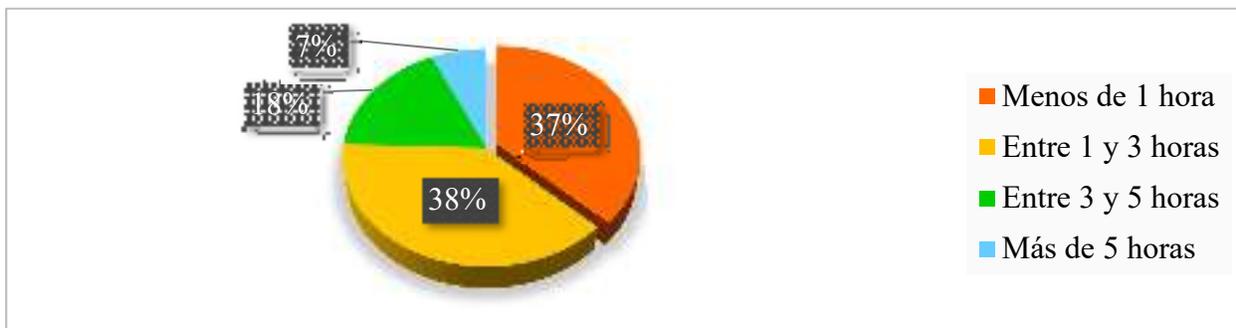
Medios de comunicación más utilizados



Análisis: entre los medios de comunicación masivos más utilizados por los ciudadanos del cantón Vinces se encuentran con un 46% las redes sociales, con el 29% la televisión, el periódico con un 14% y por último la radio con un 11% de los habitantes que prefieren utilizar este medio de comunicación.

Figura 2

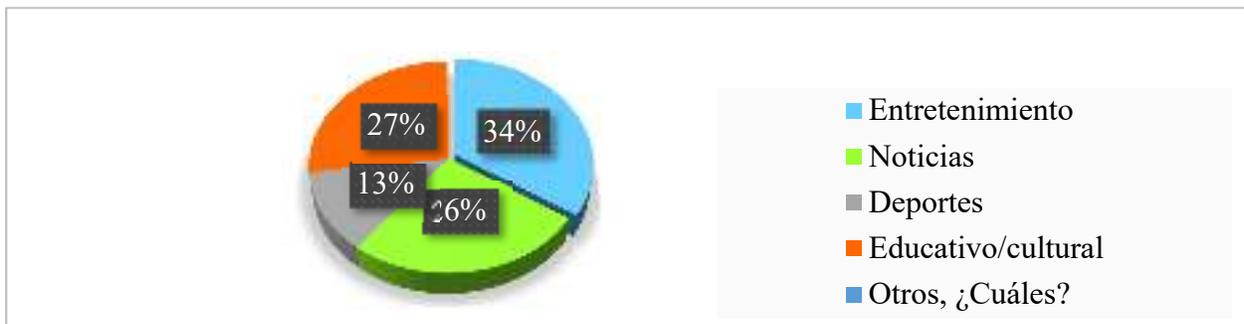
Frecuencia con la que consumen contenidos a través de los medios de comunicación.



Análisis: los ciudadanos del Cantón Vinces consumen contenidos a través de los medios de comunicación en un 38% de entre una y tres horas, el 37% de la población consume menos de una hora, un 18% indicaron de entre 3 y 5 horas, mientras que solo un 7% consume información en estos medios de comunicación más de cinco horas.

Figura 3

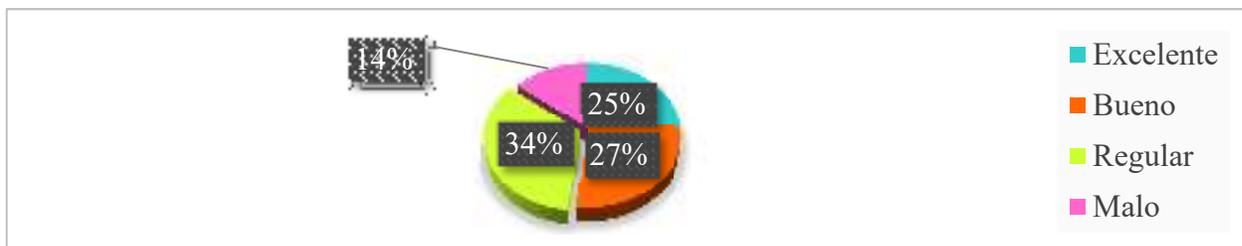
Tipos de contenidos en los medios de comunicación



Análisis: Los tipos de contenidos que prefieren consumir los ciudadanos del cantón Vinces se encuentran con un 34% los ciudadanos que prefieren el entretenimiento, con el 27% los contenidos educativos culturales, con un 26% las noticia y por último con el 13% los deportes.

Figura 4.

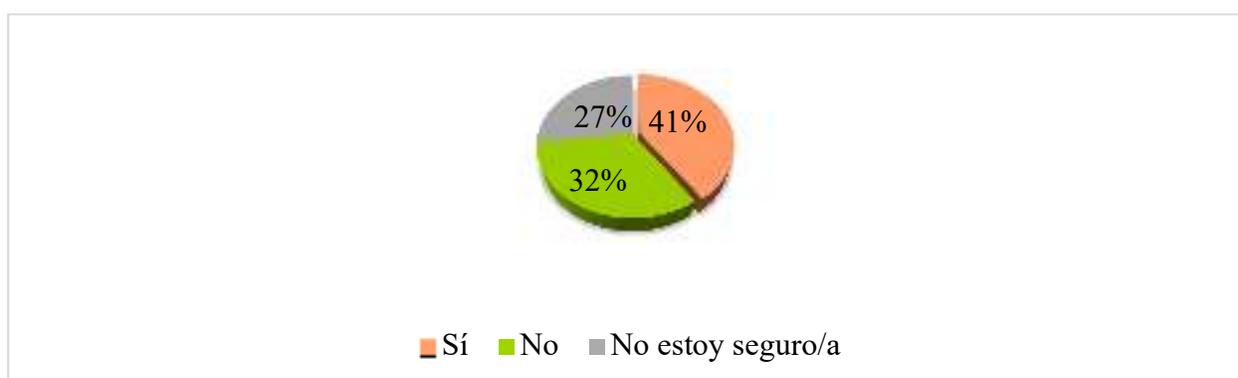
Calidad del contenido cultural



Análisis: el 34% de los ciudadanos del cantón Vinces calificaron la calidad del contenido cultural que consumen como regular, seguido de un 27% como bueno, un 25% de excelente y un 14% lo consideran malo al contenido de este tipo difundido por los medios de comunicación masivos.

Figura 5.

Amplia variedad del contenido cultural



Análisis: frente a esta interrogante los ciudadanos incidieron en un 41% que los medios de comunicación masiva si ofrecen una amplia variedad de contenido cultural, mientras que el 32% de la población indicaron que no y el 27 % no están seguros sobre si ofrecen o no una amplia variedad sobre este tipo de contenido.

Figura 6.

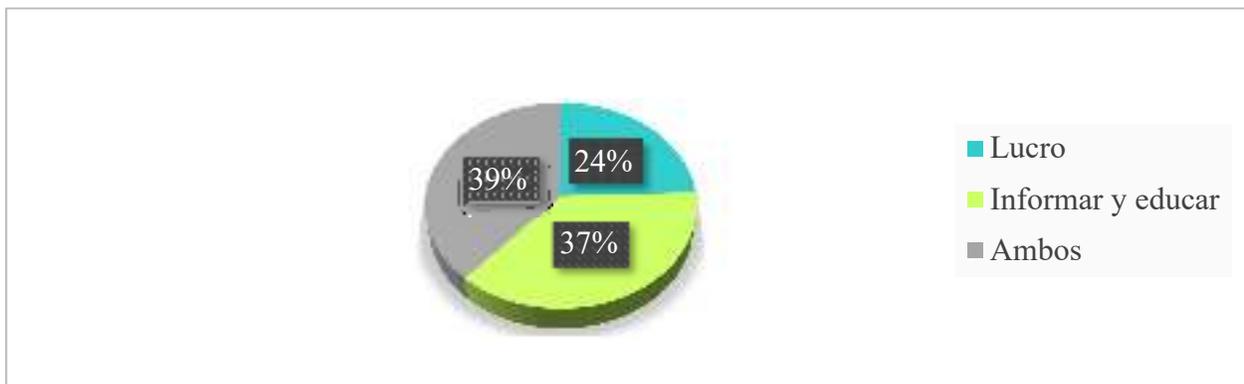
Responsabilidad de los medios de comunicación.



Análisis: El 55% de la población encuestada del cantón Vinces es decir más de la mitad consideraron que los medios de difusión masiva si son responsables de promover una cultura diversa y representativa, mientras que un 33% no están seguros sobre esta responsabilidad y el 12% indican que los medios no son responsables de promover la cultura.

Figura 7.

Objetivo de los medios de comunicación masivos



Análisis: los ciudadanos del cantón Vinces de la provincia de los Ríos consideraron en un 39% que los medios de difusión masiva son utilizados para ambos motivos como lucro, informar y educar, mientras que un 37% indicaron que los medios de difusión son utilizados para informar y educar, y un 24% de la población manifiestas que estos medios masivos son utilizados principalmente para el lucro.

Figura 8.

Campaña de difusión masiva sobre los aspectos culturales de la comunidad montubia.



3% indicaron no estar de acuerdo con esta propuesta.

2.2. Soluciones planteadas

Crear programas televisivos sobre la cultura, tradiciones y costumbres representativas de la comunidad montubia del cantón Vinces, los programas pueden incluir entrevistas a los miembros de la comunidad que tengan más años y que conozcan sobre la cultura ancestral que los caracteriza, para que estas sean transmitidas a las personas que habitan dentro o fuera del cantón, de tal manera que este tipo de contenido pueda llegar a una significativa audiencia, para su preservación a lo largo del tiempo.

Organizar festivales culturales, estos pueden ser presentados anualmente, para promover los aspectos culturales representativos de la comunidad montubia de este cantón, los festivales pueden incluir presentaciones artísticas de danza, música, comida típica, deportes y artesanías que los representen como comunidad montubia, esto además puede incluir que los medios de comunicación masivos como las redes sociales, la televisión el periódico y la radio hagan

transmisiones en vivo sobre este evento cultural para que personas que no puedan asistir lo puedan ver a través de internet.

Desarrollar programas educativos que enseñen a los niños y jóvenes sobre los aspectos culturales representativos de la comunidad montuvia para influenciar en ellos el amor por mantener sus tradiciones y costumbres que los caracterizan como miembros de una comunidad, estos programas pueden incluir talleres de arte y pintura, artesanías, historia, música y gastronomía.

Realizar recorridos culturales para promover el turismo local, para aquellos turistas que desean conocer sobre la cultura representativa de la comunidad montubia del cantón Vinces, estos recorridos pueden incluir visitas a lugares históricos, recreacionales, gastronómicos de esta comunidad, para que los visitantes puedan experimentar de forma directa las diferentes sensaciones y experiencias culturales de esta comunidad perteneciente al cantón Vinces de la provincia de los Ríos.

Crear un centro cultural, este centro puede ser utilizado como un espacio para la realización exclusiva de actividades culturales que representen a la comunidad montubia, efectuando talleres de arte, música, gastronomía, danza, deportes, presentaciones artísticas sobre la cultura montubia y conferencias. Además se puede utilizar como un espacio para la exhibición de arqueología cultural de la zona, y artesanías.

Colaborar con estaciones de radios locales del cantón Vinces para la producción de segmentos de programas sobre la cultura montubia, en donde estos segmentos presenten música

montubia, cuentos, mitos, leyendas tradicionales de esta comunidad y entrevistas con representantes de la comunidad montuvia del cantón para intercambiar conocimientos y aprender sobre saberes ancestrales. Además la publicación de artículos en periódicos locales que destaquen los aspectos culturales de esta comunidad, estos artículos pueden incluir reportajes sobre los eventos culturales que se realicen en el cantón.

2.3. Conclusiones

Los medios de comunicación mayormente utilizados por los ciudadanos del cantón Vinces son las redes sociales debido a que en la actualidad estos medios de comunicación masiva tienen un alto alcance y aceptación por parte de la sociedad, seguido de la televisión que aún se mantiene vigente como uno de los medios más utilizados, seguido por el periódico y la radio. El tiempo que las personas encuestadas dedican a utilizar estos medios de difusión masiva van de entre menos de una hora y tres horas diarias para mantenerse informados.

Los contenidos que prefieren consumir los ciudadanos del cantón Vinces que son transmitidos por los medios de comunicación masivos se encuentra el entretenimiento, las noticias y sobre educación cultural. Además los ciudadanos califican la calidad del contenido cultural que consumen a través de estos medio como regular y buena.

La mayor parte de los ciudadanos del cantón Vinces consideran que los medios de comunicación masiva si ofrecen una amplia variedad de contenido cultural, mientras que algunos

indican que no, así mismo más de la mitad de la población consideran que los medios de comunicación son responsables de promover una cultura diversa y representativa.

Los medios de comunicación masiva son utilizados principalmente con el objetivo de educar informar y para el lucro. Los ciudadanos casi en su totalidad están de acuerdo con que los medios de comunicación locales del cantón Vinces realicen una campaña de difusión sobre los aspectos culturales representativos de la comunidad montubia, debido a que esto permitirá dar a conocer a otras personas sobre su cultura, tradiciones y costumbres, para demás incentivar a los jóvenes a preservarla mediante la práctica.

Esta investigación permitió comprender la importancia de la comunicación masiva para la difusión de la cultura, identificar los medios de comunicación más efectivos para llegar a la comunidad montubia, evaluar la calidad del contenido cultural ofrecido por los medios y, finalmente, proponer una campaña de difusión masiva para promover los aspectos culturales de la comunidad montubia mediante la incentivación a los diferentes medios de comunicación locales de formar parte directa en el impulso para la preservación cultural, mediante un conjunto de reuniones con los diferentes gerentes y autoridades de los medios informativos.

2.4. Recomendaciones

Se debe fomentar la participación activa de los integrantes de la comunidad montubia del cantón Vinces en la difusión de su propia cultura esto se puede lograr mediante la organización de eventos culturales de talleres y capacitaciones que fomenten la practica para la preservación cultural montubia.

Crear materiales educativos sobre la cultura montubia del cantón Vinces, mediante libros, folletos, videos, sitios web y demás recursos multimediales que enriquezcan el contenido, en donde estos materiales puedan ser usados en los centros educativos para de esta manera promover la cultura, tradiciones y costumbres de esta localidad.

Fomentar la investigación y el estudio sobre la cultura representativa del cantón Vinces por parte de los académicos, estudiantes y por la comunidad en general, esto permitiría conocer aspectos culturales que ya no son practicados por las nuevas generaciones y mediante este estudio difundirlos para la preservación de los aspectos culturales que caracterizan a los ciudadanos montubios.

Los medios de comunicación locales del cantón Vinces deben de trabajar en estrategias que permitan desarrollar con efectividad la campaña de difusión masiva sobre los aspectos culturales de la comunidad montubia, para fortalecer la identidad cultural presente en la comunidad e incentivar el turismo en esta localidad que pertenece a la provincia de los Ríos.

BIBLIOGRAFÍA

Aldia. (14 de 06 de 2021). Vinces, París Chiquito, cultura y tradiciones. Aldia.com:

<https://www.aldia.com.ec/vinces-cultura-tradiciones/>

Bórquez, B., Luengo, X., Anguita, V., Bascuñán, L., Pacheco, I., Michaud, P., & Vacarezza, R.

(2020). Uso y difusión responsable de la información en pandemia: un imperativo ético.

Revista Chilena de Pediatría, 91(5), 794-799.

<https://doi.org/10.32641/rchped.vi91i5.2420>

Bustamante, E. (12 de 2017). Estudio de los recursos turísticos de la ciudad de Vinces y el aporte

al desarrollo local. dspace.utb.edu.ec: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/4283>

Cervantes, I. (26 de 09 de 2017). Qué es comunicación. Comunica y emprende.com:

<https://www.comunicayemprende.com/que-es-comunicacion/>

Delgado, I. (20 de 01 de 2021). Qué es la comunicación. significados.com:

<https://www.significados.com/comunicacion/>

Espinoza, J. (02 de 2020). Identidad cultural montubia como aporte al etnoturismo del cantón

Vinces. Dspace.utb.edu.ec: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8073>

- García, C. (2018). La difusión cultural y el fomento del capital cultural del estudiante universitario. *REencuentro*, 29(75), 177-198.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34060766009>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento. INEC:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/POBLACION+POR+SEXO,+SEGUN+PROVINCIA,+PARROQUIA+Y+CANTON+DE+EMPADRONAMIENTO/>
- Jaillier, É. (2020). *Comunicación, sociedad del conocimiento y ciudad*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. <https://doi.org/http://doi.org/10.18566/978-958-764-807-2>
- Machuca, F. (28 de 04 de 2022). Aprende qué son los medios de comunicación masiva y por qué son tan importantes. crehana.com: <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-son-medios-comunicacion/>
- Martínez, L., & Hernández, C. (22 de 12 de 2020). Difusión transcultural: qué es, tipos y características. <https://psicologiyamente.com/social/difusion-transcultural>:
<https://psicologiyamente.com/social/difusion-transcultural>
- Morales, A. (09 de 12 de 2019). Información. Todamateria.com:
<https://www.todamateria.com/informacion/>
- Muñoz, E. (2022). La cabalgata montubia y turismo cultural en el cantón Baba, Provincia de Los Ríos. Dspace.utb.edu.ec: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12118>
- Peiró, R. (08 de 04 de 2021). Comunicación. Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>

- Soengas, X. (2018). Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio y politización. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*(40), 1-3.
<https://institucionales.us.es/ambitos/los-medios-de-comunicacion-en-la-sociedad-actual-crisis-negocio-y-politizacion/>
- Walls, M. (2020). Aportes de la comunicación para la difusión del patrimonio cultural. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 25(1), 49-55.
[https://doi.org/http://doi.org/10.35742/rcci.2020.25\(1\).49-55](https://doi.org/http://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).49-55)

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN VINCES DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS CON EL PROPOSITO DE RECOPIRAR INFORMACIÓN Y RESPALDAR LA TABULACIÓN DE DATOS EN LA SUSTENTACIÓN DEL **PROYECTO** DIFUSIÓN MASIVA DE ASPECTOS CULTURALES DE LA COMUNIDAD MONTUVIA DEL CANTÓN VINCES, PROVINCIA DE LOS RIOS, AÑO 2023.

Objetivo general:

- Analizar la influencia de la comunicación masiva en la difusión de aspectos culturales en la comunidad montubia del cantón Vinces, provincia de Los Ríos, Año 2023.

ENCUESTA

Datos Generales:

Edad: _____

Género: _____

Selecciones las respuestas de acuerdo con su criterio personal

1. ¿Cuál es el medio de comunicación masiva más utilizado por usted?

Televisión ()

Radio ()

Redes sociales ()

Periódico ()

Otros, ¿Cuáles? _____

2. ¿Cuántas horas al día dedicas a consumir contenido a través de los medios mencionados en la pregunta 1?

Menos de 1 hora ()

Entre 1 y 3 horas ()

Entre 3 y 5 horas ()

Más de 5 horas ()

3. ¿Qué tipo de contenido prefieres consumir a través de los medios de comunicación?

Entretenimiento (películas, programas de televisión, música)

Noticias

Deportes

Educación/información

Otros, ¿Cuáles? _____

4. ¿Cómo calificaría la calidad del contenido cultural que consume a través de los medios de comunicación?

Excelente ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

5. ¿Crees que los medios de difusión masiva ofrecen una amplia variedad de contenido cultural?

Sí ()

No ()

No estoy seguro/a ()

6. ¿Crees que los medios de difusión masiva son responsables de promover una cultura diversa y representativa?

Sí ()

No ()

No estoy seguro/a ()

7. ¿Crees que los medios de difusión masiva son utilizados principalmente para el lucro o también tienen el objetivo de informar y educar a la población?

Lucro ()

Informar y educar ()

Ambos ()

8. ¿Está de acuerdo usted con una campaña de difusión masiva sobre los aspectos culturales de la comunidad montubia en los medios de comunicación local del cantón Vinces?

Si ()

No ()

Fotografías encuestando a los ciudadanos del cantón Vinces



