



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

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN:
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU
INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS
HABITANTES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA” DE LA
CIUDAD DE BABAHOYO.**

AUTOR:

DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE

TUTOR:

MBA. VALENTINO ARGUELLO TORRES

LECTOR:

MBA. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL

BABAHOYO – ECUADOR

2017-2018



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

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a personas que marcan de manera significativa mi corazón.

A mi madre, quién ha estado junto a mí; hasta en mis peores decisiones, apoyando cada error y cada acierto.

GRACIAS, YOLANDA MONSERRATE

A mi padre, colaborador de travesías y aventuras en mí vida universitaria.

TE QUIERO OLMEDO YÉPEZ

A mis hijos, la mayor motivación para seguir escalando triunfos.

GEIDAN Y DANTE

A mis hermanos quienes me acompañan y celebran cada una de mis ocurrencias, por el apoyo incondicional que nos brindamos y por la buena hermandad que representamos al momento de presentarse un problema a cada uno; pese a no venir todos del mismo vientre.

ALEX, KATIUSKA, ALAN Y JOAN

A la memoria de aquel hermano a quién voy a llevar por siempre en mi mente y mi corazón.

FRANKLIN RUBEN.

DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE



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

AGRADECIMIENTO

Las mejores cosas de la vida vienen de la mano de DIOS, mi agradecimiento eterno a Él; porque siempre actúa en el momento correcto.

Extiendo mi enorme gratitud a cada uno de los docentes que aportaron en los cuatro años de carrera universitaria el conocimiento basto para formarme como profesional.

A mi familia; agradezco la enorme comprensión brindada y prometo retribuir con todo mi corazón el tiempo que hice falta por estar pendiente en los asuntos académicos.

DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE



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

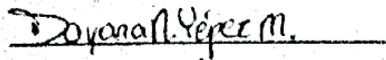


AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE**, portador de la cédula de ciudadanía **1207712702**, en calidad de autor del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Educación Mención **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.



DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE
CI. 1207712702



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN



CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

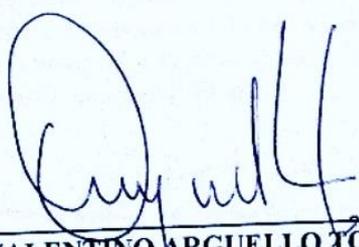
**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
SUSTENTACIÓN**

Babahoyo, 22 de Mayo del 2018

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, designación por el Consejo Directivo con oficio N°FCJSE-CS-ST0180, con fecha 10 de noviembre del 2018, mediante resolución N° CD-FAC.C.J.S.E-SO-010-RES-005-2017, certifico que el Sr. (a) (ta) **DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE**, ha desarrollado el Proyecto titulado:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodologías y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se procede a confirmar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.



**Msc. VALENTINO ARGUELLO TORRES, MBA.
DOCENTE DE LA FCJSE**



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



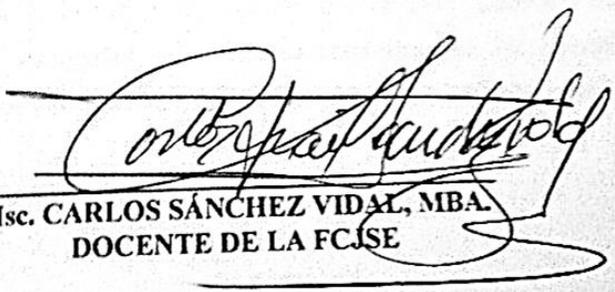
**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LECTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
SUSTENTACIÓN**

Babahoyo, 24 de Mayo del 2018

En mi calidad de Lector del Proyecto de Investigación, designación por el Consejo Directivo con oficio N°FCJSE-CS-ST0180, con fecha 10 de noviembre del 2018, mediante resolución N° CD-FAC.C.J.S.E- SO-010-RES-005-2017, certifico que el Sr. (a) (ta) **DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE**, ha desarrollado el Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formato, normas APA y demás disposiciones establecidas:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se procede a confirmar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.


Msc. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL, MBA.
DOCENTE DE LA FCJSE



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



RESUMEN

Se dice que la cultura es todo aquello representativo de un pueblo, país o región tal como festividades, desfiles, teatro, danza entre otras que sin embargo embellecen la vista de propios y extraños al visitar algún lugar. Ecuador tiene una cultura muy diversa, étnicamente se presencian los mestizos, indígenas, afroecuatorianos, y blancos; así como también consta con regiones que son Costa, Sierra, Oriente y la región Insular, todas con diversidades pluriculturales muy ricas.

Los medios de comunicación audiovisuales realizan un gran trabajo al fomentar la cultura a través de notas o reportajes culturales, promoviendo de esta manera la autoidentificación a cada uno de los ciudadanos que habitan en el país; sin embargo en la presente investigación se revelará el tipo de incidencia de los medios impresos en la identidad cultural de la ciudadela “La Ventura” en la ciudad de Babahoyo.

Entiéndase que al referirnos al término cultura no solo se quiere dejar al descubierto; la danza, religión, teatro, baile o pintura de la ciudadela “La Ventura”; sino también la corresponsabilidad de los medios impresos locales para; difundir, generar y fortalecer el amor por la familia, la comunidad y los valores culturales que los identifican y así mantener las costumbres de sus ancestros, dando una educación cultural a sus hijos.



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



ANEXO 8 ECG-CG -01

Babahoyo, 29 de mayo 2018

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTI PLAGIO

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo de la Sr. (a)(ta) **DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE**, cuyo tema es: **MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Anti plagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[7%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

1.1. INTRODUCCIÓN En la actualidad nos desarrollamos en una nación multiétnica y pluricultural, (el país de los cuatro mundos) se llaman ahora debido a sus estaciones, a sus espacios turísticos, a su flora y fauna, pero que además dentro de toda esa pequeña arquitectura que poseemos, quienes la invadimos tenemos el gran honor de trabajar en y por ella y de esta manera desarrollar nuestras habilidades en el ámbito que escogamos. La cultura, las tradiciones y las artes también tienen un papel fundamental en el país; cada provincia, ciudad, cantón, pueblo, parroquia, comunidad o barrio celebra en algún momento o días específicos su independencia, fundación o fiestas patronales respectivamente, con shows artísticos, casas abiertas, obras teatrales, exposiciones de pintura, folclor, juegos tradicionales, etc. Por ello, la presente investigación está enfocada con miras a la ciudadela “La Ventura” de la ciudad de Babahoyo; plantearemos la incidencia de los medios de comunicación escritos en la identidad cultural de esta zona que si bien es cierto desde la antigüedad eran tierras áridas de unas pocas personas quienes las utilizaban para la agricultura y ganadería, siendo así que familias de diferentes partes de la ciudad o país llegaban a invadir este lote construyendo chochachas o ramadas para cobijarse con sus hijos y esposas; hasta que con el pasar de los años se fue poblando totalmente y se convirtió en una ciudadela. Los medios de comunicación impresos en Babahoyo tienden a tener una línea poco cultural, en su estructura o cobertura periodística, centrándose más en información política, crónica roja y espacios de ocio o entretenimiento. Por esto daremos seguimiento a las publicaciones que nos conllevan con la identidad cultural de la zona mencionada antes para identificar los aspectos positivos o negativos del tema a tratar.

II. La identidad cultural debe ser vista en todos los lugares del país, así sea que esta se desarrolle en un

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

Msc. VALENTINO ARGUELLO TORRES, MBA.
DOCENTE DE LA FCJSE



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

RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO:
MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS
HABITANTES DE LA CIUDADELA "LA VENTURA" DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

PRESENTADO POR LA SEÑORA: DAYANA NINOSKA YÉPEZ MONSERRATE

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

Siete, ochenta y ocho (7,88)

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

Lcda. AMADA ZAMBRANO RODRIGUEZ, Msc.
DELEGADO DEL DECANO

Lcdo. ÓSCAR MORA MUÑOZ, Msc.
DELEGADO (A) DEL COORDINADOR DE LA
CARRERA

Lcdo. VÍCTOR ROMERO JÁCOME, Msc.
DELEGADO (A) DEL CIDE

Ab. Isela Berruz Mosquera
SECRETARIA DE LA
FAC. CC. JJ. SS. EE.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	III
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA SUSTENTACIÓN	IV
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE LECTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA SUSTENTACIÓN	V
RESUMEN.....	VI
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
1. INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	3
1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. Marco Contextual.....	3
1.2.1. Contexto Internacional	3
1.2.2. Contexto Nacional	5
1.2.3. Contexto Local.....	6
1.2.4. Contexto Institucional.....	7
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	7
1.4. Planteamiento del Problema	8
1.4.1. Problema General	8
1.4.2. Subproblemas o derivados.....	8
1.5. Delimitación de la investigación.....	9
1.6. Justificación	9
1.7. Objetivos de Investigación.....	11
1.7.1. Objetivo General	11
1.7.2. Objetivos Específicos.....	11
CAPITULO II - MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	11
2.1. Marco Teórico	12
2.1.1 Marco Conceptual.....	27

2.1.2.1. Antecedentes Investigativos.....	42
2.1.2.2. Categorías de Análisis.....	57
2.1.3. Posturas Teóricas	58
2.2. Hipótesis	63
2.1.2. Hipótesis General	63
2.2.2. Subhipótesis o Derivados	64
2.2.3. Variables	64
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	64
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	64
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.-	64
3.1.1. Análisis e interpretación de datos	66
ENCUESTA	67
3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	77
3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	78
CAPÍTULO IV.-	79
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	79
4.1.1. Alternativa Obtenida	79
4.1.2. Alcance de la Alternativa.....	80
4.1.3. ASPECTOS BÁSICOS DE LA ALTERNATIVA.....	81
4.1.3.1. Antecedentes	81
4.1.3.2. Justificación	84
4.2.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	85
4.3.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	86
4.3.3.1. Título	86
4.3.3.2. Componentes.....	86
COMPOSICIÓN DE LA PROPUESTA	87
4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA	89
Bibliografía	91
Anexos	3



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

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Medios y Notas.....	PAG. 58
TABLA 2 Subproblemas y Derivados.....	PAG. 59
TABLA 3 Análisis de recolección de información.....	PAG. 67
TABLA 4 Identidad cultural de tu pueblo.....	PAG. 68
TABLA 5 Historia de tu pueblo.....	PAG. 69
TABLA 6 Medios de comunicación que utiliza más.....	PAG. 70
TABLA 7 Periódicos locales.....	PAG. 71
TABLA 8 Significado de identidad cultural.....	PAG. 72
TABLA 9 Conocer sobre este tema.....	PAG. 73
TABLA 10 Información de tu pueblo.....	PAG. 74
TABLA 11 Influencia de los medios de comunicación impresos.....	PAG. 75
TABLA 12 Publicidad de tu localidad en medios de comunicación.....	PAG. 76
TABLA 13 Expectativa esperada dela promoción de tu localidad.....	PAG. 77
TABLA 14 Cronograma de horarios.....	PAG. 89



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

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Medios y Notas	PAG. 68
GRÁFICO 2 Subproblemas y Derivados	PAG. 69
GRÁFICO 3 Análisis de recolección de información.....	PAG. 70
GRÁFICO 4 Identidad cultural de tu pueblo.....	PAG. 71
GRÁFICO 5 Historia de tu pueblo.....	PAG. 72
GRÁFICO 6 Medios de comunicación que utiliza más	PAG. 73
GRÁFICO 7 Periódicos locales.....	PAG. 74
GRÁFICO 8 Significado de identidad cultural	PAG. 75
GRÁFICO 9 Conocer sobre este tema	PAG. 76
GRÁFICO 10 Información de tu pueblo	PAG. 77
GRÁFICO 11 Influencia de los medios de comunicación impresos.....	PAG. 87
GRÁFICO 12 Publicidad de tu localidad en medios de comunicación	PAG. 88

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad nos desarrollamos en una nación multiétnica y pluricultural, (el país de los cuatro mundos) le llaman ahora debido a sus estaciones; a sus espacios turísticos, a su flora y fauna, pero que además dentro de toda esa pequeña arquitectura que poseemos, quienes la invadimos tenemos el gran honor de trabajar en y por ella y de esta manera desarrollar nuestras habilidades en el ámbito que escojamos.

La cultura, las tradiciones y las artes también tienen un papel fundamental en el país; cada provincia, ciudad, cantón, pueblo, parroquia, comunidad o barrio celebra en algún momento o días específicos su independencia, fundación o fiestas patronales respectivamente, con shows artísticos, casas abiertas, obras teatrales, exposiciones de pintura, folclor, juegos tradicionales, etc.

Por ello, la presente investigación está enfocada con miras a la ciudadela “La Ventura” de la ciudad de Babahoyo; plantearemos la incidencia de los medios de comunicación escritos en la identidad cultural de esta zona que si bien es cierto desde la antigüedad eran tierras áridas de unas pocas personas quienes las utilizaban para la agricultura y ganadería, siendo así que familias de diferentes partes de la ciudad o país llegaban a invadir este lote construyendo covachas o ramadas para cobijarse con sus hijos y esposas; hasta que con el pasar de los años se fue poblando totalmente y se convirtió en una ciudadela.

Los medios de comunicación impresos en Babahoyo tienden a tener una línea poco cultural, en su estructura o cobertura periodística; centrándose más en información política, crónica roja y espacios de ocio o entretenimiento. Por esto daremos seguimiento a las publicaciones que nos conllevan con la identidad cultural de la zona mencionada antes para identificar los aspectos positivos o negativos del tema a tratar.

La identidad cultural debe ser vista en todos los lugares del país, así sea que esta se desarrolle en un pequeño recinto, todos tienen derecho a ser vistos y escuchados, conocidos y entendidos; los medios de comunicación son quienes tienen el deber de mostrar, de buscar esos lugares en donde se encuentra la exquisita cultura, un comportamiento idóneo de coterráneos que no olvidan su esencia y de esta forma transmitirla para que no se quede en el olvido y de a poco con el pasar de los años vaya desapareciendo.

Dejando el claro ejemplo a descendientes, que se verán en peligro, con el desarrollo social y tecnológico; dispuestos a elegir entre seguir cosechando los valores ancestrales y culturales o medirse en el mundo de la tecnología teniendo en cuenta que sería lo más probable; por ello estaría magnífico fusionar el avance tecnológico con el comportamiento cultural. Se podría dar a conocer todos los valores, tradiciones, y artes de un pueblo por medio de la tecnología.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

1.2. Marco Contextual

1.2.1. Contexto Internacional

La identidad cultural es un tema que traspasa fronteras; porque en cada rincón del mundo encontraremos diversos aspectos culturales, teorías ancestrales, etnias, y tradiciones diferentes que varían según la raza y costumbres de cada grupo humano, social, ancestral y hasta político; en donde los medios de comunicación impresos cumplen con su rol de informar esta diversidad de acciones alrededor del mundo.

Resulta de mucha importancia conocer e investigar la igualdad o semejanza que tenemos o representamos mundialmente entre países; y que más que lo hagan los encargados de esta profesión como es la comunicación social; la cual es tan amplia y se derivan un sinnúmero de especializaciones; pero esta vez se la reducirá o se abordará solo el espacio de comunicación impresa.

Según el portal web (Mexico, 2017) los 5 países del mundo con más influencia cultural son:

1- **Francia:** este país se encuentra en el puesto número 1 del ranking por su rico patrimonio cultural y artístico, al que se suma una importante gastronomía y una especialidad en los vinos. Sus museos, las obras de arte que allí residen, su arquitectura y paisajes y la multiculturalidad de sus habitantes hacen de Francia una hermosa nación cultural.

2- **Italia:** es el cuarto país más visitado del mundo, donde los turistas pueden encontrar pueblos y ciudades con un importante patrimonio arquitectónico y una fuerte tradición en cada una de sus comunidades. Italia también se destaca por sus vinos, su tradición culinaria y la moda que allí se produce: Milán se considera capital mundial en el sector.

3- **Estados Unidos:** es un país que no se asocia culturalmente a las tradiciones, sino al entretenimiento y el desarrollo social. Estados Unidos es un país muy rico y con una gran diversidad cultural, que se transmite a través de sus habitantes, muchos de ellos originarios de diversas partes del mundo.

4- **España:** es una de las naciones más interesantes de Europa por sus ricas tradiciones, su historia y la multiculturalidad de sus poblados. España es la cuna de algunos de los literatos y artistas más importantes del mundo, que han sido una enorme influencia para el mundo, colaborando en la construcción de los cánones artísticos.

5- **Reino Unido:** este estado unitario es uno de los más grandes referentes culturales de Europa, reconocido por su arquitectura, reflejada

en sus catedrales e iglesias; el estilo de vida de sus habitantes y las producciones literarias y musicales que han nacido en el sitio. Las costumbres inglesas son otra de las características que destacan del lugar.

1.2.2. Contexto Nacional

En el país se aborda extensa información de identidad cultural, y más aún en los medios de comunicación audiovisual, pero a quienes debemos resaltar es a los medios impresos; quienes son los actores de esta investigación. Y es que en los renombrados diarios o periódicos nacionales se puede diferenciar el afán por informar a la sociedad, encerrando la cultura como espacio predeterminado dentro de los ejemplares.

(Bastidas, 2013) menciona que la identidad cultural de un pueblo viene definida desde los tiempos inmemoriales a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, siendo parte esencial de la vivencia del ser humano, parte de una cultura dinámica con características variables e identidades muy propias, como: la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad; las relaciones sociales; la espiritualidad, ritos y ceremonias propias; los comportamientos colectivos; los sistemas de valores y creencias; sus formas propias y peculiares de atuendos, sistemas organizativas, etc.

Todos estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial producto de la colectividad, que han mantenido de generación en generación, como testimonio de un pueblo o civilización, para lograr una noción más amplia su cultura y definir su pertenencia identitaria, esos rasgos son que los hacen diferentes de unos con los otros.

Los problemas socio económicos del país, ha motivado que muchos miembros de las comunidades indígenas salgan a las grandes ciudades, como también fuera de la frontera

patrio, encontrando serios problemas culturales, sociales y económicos, los que generan un choque cultural; y, como resultado de este fenómeno de la migración es la aculturación, en el cual un pueblo o grupo de personas adquieren una nueva cultura o aspectos de la misma, generalmente a expensas de su propia cultura.

Día a día somos testigos de los procesos de aculturación en diferentes niveles y diferentes espacios, durante este proceso existe un intercambio de elementos culturales entre distintos grupos sociales, que genera la pérdida de la identidad cultural de los pueblos indígenas del Ecuador (aculturación), es una realidad que se vive en los últimos 20 años; sin embargo, las raíces ancestrales se transforman la base para la supervivencia y modo de vida cotidiana.

1.2.3. Contexto Local

La identidad cultural dentro de los medios de comunicación impresos no se ha abordado hasta el momento en nuestro ámbito local; por ello la realización de esta investigación marcará precedente y servirá para que nuevas generaciones tengan un planteamiento del incidente en la identidad cultural; y denotará si esta es negativa o positiva.

Sin embargo nuestra ciudad posee agradables sitios turísticos considerados culturales en donde las personas ajenas de la ciudad o coterráneas pueden disfrutar de estos espacios conociendo su historia y motivando a demás personas para que también lleguen a conocer estos sitios que demuestran tener identidad propia.

1.2.4. Contexto Institucional

La Universidad Técnica de Babahoyo cuenta con un departamento de cultura quien protagoniza los viernes culturales; haciendo obras teatrales, música, pintura, juegos tradicionales, entre otras actividades siendo un gran ejemplo de preservación de la identidad cultural, para los babahoyenses y autoridades municipales.

El presente trabajo de investigación el cual se lo realiza en la ciudadela La Ventura arrojará resultados que pueden beneficiar a otras comunas o barrios de la ciudad de Babahoyo debido a la información cualitativa y cuantitativa que obtendremos en la incidencia de la identidad cultural en los medios de comunicación impresos.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Vivir informados debe ser una necesidad en nuestros días, pero con el desarrollo tecnológico y la aparición de las redes sociales, esa posibilidad se reduce, sumado a la poca capacidad de informar y comunicar de los medios impresos convertidos casi en actores políticos, restan la capacidad comunicativa e informativa dentro de los espacios de la cultura, las tradiciones y las artes.

La ciudadela “La Ventura” es muy extensa en población por ello que su desarrollo se ha dado a pasos agigantados (en comparación a ciudadelas aledañas como el paraíso, puertas negras, entre otras); contando con supermercados, iglesias, espacio comunal, áreas de salud, deportes y recreación; los medios de comunicación impresos cumplen un rol importantísimo para que las sociedades tengan una condición humana decente, fortaleciendo la relación entre pueblos, fomentando el reconocimiento y respeto de la identidad cultural fundamentales para el desarrollo sostenible lo que se reconoce en documentos como la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural.

Es necesario dar a conocer más de esta ciudadela en la cual sus habitantes tienen costumbres tradicionales muy llamativas, personas humildes que día a día se esfuerzan por sacar a sus hijos adelante educándolos y guiándolos en senderos ejemplares como el teatro, la danza, hacer eventos culturales, sin excluir a nadie más bien incluyendo a todo aquel que desee formar parte y colaborar.

Los medios de comunicación impresos deberían interesarse más por conocer este sector de personas inteligentes, buenas, trabajadoras; que buscan compartir y ser conocidos o que sus actividades se muestren un poco más allá del kilómetro cuadrado del que viven.

1.4. Planteamiento del Problema

1.4.1. Problema General

- ¿De qué manera inciden los medios de comunicación impresos en la identidad cultural de los habitantes de la ciudadela “la Ventura”?

1.4.2. Subproblemas o derivados

- ¿Cuáles son las incidencias de los medios de comunicación impresos en la identidad cultural de los habitantes de la ciudadela “La Ventura” de la ciudad de Babahoyo?
- ¿Qué conocimientos tienen los habitantes de “La Ventura” sobre los medios impresos de Babahoyo?

- ¿Existe o no, una identidad cultural específica en los habitantes de “la ventura”?

1.5. Delimitación de la investigación

La investigación dio inicio desde el mes de Agosto hasta el mes de Diciembre.

Delimitación Espacial. - La investigación se la realizó en la ciudadela La Ventura de la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos.

Delimitación Temporal. - En el año 2017

Unidades de Información. - Los medios de comunicación impresos de la localidad (Tercer Día, Informativo Riosense, Impacto 2000)

1.6. Justificación

Es indudable que el noventa y nueve por cientos de las actividades humanas están ligadas a la comunicación, resulta estimulante analizar el nivel de incidencia en la identidad cultural de los medios impresos en la comunidad del sector “La Ventura”, del cantón Babahoyo. Es necesario conocer desde los inicios si los medios impresos de comunicación han evolucionado o involucionado, si están o no a la par del desarrollo social y tecnológico de las personas que los utilizan, y si, compiten con la ligereza o la brevedad con que se ponen de manifiesto las noticias en las redes sociales hacia las personas.

Para este proceso se debe considerar que la información y comunicación impresa pasa por una serie de procesos largos antes de llegar al lector, dentro de ese proceso pueda que pierda interés ante las redes sociales, la radio y la televisión. Por tanto, vale la pena destacar que la investigación es una ciencia y por excelencia la mayor aliada del conocimiento para que inciden de manera general en la identidad cultural de los habitantes.

Es claro que los tiempos han cambiado, que las sociedades no se estatizan, que los comportamientos individuales y colectivos han evolucionado, de allí que al realizar el presente trabajo de investigación arrojarán resultados para el análisis y el aprendizaje, siendo de vital importancia que los medios impresos locales establezcan un vínculo con la sociedad; pero esta vez se lo hará con la comunidad “La Ventura” para fomentar una correcta relación dentro del ámbito de la identidad cultural de esta zona; dando a conocer sus costumbres, religión y tradiciones que llevan desarrollando desde su aparición y además de fortalecer el amor por la familia, la comunidad y los valores culturales que los identifican para mantener las costumbres de sus ancestros dando una educación cultural a sus hijos y demás descendencia sobre su identidad.

A través de este proyecto de investigación se fomentará la comunicación impresa como principal medio para dar a conocer la identidad cultural, teniendo como principales beneficiarios a los moradores de la ciudadela “La Ventura”, parroquia Clemente Baquerizo del cantón Babahoyo, provincia Los Ríos, lo que nos permitirá conocer los principales motivos que inciden dentro del conocimiento de la identidad cultural de este sector.

Así como es de conocimiento que los tiempos han cambiado, las sociedades no se estatizan, los comportamientos individuales y colectivos han evolucionado, de allí que al realizar el presente trabajo de investigación arrojarán resultados para el análisis y el aprendizaje, por lo que la elaboración de la presente investigación se justifica plenamente.

1.7. Objetivos de Investigación

Mediante el presente trabajo de investigación se pretende lograr los siguientes objetivos:

1.7.1. Objetivo General

Identificar de qué manera los medios de comunicación impresos inciden en la identidad cultural de los habitantes del sector “La Ventura” en la ciudad de Babahoyo.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Plantear las incidencias de los medios de comunicación en la comunidad desde los puntos de vista cualitativo y cuantitativo y si esas incidencias son positivas o negativas en la identidad cultural de los habitantes.
- Conocer si los habitantes de la ciudadela “la Ventura” saben de la existencia de los medios impresos locales y si estas inciden en su identidad cultural.
- Mostrar los resultados de la investigación a los medios impresos para crear un vínculo con la comunidad que afiance la identidad de los habitantes del sector “La Ventura”.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

La incidencia de los medios de comunicación en el comportamiento social ha sido notoria, por eso se han venido realizando estudios cada año que sustentan la base del conocimiento en el tema. (Niño, 2011) Comenta:

 Especificar definiciones relativas a la comunicación social y especialmente los medios, es extensamente diverso en su dinámica; son formas seguras y expeditas de transferir una información a los grupos de sociedades. El origen de los medios de comunicación se muestra cuando socialmente es pensado y antiguamente, inicia con la comunicación oral hasta la quimera de la escritura. La importancia de la relación de los medios de comunicación social para “salvaguardar” la identidad nacional es el tema contenido en el siguiente trabajo.

 Definir a la comunicación social y a los medios es relativo, en especial si se trata de transferir información a los grupos y sociedades, el origen de los medios se presenta cuando es pensado socialmente, básicamente con la comunicación oral inicia toda forma de comunicarse hasta llegar a la escritura y la importancia de estos es vital para salvaguardar la identidad nacional.

La línea divisoria y la teoría de la continuidad

 Para profundizar un poco en el tema comunicacional, es importante acercarnos a los orígenes de la comunicación oral y también al de la comunicación escrita, para ello es

imprescindible analizar las dos grandes teorías que tratan de ilustrar la importancia de cada proceso, tanto el oral como el escrito, ya que el noventa y nueve por ciento de los actos del ser humano está considerado dentro del proceso de la comunicación humana.

Existen en la actualidad, dos grandes teorías que intentan explicar cómo se dio el paso de una sociedad oral a una sociedad escrita. La primera, denominada Teoría de la gran línea divisoria, explica cómo las sociedades orales definen una mentalidad diferente e inferior a las sociedades en las que la escritura es la principal forma de comunicación.

De esta manera creen que con la invención de la escritura, la humanidad ha dado un gran salto cualitativo muy importante, al dotarnos de procedimientos que son capaces de aumentar nuestras capacidades cognitivas. Con la escritura nuestro pensamiento se vuelve más reflexivo, más abstracto, más complejo y estructurado, y por ello la escritura crea una sociedad superior.

El origen de la escritura no se dio en forma sincrónica en el tiempo, estuvo localizada entre la revolución neolítica y la revolución urbana, donde conocemos cinco civilizaciones en las cuales se desarrolló la escritura:

Mesopotamia: Hace 8 mil años, escritura cuneiforme.

Egipto: Hace 4. 500 años, escritura jeroglífica.

El valle del río Indo, hace 4000 años, escritura jeroglífica.

Asia: Hace 3 mil años, escritura ideográfica.

Mesoamericanas: Hace 1800 años.

La segunda teoría, conocida como Teoría de la continuidad niega la superioridad de la escritura frente a la oralidad y defiende la idea de que ambos tipos de comunicación, oral y escrita, son medios lingüísticos equivalentes. En esencia, ambos derivados del lenguaje tienen funciones similares, sin embargo se pueden especializar y por ello no existe una diferencia cognitiva.

Ahora bien, tanto en la escritura oral como en la escrita, predomina la intención de comunicarse los individuos los unos con los otros, forjando lazos o relaciones entre las sociedades, acrecentando el principio de identidad, accediendo al conocimiento y fomentando el principio de la comunicación que no fue algo espontáneo, sino el resultado de un largo proceso.

Lo curioso de todo esto es que la comunicación no se la empieza a estudiar siendo tan antigua, sino hasta después de la segunda guerra mundial, siendo los años sesentas cuando se produce lo que puede ser denominado como el Boom de las investigaciones sobre comunicación al ocurrir el salto cualitativo de los trabajos iniciados algunas décadas atrás. Dentro de los procesos de comunicación el tema de la identidad nacional es digno de ser tomado en cuenta, porque no es una cuestión del azar, tiene sus cimientos con el origen de la humanidad.

La identidad nacional es el resultado de precisar en el fuero interno individual la pertenencia a una comprobada condición social. En este carácter los medios de comunicación se tornan en el instrumento indispensable del Estado, idónea de influir en la formación de identidad nacional. Los prejuicios y la discriminación son componentes medulares para el entendimiento de la identidad nacional, así como las influencias de los valores culturales por intermedio de la comunicación social, también son factores que intervienen en la identidad nacional entre otros; todos transmitidos por los diferentes medios, prensa, radio y televisión principalmente. (Niño, 2011)

Los medios de comunicación social son los instrumentos principales para el Estado, en cuanto a preservar la identidad nacional porque por medio de ellos se dan a conocer; prejuicios y discriminación que son componentes medulares para el entretenimiento de la identidad nacional incluyendo también la influencia de valores culturales todos estos

factores son transmitidos por algún medio sea este radio, prensa y principalmente la televisión.

Ahora bien, los medios de comunicación social son esenciales para difundir aquellas supuestas cuestiones comunes que coadyuvarían con una formación de identidad, visto su gran alcance, su influencia masiva sirve para lograr el rescate en el caso de suponerse perdida la identidad nacional o en el afán de masificar el nacionalismo sentimental de los elementos esenciales del Estado actualmente concebido, convirtiéndose éstos en elementos tradicionales. (Niño, 2011)

Los medios de comunicación tienen el trabajo de ayudar a la formación de la identidad nacional como también de influenciar para el rescate de la misma en el caso de verse perdida, como bien se sabe que tiene el poder de mover masas debido a su gran alcance también se debe saber que los medios en su afán de masificar el nacionalismo sentimental de los elementos esenciales de un Estado concebido.

(Niño, 2011) Expresa que el mundo ha ido comprobando como a mayor manipulación de los medios de comunicación lograba más raudamente una identidad colectiva en el pueblo que lo conforma y lo exterioriza en el marco de las relaciones internacionales. El rescate de la identidad nacional depende casi absolutamente de los medios de comunicación social y son el reflejo de los individuos que conforman los grupos humanos de un país.

El mundo ha ido comprobando la manipulación de los medios de comunicación logrando una identidad del pueblo que lo conforma y lo exterioriza en las relaciones internacionales. La identidad nacional depende casi en su totalidad de los medios de

comunicación ya que ellos son el reflejo de los individuos que forman parte de los grupos de un país.

Por ejemplo, R. Rodríguez Gutiérrez expresa: “Los medios de comunicación juegan un papel de suma importancia dentro de la preservación de la identidad nacional dentro de la sociedad, ya que es basada en todo lo que tiene que ver con la forma en cómo los individuos interactúan y cómo influyen los unos sobre los otros, porque conlleva a que la comunicación es el portador básico del proceso social”.

Los medios de comunicación son los responsables de preservar la identidad nacional de la sociedad, porque estos demuestran o tienen la función de influir o mostrar la interacción con las demás personas ocasionando que la comunicación sea el principal portador del proceso social dentro de la comunicación.

Es por ello que los medios de comunicación han contribuido a fortalecer nuestras costumbres y los principios de moral pública y privada, al tiempo que han presentado el proceso educativo como factor decisivo para la realización de una sociedad verdaderamente nacional. La televisión, el cine y la radio deben fortalecer en forma progresiva el amor por la familia, la comunidad, la patria y por aquellos valores que nos identifican. (R. RODRIGUEZ, 2013)

El rol que desempeñan los medios de comunicación en cuanto a la preservación de la identidad cultural nacional es vital para la sociedad, porque el contenido que emiten en sus estaciones radiales, televisivas, va a incidir en el comportamiento humano, un medio de comunicación responsable hace o forma un vínculo responsable en toda aquella persona que recepte sus programaciones.

Isabela García Ortiz nos dice “cuál es la verdadera función de los medios de comunicación impresos y cómo estos afectan la identidad cultural y política: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, lo que implica el derecho a no ser molestado por sus opiniones y por buscar, recibir y propagar, sin consideración de fronteras, informaciones y opiniones por cualquier medio de expresión” Declaración Universal de los Derechos Humanos. Art. 19. (Ortíz, 2014)

La declaración de los derechos humanos manifiesta que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión por lo cual Isabela Ortiz nos dice cuál debe ser la verdadera función de los medios de comunicación impresos y como afectan la identidad cultural y política.

En las novelas, por ejemplo, se muestra una supuesta realidad que nos invita a ser violentos y a aspirar a ser personajes que solo le hacen mal a la sociedad, papeles que son irreales y no muestran realmente las consecuencias de sus actos, sino que hacen verlos como súper héroes y de eso, no tienen nada.

La verdadera función de los medios de comunicación según (Ortíz, 2014) es:

¿Cuál es su verdadera función?

Entretener: proporcionar un espacio de diversión.

Enseñar: así la población conoce mejor la realidad y aprende.

Formar opinión o influir en ella: concienciar, manipular, sensibilizar o movilizar.

Socializar: formar consenso, que la población esté de acuerdo en diversos aspectos y compartir información común que integre y nos una.

Marketing: la publicidad o la misma información publicada predisponen a la población a la demanda (o no) de un producto o un servicio.

¿Cómo los medios de comunicación afectan la identidad cultural y política? Habitualmente se critica que la mayoría de los medios han priorizado las funciones de entretenimiento y marketing porque es el ingreso económico más seguro.

Como podemos observar hoy en día los medios de comunicación no se centran en el propósito ético y moral que les corresponde, sino más bien en cuanto o que sería lo que beneficie el ingreso monetario del medio, obviando razones que deben ser primordiales para la sustentación de un pueblo, de una sociedad y hasta de un país.

(Ortíz, 2014) Expresa que el auge de los medios de comunicación ha hecho posible el acortamiento de las distancias, manteniéndonos vinculados al resto del mundo. No obstante, producen un degradamiento en la sociedad. Actualmente los medios se han convertido en "jueces de la verdad", son ellos quienes deciden y dictan modas, consumos, modelos de vida. Establecen que es lo correcto y qué es lo incorrecto, y deciden cuales son los hechos importantes y trascendentes del mundo.

Ha sido favorable la comunicación para el mundo porque logró acortar distancias, sin embargo produce un degradamiento en la sociedad siendo estos los protagonistas o los

jueces de la verdad don quienes dictan modas, consumos, modelos y comportamientos de vida; estableciendo que es lo correcto y que no.

Los medios son considerados únicos portadores de la verdad. Influyen en la educación de los niños y jóvenes y en la formación de la opinión pública. (Ortíz, 2014)

Por su parte (Guerrero, Ramírez, & Epi) sostienen: “Con una diversidad cultural rica y exquisita, América latina debe de unir esos esfuerzos y saber mezclar los intereses políticos, económicos y sociales; para lograr el desarrollo y la democratización de los medios de comunicación y las industrias culturales.

Ellos expresan que con lo diverso y rico y cultural que es nuestro país y en especial América Latina se deben unir esfuerzos y mezclar todos los intereses tanto políticos como económicos y sociales para tener una democratización en los medios y un desarrollo en las industrias culturales.

Mientras que Pilar Figliozi dice: “Los medios de comunicación cuentan con características positivas, y negativas. En la primera, posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta de forma inmediata. También hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos no desaparezcan por completo. En la segunda, recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, estos medios de comunicación, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión. (Figliozi, 2008)

Existe lo positivo y lo negativo en los medios de comunicación, lo positivo es la habilidad o rapidez con que se ponen de manifiesto las noticias que suceden en el mundo, seguido de la comunicación es que hace que muchas elaciones se mantengan unidas o por lo menos no desaparezcan; lo negativo de esto es que se usa la información a beneficio común o propio manipulando a su antojo.

(Giménez, s.f.) Señala que la “identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad. Lo cual resulta más claro todavía si se considera que la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los “otros”, y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos.” Y añade que “la identidad no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores.”

La identidad no es más que los rasgos culturales diferenciados que le vemos a los otros, es un lado subjetivo llamado cultura que se encuentran en nuestro entorno social o sociedad, considerando que si se requiere marcar fronteras los unos con los otros se utiliza la cultura interiorizada en forma específica.

(Innerarity, 2003) El periódico el País realiza una crítica sustentando el tema identidad y medios expresando que: se ha hablado mucho acerca de la construcción de la realidad que llevan a cabo los medios de comunicación, menos sobre el modo como realizan esa construcción y casi nada en torno al hecho de que esas prácticas sociales también construyen de alguna manera a quien observa.

Los medios de comunicación hablan de la construcción de la realidad pero no exteriorizan el cómo llevan a cabo tal construcción dejando de considerar el hecho de que estas prácticas también construyen de alguna manera a quien consume de ellos en este caso la sociedad.

Al igual que la realidad no es algo completamente exterior a lo que los medios nos dicen de ella, el sujeto que mira por ellos tampoco está plenamente construido antes de mirar. La realidad del observador es configurada a través de lo que observa y de acuerdo con el modo en que se lleva a cabo esa observación. Se comienza mirando de un determinado modo y se termina siendo así, podría advertir la admonición correspondiente. (Innerarity, 2003)

Los medios no nos dicen la realidad como su palabra lo indica, sino que muestra o manipula la información del modo en cómo quiere que los consumidores la vean, pero también depende del modo en que el consumidor la observe lo que podría ocasionar una advertencia a quien corresponda.

(Innerarity, 2003) El que mira a través de las pantallas se construye a sí mismo en ese continuado acto de mirar y, según sea su mirada, termina comportándose, por ejemplo, como un ciudadano crítico o como un consumidor desencantado, se identifica con un grupo o con otro y esa identificación adquiere un matiz reflexivo o emocional, indiscutible o negociable. No hay tanto noticias indignantes como mensajes que al emitirse configuran un sujeto colectivo capaz de indignarse, no hay un público ansioso de entretenerse sino una industria del entretenimiento tratando de construir un colectivo que experimente esa necesidad.

Los medios de comunicación ofrecen pero de ahí depende solo de aquel individuo que observa el contenido si termina comportándose de igual manera o solo lo hace para entretenerse porque él ya tiene su personalidad definida y no hay emoción que lo haga cambiar.

Por tanto (Jullien, 2017) en su libro *La identidad cultural no existe* expresa que:

La identidad cultural es, al parecer, una muralla contra la amenazante uniformización del afuera y contra los comunitarismos que podrían minarla desde dentro. ¿Dónde encontrar entonces el equilibrio entre la tolerancia y la asimilación, entre la defensa de una singularidad y la exigencia de universalidad?

La identidad cultural es lo que aparenta ser de quien le convenga siendo cual sea el que pueda destruirla estando del lado del comunitarismo o los de afuera, no se encuentra entonces un equilibrio que sujete la verdadera identidad cultural en la sociedad por ello afirma que esta no existe.

(Jullien, 2017) Insiste en que este debate concierne sobre todo a Europa, asaltada de repente por dudas con respecto al ideal de las Luces. En general implica la relación de las culturas entre sí y lo que puede ser su futuro. Ahora bien, creo que en este caso confundimos los conceptos: no puede tratarse de <<diferencias>> que aíslan las culturas sino écarts, que las sitúan frente a frente y en tensión, que promueven lo común entre ellas.

Esta cuestión no nos emerge tanto a nuestro país debido que el debate por las dudas con respecto al ideal de las luces esta dado en Europa, implicando la relación de las culturas entre si y lo que puede ser su futuro, se cree que los conceptos están confundidos y que no puede tratarse de diferencias que aíslan culturas sino los écarts que promueven lo común entre ellas.

Tampoco puede llamarse de la idea de <<identidad>> ya que lo propio de la cultura es mutar y transformarse sino de fecundidades, o de lo que yo llamaré <<recursos>>. Pues, aunque es cierto que tales recursos nacen en el seno de una tradición y de una lengua, en un medio determinado y en un paisaje concreto, después quedan a disposición de todo el mundo y no le pertenecen a nadie. (Jullien, 2017)

Como indica, la identidad cultural sí viene de tradiciones culturales, de una lengua, de un medio determinado y un paisaje en concreto; sin embargo todo individuo al nacer tiene la libre voluntad de decidir a cual acoplarse porque quedan a disposición de todo el mundo y no le pertenecen a nadie.

(Pamela & Santiago, 2011-2012) Nos relatan sobre la investigación del periodismo cultural objetando que el interés académico por este subcampo periodístico es inexistente en Ecuador. No obstante, desde una perspectiva etnográfica, el trabajo La construcción de la noticia: corrupción y piponazgo (2003), de Silvia Rey, evidencia los mecanismos que utilizan los periodistas y medios de comunicación para construir las notas que circulan diariamente.

La investigación por la cultura (periodismo cultural) dentro del campo de la comunicación social es escasa no existe un interés académico en el país por este lado, sin embargo en la construcción de la noticia se palpa los mecanismos que usan los periodistas para elaborar la noticia que circula a diario.

En esa línea, entre otras cuestiones se pregunta: de qué o de quién depende los enfoques que se imprimen en la información, y cuáles son los criterios que definen los temas a ser abordados. El caso de estudio que toma esta autora es uno de carácter político, y, tal como en esta investigación, se enfoca en la producción noticiosa que generó el diario Hoy considerando que se trata de un periódico con énfasis en lo político. Por otras latitudes, las experiencias son diversas y de variados acercamientos. (Pamela & Santiago, 2011-2012)

Muchas veces los enfoques periodísticos de las noticias no dependen del periodista sino del productor de noticias quien considera que hecho noticioso es verdaderamente relevante para el medio y la sociedad y cual no, haciendo énfasis solo en la política por lo cual las experiencias son diversas.

(Pamela & Santiago, 2011-2012) En relación directa con la investigación aquí desarrollada está el trabajo “¿De qué se constituye el hábitus en la práctica periodística?” (1995), de Cecilia Cervantes Barba, en el cual se plantea una búsqueda de articulación entre la sociología del periodismo y la sociología reflexiva propuesta por Bourdieu.

(Pamela & Santiago, 2011-2012) dicen que la entrada metodológica se basa en la categoría hábitus, misma que resulta ideal en el análisis empírico sobre producción noticiosa ya que ayuda a señalar que la noticia es, en buena medida, producto de las exigencias organizacionales o corporativas de la empresa que la elabora, de tal forma que la práctica periodística adquiere autonomía relativa con respecto a las determinaciones externas provenientes, sobre todo, de los grupos de poder

público que actúan como fuentes y que se encuentran organizados de acuerdo con exigencias e intereses propios.

Los periodistas son las marionetas de ejecutivos, políticos, empresas corporativas; todas estas exponen sus exigencias de acuerdo al auge que entorne una noticia para el beneficio de ellos, entonces aquí no se implica un ideal empírico sobre producción noticiosa sino un requerimiento organizacional.

En estrecha cercanía con la noción de cultura que construyen los medios de información masiva, está “Escenario, Butaca y Ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural” (2006), trabajo de Elkin Rubiano en el cual, mediante un análisis de contenido de tipo estadístico -realizado a dos periódicos y dos revistas colombianas-, determina que la práctica profesional del periodismo cultural mantiene una limitada autonomía frente a la lógica económica de las industrias culturales, lo que la reduce a los eventos periódicos que se ofertan en los medios y descuida las posibilidades de entenderla en su dimensión de pluralidad, conflictos y procesos. (Pamela & Santiago, 2011-2012)

En un análisis de contenido estadístico realizado a dos periódicos y dos revistas colombianas, determino que la práctica del periodismo cultural se mantiene limitado frente a la lógica económica de las industrias culturales, lo que hace cubrir solo eventos periódicos que se ofertan en los medios.

(Pamela & Santiago, 2011-2012) Mantienen que del trabajo de Rubiano, se recoge aquello que indica que la limitada autonomía de la práctica del periodismo cultural en relación con condicionantes de mercado, la reducen a su aspecto de revisión y oferta factual de los acontecimientos culturales.

La práctica del periodismo cultural se reduce a una breve revisión y oferta factual de lo que acontece gradualmente, en relación con lo que se suscita a diario en el mercado que genera por lo visto más ingresos y acogida que la información de carácter cultural lo que no le molesta ni oprime a la sociedad.

El trabajo *Una aproximación teórica al periodismo cultural* (2000), de María J. Villa, se enfrasca en la tarea poco sencilla de delinear un marco teórico pensando al periodismo cultural en su confluencia entre periodismo y cultura, y se apoya en los aportes que, para entender la problemática de la cultura en relación con la sociedad, hacen la sociología y la semiótica y la conjunción de ambas en ese espacio plural y dialógico de la socio-semiótica, que da en la actualidad las pautas para el estudio de los textos, los discursos y el cruce de ambos; o sea, el amplio campo de la interdiscursividad. (Villa, 2000)

La interdiscursividad está compuesta por el cruce del periodismo y la cultura, siendo esto objeto de investigación para entender la problemática de la cultura en relación a la sociedad, haciendo que la sociología y la semiótica den las pautas para el estudio de los textos.

(Villa, 2000) Tal como la autora, el trabajo que se ofrece aquí observa al periodismo como un campo y al periodismo cultural como un subcampo o campo especializado, y se vale de sus aportes sobre las concepciones que el periodismo cultural tiene de la cultura en sus dinámicas de producción.

También, la autora se apoya en los aportes que desde la sociología de la cultura hace Raymond Williams (1981) y concluye apuntando que en la relación periodismo - cultura es imprescindible tomar en cuenta que

dicha disciplina se ocupa de las instituciones culturales de acuerdo a tres enfoques: 1) el de las instituciones sociales y económicas de la cultura y la definición de sus “productos”; 2) el del contenido; y 3) el de los efectos.

En la relación periodismo – cultura es indispensable tomar en cuenta tres enfoques el de las instituciones sociales y económicas; lo que implica la hegemonía y el poder, el del contenido; que indica que aspecto se puede visualizar y por últimos el de los efectos; que causan en la sociedad.

2.1.1 Marco Conceptual

¿Qué son los medios impresos?

Un medio de comunicación impreso es aquel que tiene un tiraje y su contenido se basa en texto e imágenes. Nos referimos a las revistas, periódicos, diarios, y en general a todas las publicaciones que se encuentren impresas en papel y que tengan como objeto informar. (Alejoojaj, 2013)

Aquí se ubican los periódicos, las revistas, folletos, trípticos, volantes y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Requieren de un sistema complejo de distribución, que hace que no todo el mundo pueda acceder a ellos. Sin embargo, su efecto es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados

a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad. (WORDPRESS, 2010)

Evolución de los medios impresos

La invención del alfabeto, favoreció a los hombres de gran manera porque aprender a leer y escribir fue más fácil y la comunicación impresa estuvo al alcance de más personas. Con la introducción de la imprenta la producción de libros se multiplicó. En Alemania, más de 150 años después apareció por primera vez un diario. (Bárbara, S/F)

La Imprenta

Durante los siglos de la Edad Media, junto con la invención del papel, los chinos dieron los primeros pasos en el desarrollo de la imprenta. Buscaron un procedimiento que, en lugar de copiar los escritos a mano, les permitiera obtener muchas reproducciones iguales de un mismo original. La solución fue a labrar los caracteres de una página en una plancha de madera, de manera que éstos sobresalieron. Después entintadas la plancha y aplanaban sobre ella hojas de papel. Como ves, es un sistema parecido a los sellos de hoy en día. (Bárbara, S/F)

El sistema que se desarrolló sucesivo a la invención del papel por los chinos fue el de manipular grandes planchas entintadas para aplanarlas sobre las hojas de papiro y de esta manera mostrar las escrituras impregnadas de forma que permitiera obtener muchas reproducciones de un original dando lugar a la imprenta.

La Revista

También del XVIII es la institución del semanario o censor, que incluía descripciones de modas y costumbres, acompañadas de crítica social y moral. Si bien su objeto no era literario, a veces la calidad de sus prosas alcanzaba tal carácter. Los espectáculos también promovieron la publicación de revistas que, junto con las noticias y reseñas del acontecimiento, podían servir para acreditar una tendencia literaria. En 1804, Andrés Miñano fundó, sin demasiada repercusión, un Diario de los Espectáculos, revista que defendía los ideales del clasicismo ilustrado y en la que, entre otros, escribió Leandro Fernández de Moratín. (Soto, 2016)

Diario y periódico

El diario es un medio de comunicación impreso, de aparición diaria, que contiene información sobre todas las áreas temáticas de interés general. Entrega información, opiniones, análisis y artículos entre otros. Los periódicos son publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias, al igual que los diarios.

Un periódico es una publicación editada normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias. El periódico además puede defender diferentes posturas públicas, proporcionar información y consejos a sus lectores y a veces incluye tiras cómicas, chistes y artículos literarios. (Alejoojaj, 2013)

El libro

Los primeros libros consistían en planchas de barro que contenían caracteres o dibujos incididos con un punzón. Se cree que las primeras civilizaciones en utilizarla fueron los pueblos de Mesopotamia, como los sumerios y los babilonios. (Bárbara, S/F)

Cultura

Veamos la definición clásica de cultura de Tylor “cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, el derecho, las costumbres...”Sin embargo la cultura no es una colección de rasgos y piezas sueltas. Si lo fuera sería muy fácil para el antropólogo su trabajo ya que podría perfectamente ir a un determinado pueblo y “juntar los rasgos de su cultura”: vasijas, vestimenta, ritos, oraciones, armas, etc., La cultura no es una mera colección de objetos y costumbres varias sino que hay que considerarla como un sistema.

Sistema es algo más que la suma de las partes, sin elementos interrelacionados de tal manera que forman una estructura particular y un todo. Dos sistemas pueden tener los mismos elementos pero al estar relacionados de diferente manera, resultan ser totalmente distintos. Así si quiero dar cuenta de un sistema, por ejemplo si quiero estudiarlo, no tengo solamente que enumerar los elementos sino que explicar cómo están relacionados entre sí.

La cultura es una manera particular de interrelación de los elementos integrantes. Por este motivo el trabajo antropológico tiene su dificultad ya que tiene de encontrar la manera precisa en que se unen, integran, oponen, ocultan, los elementos de una cultura

precisa. Por lo tanto la cultura puede ser también definida como la suma total integrada de rasgos de conducta aprendida que son manifestados y compartidos por los miembros de una sociedad (Adamson Hoeble E. 1993).

El ser humano es el único en poseer cultura, la cual se hereda socialmente. El niño desde el primer momento que llega al mundo entra en contacto con su cultura y se va moldeando (aculturando). Así la cultura es una invención humana y una herencia social. Se contrapone con la herencia biológica, la herencia de los rasgos físicos, por ejemplo, así como de los instintos innatos y reflejos. En el hombre y la mujer no se heredan biológicamente las conductas sino que son aprendidas dentro de una cultura determinada. (Infantes)

Cultura es la manera de convivencia de cada ser humano dependiendo su forma de vida, sus costumbres, sus etnias con respecto al entorno social.

(Tylor, 1871) Afirma que la cultura es un "todo complejo", un vasto y variado conjunto de rasgos que define la forma de vida de una sociedad en un período histórico. Y está en contraste con el sistema político y económico.

(Geertz, 1973) Afirma, que la cultura es un "documento actuado", un sistema entrelazado de señales construibles. Danza, escritos, pintura, partitura, son actividades culturales; son acciones significativas que producen objetos significativos que demandan interpretación. Si tenemos en cuenta que el análisis de Cultura no sólo contiene las acciones, objeto y enunciados, sino también las relaciones en que éstos se ubican y relacionan, permitiría determinar la base de la cultura como: concepción estructural de la cultura.

Al respecto (Juan TOMÁS FRUTOS, 2003) en; **los medios de comunicación, la cultura, la educación y el aprendizaje** plantean que:

El sector que abarcan hoy en día los medios de comunicación es tan amplio y complejo como las propias sociedades a las que sirven. Los profesionales de estos medios tienen en sus manos una gran herramienta, la información y la comunicación, que afecta a toda nuestra vida: nuestra manera de trabajar y de negociar, de educar a nuestros hijos, de estudiar e investigar, de formarnos y entretenernos.

En palabras de Kofi Annan, ex Secretario General de Naciones Unidas, "de lo que se trata no es de lograr más información en más lugares, sino de instaurar una sociedad de la información - abierta y sin exclusiones - en que los conocimientos brinden capacidad a todos los pueblos y sirvan para mejorar la condición humana. (Juan TOMÁS FRUTOS, 2003)

(Gómez, 2014) Declara que sobre todo a partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y no tuvo rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información, esto incluye la tecnología. El nacimiento de ésta herramienta marcó el principio de lo que se define: comunicación masiva.

(Cordicom, 2015) Indicó Medios Impresos: el 5% de contenido intercultural será calculado del total de páginas de cada publicación diaria. La misma regla se aplica para la publicidad, excepto los anuncios clasificados. En el caso de los medios impresos que no tengan circulación diaria, el 5% se contabilizará del total de páginas de la edición publicada en el período correspondiente.

(CABALLERO, 2014) En un periódico electrónico de México expresó "Me parece que lo anterior forma parte de lo que ocurre en el país, una especie de decadencia que

abarca todas las áreas de la vida pública, incluida la de la cultura: la educación desplomada tanto en calidad como cantidad”, también dijo “Hay intentos de hacer ferias del libro en otros estados sobre todo en los últimos cuatro años, como un recurso lo observo con detenimiento, los gobiernos tratan de hacer creer que las cosas están tranquilas en sus localidades”.

Richard Kapuscinski, Ética Periodística Y Servicio Público

El tema es fundamental ahora que tantas nuevas voces han emergido en el periodismo digital. Una manera para que los periodistas profesionales se diferencien de los demás es por su ética profesional y por sus estándares de la investigación y la verificación de la información.

El gran periodista polaco, Richard Kapuscinski, escribió sobre estos temas en su libro, “Los cínicos no sirven para este oficio”.

Creo que para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias.

Y convertirse, inmediatamente, desde el primer momento, en parte de su destino. Es una cualidad que en psicología se denomina “empatía”. Mediante la empatía, se puede comprender el carácter del propio interlocutor y compartir de forma natural y sincera el destino y los problemas de los demás...Existimos solamente como individuos que existen para los demás, que comparten con ellos sus problemas e intentan resolverlos, o al menos describirlos. En otras palabras, podemos distinguarnos de los demás también por este compromiso de servir a la comunidad. (Innovación en modelos de financiación de medios digitales., 2010)

La convergencia mediática y la cultura participativa

“La convergencia representa un cambio cultural, ya que anima a los consumidores a buscar nueva información y a establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos”. (p 15).

Sin embargo, como señala el autor, la paradoja de la situación reside en el fuerte contraste y contradicción entre: por un lado, a) una “alarmante concentración de la propiedad de los medios comerciales dominantes, con un puñado de conglomerados mediáticos multinacionales que dominan todos los sectores de la industria del entretenimiento” (p. 28).

Y, por otro, b) la facilidad y libertad con que se pueda dar en nuestros días la participación ciudadana a través de las redes digitales de comunicación. Según el autor es difícil valorar el resultado de la contradicción: “unos ver el mundo sin gatekeepers, otros un mundo donde los gatekeepers tienen un poder sin precedentes. Una vez más, la verdad yace en un punto intermedio” (p.28).

El libro de Jenkins representa muchos aspectos interesantes. Se ocupa e fenómenos de transmediación –es decir, de contenidos y relatos que atraviesan diferentes soportes, el fenómeno Matrix por ejemplo; también analiza los intentos comerciales de promover el amor hacia las marcas manipulando una economía afectiva que cuenta con un consumidor “activo, emocionalmente comprometido y socialmente interconectado ” (p.30) –estudia el caso de American Idol en EEUU-. Trata también sobre la cultura participativa que representan, de algún modo, la actividad de los fans de La guerra de las galaxias o los de Harry Potter.

En su conjunto la obra de Jenkins es una excelente interrogación sobre los nuevos fenómenos que surgen con el desplazamiento del antiguo paradigma de la comunicación de masas y el inicio de la cultura multimedia, o de la participación. Tiene el encanto doble: de una escritura propia de un enamorado del cambio mediático, por un lado, que, al mismo tiempo, sabe percibir y describir la ambivalencia de la situación, sus contradicciones y paradojas. Finalmente, su confianza en que la alfabetización mediática, es decir, la capacitación crítica de los ciudadanos es la clave en la calidad de la nueva cultura participativa.

Comunicación masiva y análisis de cultura

La extensión del «compartir social de las prácticas de lo escrito» dentro de una nueva cultura del libro y del impreso a base de la cuasi revolución (política, técnica y cultural) que se da en los años 1830-1850 con la emergencia de una concepción liberal y «nacional» del Estado español y su consiguiente organización -lo que ya estudié a través de los «nuevos lectores». (Botrel, 1996)

(BOTREL, s/f) Menciona que ha de contemplar cuestionando la tradicional historia del libro o de la prensa, o sea: procurando dar al campo su verdadera o exacta dimensión, ensanchándolo, contemplando no sólo el libro venal literario -el que suele anunciarse en los catálogos- sino la presencia antigua y creciente de «semioforos», como los llama Krzysztof Pomian (1997), o sea: de soportes o signos de escritura en sentido amplio: libros, publicaciones periódicas, carteles, rótulos, etiquetas, partituras, etc., pero también imágenes, cuadros, dibujos, estampas, fotos, mapas, planos, etc., las esquelas, dando peculiar relevancia a la variedad de prácticas, desde las más elementales y poco legítimas hasta las más legítimas a que da lugar la relativa masificación y diversificación del impreso.

Cabe preguntarse entonces ¿Es la comunicación masiva un componente central de la cultura moderna? Si incluimos este tema en las cuestiones centrales de la sociología, establecería que el estudio de los medios y de la cultura va más allá de las restricciones teóricas.

(Vergara, 2008) Una forma de transformar la realidad de valoración y cuidado participativo y social de una comunidad hacia un centro histórico y / o hacia el patrimonio cultural o ambiental es la representación mediante lenguajes audio-escrito-visuales que concedan sentido premeditado por un ética profesional a esos entornos reales, articulando su imagen mental, la representación de la misma y el contenido de la realidad del entorno patrimonial, creando signos y símbolos de comunicación entendidos por los diferentes actores sociales.

Análisis de la cultura

Tendré en cuenta tres fases del método para ser analizado:

- 1- **Análisis socio-histórico:** que involucran los procesos que se dan en los campos específicos socialmente estructurados que se caracterizan por las interrelaciones sociales e institucionales que abarcan asimetrías de poder y recursos.

2-Análisis formal o discursivo que consiste en explicar los rasgos propios, estructurales y las relaciones de los objetos y enunciados significativos.

Estos rasgos están estructurados en base a reglas morfológicas, sintácticas, normativas, recursos narrativos, yuxtaposición de imágenes para transmitir el mensaje. Podemos hablar de análisis del discurso, análisis de rasgos y relaciones estructurales que lo caracterizan. (Maggi, 2014)

3-Metodología de la hermenéutica profunda, a la que podemos denominar interpretación. Se construye sobre la base del análisis histórico y discursivo. Requiere una explicación interpretativa de lo representado o expresado.

- a) Es allí cuando trasciende la construcción simbólica.
- b) Podemos sintetizar estos tres aspectos señalizando las tres fases:
- c) La construcción simbólica en representatividad de un suceso social histórico
- d) El discurso en el que se anuncia algo valiéndose de la lengua.
- e) Interpretación proyectora de significados posibles.

Los medios de comunicación a los que ahora en comparación a Internet denominamos tradicionales: prensa, radio, televisión, cine, han sido desde hace decenios considerados como factores fundamentales en la conformación del imaginario de los colectivos a los que se dirigen, es decir, participan decisivamente en la concepción que su audiencia tiene de su entorno y de lo que en él acontece. Muchas de las referencias que generan una identidad y un sentido de pertenencia a un grupo étnico, a una región, a un grupo social determinado, son producidos por estos medios. (Puga, s/f)

Complejidad de la cultura

(Universidad, 2018) Hablar de cultura es hablar de lo que ha hecho el hombre a través de la historia. Es manifestar por medio del arte, la ciencia o la literatura, las expresiones del espíritu humano en sus diferentes dimensiones y contextos. La cultura no puede ni podrá ser patrimonio de una élite social, ni de individuos que fungan como intelectuales.

En una sociedad globalizada como la nuestra, donde día a día los medios de comunicación y las redes sociales invaden la órbita de todo individualismo. Su acceso

además de masivo, debe jugar un papel fundamental en los procesos de transformación social. Hoy en día tanto las redes sociales como los demás instrumentos de información que se encuentran en internet, hacen parte de la cultura moderna y pertenecen a la sociedad actual. (Universidad, 2018)

(Robledo, 2005) Considera que si dejamos de lado algunas definiciones y conceptos elitistas sobre la Cultura, podemos decir que no hay nada en la actividad humana que no tenga una connotación cultural incluso la producción de bienes destinados a la satisfacción de las necesidades materiales o espirituales de la gente. En la difusión de la cultura, los medios de comunicación: prensa escrita, radio, televisión, eventos culturales y deportivos, etc., tienen un rol muy importante.

Crisis de la cultura o crisis de la comunicación

(Robledo, 2005) En los últimos tiempos hemos sido testigos de un desarrollo y avance en los medios de comunicación que no nos hubiésemos imaginado hace algunos años. Este progreso se ha ido dando paralelamente al proceso de globalización en el desarrollo social. La globalización abarca todos los ámbitos y esferas de la sociedad, desde la base económica a la superestructura de la sociedad. Superestructura en la cual la cultura forma parte importante y que siendo un concepto tan amplio y abarcando tantas esferas y ámbitos de la vida, es la que más llega a la gente.

(Nieto, 2016) Dice que es necesario hacer visible, todo aquello que en la cotidianidad no lo es, refiriéndome con esto a la interiorización de diversas formas y pautas culturales; que se apropian en la interacción social diaria. Los aspectos culturales son fuertes y complejos para poder revertir, sin embargo; el sistema educativo es un camino amplio que bien enfocado puede coadyuvar en la mejora de aspectos culturales, ya que muchos de estos se encuentran arraigados por cuestiones de tradiciones.

(Editorial, 1997) Aquí nos proponemos ocuparnos más específicamente de la relación entre los medios de comunicación y la cultura. La brevedad de un artículo periodístico nos exime del análisis sobre el término “cultura”, que ya de por sí bien merecería más de un editorial. No discutamos ahora si hacemos referencia al concepto clásico universal o al antropológico-social. Aceptemos lo que nuestra primera y honesta percepción pueda entender por cultura. Respetemos, al menos inicialmente, la idea que sugiere su etimología: pensamos en todas las disciplinas que se dedican al cultivo del intelecto y del espíritu.

Crisis Actual

(Spa, 2004) Menciona el concepto de diversidad cultural ha adquirido un gran protagonismo, una gran centralidad, en el debate mundial sobre la cultura en la sociedad del conocimiento. Fue, sin duda, un acierto incluir este concepto entre la tríada de temas centrales del Fórum Universal de la Culturas: paz, sostenibilidad, diversidad cultural. El concepto diversidad cultural implica la superación de una concepción restringida de cultura como lo cultural / artístico, integrando las formas de vida, las maneras de estar en el mundo y las formas de relación social. El énfasis en la diversidad nos permite referirnos a la identidad cultural (autoafirmación), pero también a la diferencia, a las tensiones; en definitiva, a la cultura como relación con los demás.

(CAJAL, 2018) La cultura, como elemento fundamental de la sociedad, también requiere de un marco histórico, de interacción simbólica y elaboración tangible. La cultura se transmite de una generación a la siguiente. De esta manera, se va construyendo el entramado socio-cultural. La contribución consciente, inconsciente y constructiva que cada individuo aporta a su cultura, realimenta la afirmación de la identidad y el sentido de pertenencia. Cuando la contribución individual y la respuesta social funcionan en sintonía, la cultura y la identidad personal se amalgaman, crecen y se fortalecen.

(Mena, 2016) Todo país tiene una historia, que comprende un legado sobre el cual se ha construido su presente y se pretende alcanzar un mejor futuro. Por ellos, debemos considerar y tratar a la riqueza cultural como un tesoro al que se promueva y conserve de manera adecuada en cada pueblo; considerando la importancia que refleja está como base fundamental para el desarrollo de nuestra identidad.

(Fisas, 1998) Para defendernos de esta ofensiva de la cultura de la violencia, quizá sería más inteligente y provechoso dedicar una parte de lo que nos costará comprar tantos carros y aviones de combate a la promoción de productos culturales y educativos más creativos y prosociales, porque lo que parece evidente es que no saldremos de este embrollo más que tejiendo una potente conspiración ciudadana, pero ésta dirigida a desenmascarar y contrarrestar la que día a día invita a nuestros jóvenes a convertirse en sociópatas.

(UNESCO, 2017) Las referencias culturales determinan nuestra identidad y las maneras en que construimos la realidad; afectan nuestra autopercepción, la forma en que nos relacionamos con los demás, y el modo en que interactuamos con el mundo. Los medios de comunicación no solo influyen considerablemente en lo que pensamos, sino también en lo que hacemos.

(Fisas, 1998) En un libro reciente comentaba el director general de la Unesco que "tenemos la obligación moral de fomentar en nosotros y en nuestros hijos la capacidad de oponernos a que un sinnúmero de cosas parezca normales, cotidianas y aceptables en el entorno, tanto natural como social... Debemos luchar contra la pereza y la tendencia al conformismo y el silencio que la sociedad fomenta"

Según Pujadas (1993: 48), la ecuación reduccionista que indica que un grupo social determina o es igual a una cultura, no funciona en el marco de las nuevas formas de

identificación que complejizan la comprensión del individuo como sujeto entero coherente, en una colección de diversos identificadores culturales (Berger y Luckman, 1988: 240).

Según James (2015), que reconoce tanto la coherencia como la fragmentación en el recorrido identidad / cultura:

“Las categorizaciones sobre la identidad -aun cuando están codificadas y consolidadas en tipologías claras por procesos de colonización, formación del estado o procesos generales de modernización- están siempre cargadas de tensiones y contradicciones. A veces estas contradicciones son destructivas, pero también pueden ser creativas y positivas”.

(CAJAL, 2018) La teoría de la autopercepción (Bern: 1972) da cuenta de que las personas desarrollan sus actitudes -cuando no hay actitud previa debido a la falta de experiencia y la respuesta emocional es ambigua- observando su propio comportamiento y concluyendo qué actitudes debieron haber causado determinada conducta. La persona interpreta racionalmente sus propios comportamientos de la misma manera que intenta explicar los de los demás (Robak, et al: 2005).

(Mena, 2016) El Estado debe garantizar y fomentar a través de estímulos e incentivos a las personas e instituciones que promuevan, apoyen, desarrollen o financien planes, programas y actividades culturales en el país; ya sean miembros del sector público como actores privados, se debe incidir en el desarrollo armónico de los pueblos, ya que quien no conoce la historia está obligado a repetirla y quién no conoce sus raíces esta proclive a deambular por el mundo sin tener personalidad cultural. Si nos referimos a un término o definición que encierre de manera específica las raíces culturales del Ecuador es probablemente imposible encontrar uno que abarque con todo su significado, pues se

trata de la identidad de un pueblo, de su historia de los diferentes cambios acontecidos a través del tiempo.

2.1.2. Marco Referencial sobre el Problema de Investigación

2.1.2.1. Antecedentes Investigativos.

El periodismo cultural en perspectiva

(Pamela & Santiago, 2011-2012) Mencionan que a manera de panorama histórico sobre el periodismo cultural en sus alcances de diversa amplitud, sobresale el recuento que propone Jorge Rivera en su libro *El periodismo cultural* (1995) que registra que, con la aparición de varios periódicos entre los siglos XVII y XVIII, habría de consolidarse la prensa hispanoamericana. Entre esos títulos aparecen la *Gaceta* y el *Mercurio de México*, la *Gaceta de Lima*, el *Diario Erudito, Económico y Comercial del Perú*, el *Papel Periódico de Cuba* y el *Primicias de la Cultura de Quito*, asentados en su mayoría en la base iluminista del enriquecimiento a través del cultivo de “las artes y las letras”.

Todos estos periódicos, con modalidades propias, fueron delineando las matrices de la prensa latinoamericana así como de muchos proyectos de periodismo cultural que se afirmaron en la región hacia finales del siglo XIX y principios del XX, con revistas como *La Biblioteca*, *Martín Fierro* y *Sur* (Buenos Aires), *Revista Azul* y *Cuadernos Americanos* (México), *Revista de América* (Bogotá), *Marcha* (Montevideo) (Rivera, 1995: 49), entre muchas otras.

(Pamela & Santiago, 2011-2012) Para lo que ya en el primer tercio del siglo XX era considerado el fenómeno del periodismo cultural a nivel mundial, la existencia de las

llamadas “revistas literarias” plantea algunas cuestiones teóricas y técnicas dignas de considerarse. Para muchos de los autores renombrados que participaban en estos medios, “revista literaria” es toda publicación “de un grupo, conjunto o cenáculo de intelectuales que buscan, a través de ella, la difusión de su mensaje, libres de objetivos comerciales y al margen del presupuesto oficial” (Rivera, 1995: 56), lo que supone la exclusión de las secciones “literarias” de los diarios y revistas de interés general, y de las publicaciones de carácter universitario o institucional.

Cabe aquí una puntualización que, a pesar de esta suerte de consenso, no todas las revistas literarias de entonces carecieron de propósitos comerciales (lo prueban, entre otras, las revistas *Nosotros y Sur*), así como tampoco no todos los proyectos que contaron con apoyo estatal deben ser descartados (Rivera, 2000: 56).

Por otro lado, no todas las “revistas literarias” se limitaron al campo de la literatura sino que prestaron atención al vasto universo de las bellas artes, la filosofía, la historia, la arquitectura, la música, el urbanismo, las ciencias sociales, la política, la economía, el derecho, etc.; por lo tanto, a tales publicaciones, según Rivera, les correspondería la designación de “revistas culturales”, como aclaración de que el periodismo cultural que desarrollaban se inscribía dentro de ese panorama latinoamericano interesado por una visión abarcadora y ampliada de la cultura y sus fenómenos. (Rivera, 1995)

(Pamela & Santiago, 2011-2012) Entre otras, las revistas que fueron parte de esta designación son las clásicas y modelares *Martín Fierro*, *Claridad*, *Nosotros*, *Sur*, *Gaceta Literaria*, *Síntesis y Realidad* pero, además de proponer una determinada línea editorial respecto al espectro de cobertura que les interesaba incluir a estos medios pioneros, también se fue definiendo desde un principio el alineamiento con ciertas estéticas, ideologías y doctrinas de grupo.

(Pamela & Santiago, 2011-2012) Tanto las revistas especializadas como los suplementos y secciones culturales de periódicos y de otras revistas de contenido

misceláneo, en tanto difusoras de información, se comportaron respondiendo a consignas de reproducción y promoción típicamente endogrupales (Rivera, 1995: 57) y a la construcción de determinadas ideas de cultura que eran gestadas en sus salas de redacción y esparcidas masivamente a manera de representaciones sociales.

Así se corrobora que desde que el periodismo cultural empezó a tomar forma en la región, con la apertura a ciertas temáticas y la discriminación de otras, y con sus respectivos tratamientos como productos periodísticos culturales, se fueron moldeando determinadas ideas de cultura que en la sociedad se insertaron a manera de representaciones cargadas de la legitimidad que el particular oficio de cada medio dedicado a ello supo impregnarle. (Pamela & Santiago, 2011-2012)

El lingüista Noam Chomsky elaboró la lista de las “10 Estrategias de Manipulación” a través de los medios. (CHOMSKI)

1. La estrategia de la distracción

Consiste distraer la atención del público sobre los verdaderos problemas políticos y sociales que existen en el país, impidiendo interesarse por los conocimientos esenciales en las diversas áreas como ciencia, economía, psicología, neurobiología, y la cibernética; mostrando información insignificante, lo cual hace que la masa receptora se quede sin tiempo, sin cuestiones, y sin pensar.

”Mantener la Atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a granja como los otros animales (cita del texto ‘Armas silenciosas para guerras tranquilas)’”.

2. Crear problemas y después ofrecer soluciones.

Esta estrategia es también llamada “problema-reacción-solución”. Para lo cual se crea un problema de cualquier índole que genere una reacción al público con la finalidad de que este contenga las demandas que se desean hacer aceptar. Aquí tenemos un ejemplo para aclarar el tema; dejar que se desenvuelva o se intensifique la violencia urbana, u organizar atentados sangrientos, a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad y políticas en perjuicio de la libertad. O también: crear una crisis económica para hacer aceptar como un mal necesario el retroceso de los derechos sociales y el desmantelamiento de los servicios públicos.

3. La estrategia de la gradualidad.

Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, por años consecutivos. Es de esa manera que condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (neoliberalismo) fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990: Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que hubieran provocado una revolución si hubiesen sido aplicadas de una sola vez.

4. La estrategia de diferir.

Otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es la de presentarla como “dolorosa y necesaria”, obteniendo la aceptación pública, en el momento, para una aplicación futura. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato. Primero, porque el esfuerzo no es empleado inmediatamente. Luego, porque el público, la masa, tiene siempre la tendencia a esperar ingenuamente que “todo irá mejorar mañana” y que el sacrificio exigido podrá ser evitado. Esto da más tiempo al público para

acostumbrarse a la idea del cambio y de aceptarla con resignación cuando llegue el momento.

5. Dirigirse al público como criaturas de poca edad.

Estrategia basada en la publicidad que consume el público la cual está hecha para criaturas de 12 años o menos, teniendo en su contenido discursos, argumentos, personajes y entonación infantil con demasiada debilidad como si el receptor tuviera un poco capacidad de razonar o con un déficit mental. Mientras más se busca engañar al espectador más se utiliza el tono infantilizante queriendo lograr una respuesta de la misma índole en cada expectante. (Ver “Armas silenciosas para guerras tranquilas”).

6. Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión.

Los medios manipulan o manejan la mente de los espectadores, logrando que piensen de la manera que más les convenga interviniendo en la parte emocional; así consiguen crear prototipos de ideas, deseos, miedos y temores e incluso inducir comportamientos ajenos a la personalidad del ser humano.

Hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos...

7. Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad.

Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud. “La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que la distancia de la ignorancia que planea entre las clases inferiores y las clases sociales superiores sea y permanezca imposible de alcanzar para las clases inferiores (ver ‘Armas silenciosas para guerras tranquilas)’”.

8. Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad.

Crea barreras mentales que impiden a la persona el poder pensar de forma argumentativa, empleando comportamientos inequívocos para la sociedad consumidora de los medios de comunicación.

Promover al público a creer que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto...

9. Reforzar la autculpabilidad.

Se basa en que las personas se consideren incapaces de pensar razonar y argumentar sobre algún problema social, político o económico del país; obviando cualquier reclamo que puedan generar porque se culpan por su insuficiencia mental; provocando así lo que los medios buscan el no accionar del pueblo para que viva en la penumbra de la ignorancia.

Hacer creer al individuo que es solamente él el culpable por su propia desgracia, por causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades, o de sus esfuerzos. Así, en lugar de rebelarse contra el sistema económico, el individuo se auto desvalida y se culpa, lo que

genera un estado depresivo, uno de cuyos efectos es la inhibición de su acción. Y, sin acción, no hay revolución.

10. Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen.

En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídos y utilizados por las élites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el “sistema” ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. El sistema ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que él se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el de los individuos sobre sí mismos.

“Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copias a sus amigos: nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad. Derrote el terror. Haga circular esta información”. (Walsh)

Los primeros estudios sobre las relaciones entre los adolescentes y la televisión se realizan desde la perspectiva de los efectos, basada en el paradigma positivista y la lógica informacional, y dominante en el campo de la comunicación durante décadas. Los pioneros trabajos de Himmelweit, Vince y Oppenheim (trad. cast., 1962) y Schramm, Lyle y Parker (trad. cast., 1965) no poseían esta orientación, pero pronto los estudios alcanzaron un perfil psicologista imbuidos del temor a su posible impacto sobre niños y adolescentes. La historia de estas investigaciones puede seguirse en diversos trabajos (V., por ejemplo, Fowles, 1992; Vilches, 1993; Wolff, 1994). (Pindado J. P., 2003)

La investigación sobre los efectos de la televisión ha producido una ingente cantidad de estudios. Por lo que a los adolescentes se refiere hemos seleccionado algunos de los más relevantes en cuanto a su conexión con su capacidad socializadora. Es decir, aquellos que contengan o, al menos, se inclinen hacia los efectos sociales, modificaciones en las actitudes, conductas o creencias. Todos ellos sustentados en la lógica del poder del medio sobre los receptores.

El tema más estudiado es el de las consecuencias de violencia televisiva sobre la realidad visible de la sociedad. Además de esta situación, se ha generado la mayor polémica y contradicciones en sus resultados. Leyendo las referencias y sinopsis realizadas por Wolff (1994), Fowles (1992), Vilches (1993) o Hodge y Tripp (vers. cast. 1988) se tiene la impresión de asistir a una película de buenos y malos en relación con las investigaciones americanas. Por todo lo expuesto, es a bien decir que los niños han sido objeto de mayores investigaciones, pero los adolescentes les siguen muy de cerca. En cuanto a las conclusiones, hay grandes contradicciones en sus Marco teórico y metodológico 14 resultados. (Pindado J. P., 2003)

En diferentes investigaciones, defiende una posición antagónica. Es el caso de Peterson y Peters (1983) que expresan “una visión optimista sobre las posibilidades televisivas para adquirir habilidad- Marco teórico y metodológico 15 des en este aspecto, equiparables a otros agentes sociales importantes”. Idea defendida también por Remafedi (1990). “De influencia relativa puede calificarse la posición de Rubin (1978), dado que para él hay una relación directa entre el tipo de programas y la conciencia política”. Los chicos aficionados a la información y espacios documentales muestran una mayor sensibilidad social y política que en la mayoría de los jóvenes sí relacionan, pero con determinado tipo de programas.

“Lo relativo a estereotipos de las minorías es otro asunto estudiado por varios especialistas. También en este caso se puede hablar de posturas encontradas referente a su influencia”. (Pindado J. P., 2003)

Hay un grupo de investigadores que sustenta la tesis de una cierta influencia negativa el aprendizaje social sobre otros grupos. German (1994) “destaca que las representaciones sobre ellas inciden en la percepción social que se posee por parte de grupos adolescentes y las mismas no se ajustan a la realidad”.

Una opinión que no es compartida por Stromann (1991) al defender la influencia positiva en la adquisición de modelos de otras culturas. Con matices esta es una conclusión también defendida por Tan et al. (1997) que consideran que la aceptación de modelos y valores de otras culturas es positiva cuando son reconocidos, es decir, cuando los han visto en la pantalla. Aunque observó que tienden a apreciar más aquellos aspectos relacionados con lo importante y con el éxito. No se trata, pues, de una conclusión tan evidente como la Stromann. Los modelos y valores sociales son otro aspecto investigado.

Lucker y Johnston (1988) “establecen una valoración positiva de la televisión en su capacidad de incidir en la configuración de roles y estereotipos sociales. Si en el caso de Tan et al. (1997) hablamos de una contribución condicional a la socialización en valores, S. Jeffries-Box y B. Jeffries-Box (1981) defendían una contribución limitada a la misma en temas como la socialización laboral, sexual o hábitos sociales en general”.

En cambio, Strouse y Fabes (1985) defenderán que la televisión es una fuente de información y aprendizaje sexual importante para los adolescentes, por lo que los padres y educadores deberían tenerla más en cuenta.

Para Brown y Newcomber (1991) “hay correlación entre el volumen de sexo visto en la televisión y el interés personal hacia él en su vida social. Hay un aprendizaje social respecto al sexo que es defendido en sus conclusiones”. Shanahan (1995) “se interesa por la construcción psicológica del autoritarismo y considera que hay una in- Marco teórico y metodológico 16 fluencia negativa en este concepto”. Y Roberts (1993) “considera que, en general, es necesario adoptar medidas correctivas para contrarrestar la influencia negativa de la televisión”.

Con esta teoría como resumen, cabe señalar que, respecto a los anteriores temas, la televisión es vista de manera general como un instrumento socializador en la medida en que permite un aprendizaje social, pero hay importantes variaciones en cuanto a la estimación de su contribución. La relación entre determinado programas y actitudes o comportamientos interpersonales influidos por ellos ha sido estudiada por varios trabajos realizados con anterioridad. Alexander (1985) “analizó la relación entre la cantidad de comedias que un grupo de adolescentes y su concepción de las relaciones sociales de pareja y familia. Los resultados son variables para hombres y mujeres”.

En el perfil de éstas última muestra que son más asiduas aquellas con menor relación en el ámbito paterno-familiar y más inclinadas a las pandillas de amigos y relaciones de pareja. Por otra parte, los hombres que siguen este tipo de programas son más propensos a resolver sus problemas mediante las conversaciones.

En una época en que la cadena musical MTV estaba en candelero acusada de escandalizar con videos musicales, Gresson y Williams (1986) “realizaron un estudio correlacional sobre su influencia en aspectos como el sexo, las drogas, la violencia y otras actitudes y comportamientos sociales”. Su conclusión es que no hay correlación alguna entre los espectadores de este tipo de programas y la mayor inclinación hacia los temas referidos. (Pindado J. P., 2003)

Sociedad y medios de comunicación.

De todos es conocida la frase: “Quién tiene la información tiene el poder.”, y en nuestra sociedad actual, la mayoría de las veces la información viene dada a través de los Medios de Comunicación, por lo que podemos considerar que estos medios son, a parte de un logro social que permite a todos estar informados, quienes controlan la sociedad en una mayor parte.

En determinados casos se puede dar la situación personal que haga que algún individuo no pueda acceder de manera adecuada a los Medios de Comunicación, lo que llevará a que este individuo esté en desventaja respecto a los demás a la hora de actuar de manera “adecuada” dentro del entorno social: los individuos mejor informados y más actualizados tienen más posibilidad de tomar la decisión adecuada y de hacerlo de una manera más rápida y óptima que aquellos que no estén informados, frente a una misma situación planteada. (Santiago, 2000)

Una afirmación que podemos considerar cierta es que los Medios de Comunicación muchas veces están presentes de manera excesiva en la sociedad, de manera que no podemos trivializar la información que nos proporcionan ni la influencia que sobre nosotros tienen, por lo que tenemos que considerarlos como algo que socializa a los individuos, los informa de lo que ocurre a su alrededor y de cómo actuar en las distintas situaciones que se les pueden plantear en la vida cotidiana, dentro del entorno concreto de nuestra sociedad, de manera que los medios comparten esta faceta con la escuela, que también pretende realizar esta función, la de formar a individuos para que puedan desenvolverse adecuadamente y adaptarse al entorno que los rodea.

“Por lo tanto podemos considerar que los Medios de Comunicación controlan la sociedad, pero no sólo eso, también dentro de ella tienen varias funciones, como son la transmisión y difusión de la información, así como las costumbres, tradiciones, Influencia de los Medios de Comunicación en la Educación Actual Manuel Sergio Castillo Santiago -

4 – conocimientos, valores, etc. de una generación a otra, por lo que tienen una vertiente claramente formativa que discurre paralelamente a la que la Escuela lleva realizando durante siglos”. (Pindado J. P., 2003)

Otra característica muy importante de los Medios de Comunicación es la inmediatez: la información viaja de manera inmediata de un lugar a otro, ya que en el mismo momento en el que se está generando la noticia, se está transmitiendo a todos lados por los distintos medios existentes, de manera que todo se actualiza rápidamente, teniendo que estar preparados para vivir a esta velocidad vertiginosa de actualización de información. Tenemos que tener en cuenta que actualmente los Medios de Comunicación, tanto directa como indirectamente, llevan asociados un conocimiento paralelo al tradicional que se ha encontrado plasmado en los libros, por lo que es obligación tanto de la sociedad como de la Escuela el enseñar los “códigos” que emplean los medios para poder entender perfectamente los mensajes que nos envían, y así poder interpretarlos correctamente.

¿De qué forma alteran los medios de comunicación el comportamiento social? Los medios son instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica en forma masiva a la sociedad actual. A través de los medios de comunicación la sociedad se desarrolla en medio de la información en todos sus campos, desde el económico al histórico, de lo político a lo cultural.

Los mensajes transmitidos por los Medios de Comunicación en general suelen ser creados por un número muy pequeño de personas en relación con la gran cantidad a la que van enviados, y por los que van a ser recibidos, y la mayor parte de las veces los receptores se comportan de una manera pasiva, absorbiendo todo lo que les llega sin filtrar la información. Sabiendo esto, las preguntas que nos podemos formular en este caso serían del estilo de: “¿quién produce estas informaciones?, ¿con qué criterios?, ¿por qué se organiza y se transmite la información de esa manera?, ¿a quién va dirigida la información?, ¿cómo distinguir lo que nos quiere decir?, ¿hay segundas intenciones en la información? (Zambrano, 2015)

La preocupación principal a la hora de analizar la influencia que los Medios de Comunicación tienen en nuestra sociedad es que la importancia o no de una noticia, de un medio, etc. viene determinada por el consumo que se realiza de este medio y no por la calidad del mismo o de sus contenidos; ya que a veces, por ejemplo, un periódico o una revista tiene más relevancia cuanto mayor sea su tirada, lo que no implica que la información que aparezca esté contrastada, sea de interés general o no esté exenta de cierta tendenciosidad. (Ed. Boulevard, 2010)

En la televisión tenemos otro ejemplo claro, que es aquel en que un programa se mantiene en la parrilla de una determinada cadena dependiendo de la influencia de los Medios de Comunicación en la Educación Actual Manuel Sergio Castillo Santiago - 5 – nivel de audiencia que tenga, independientemente de que el programa sea de calidad, aporte algún tipo de conocimiento, interés cultural, etc., o no. Es imposible controlar todo el flujo de información al que estamos sometidos día a día por parte de los medios, y lo que debemos hacer no es evitarlos ni restringirlos, y esto sería dar la espalda al inevitable avance de nuestra sociedad, ya que la información nos viene por todos los lados.

Lo adecuado sería crear una actitud crítica en el receptor, de manera que fuera capaz de discernir toda la información a la que está sometido, ya que en esta época de las telecomunicaciones que nos ha tocado vivir, los Medios de Comunicación están modificando nuestra manera de percibir la realidad y el mundo en el que nos encontramos. Lo que sí que no podemos tener es una concepción totalmente negativa de los medios de comunicación, ni atribuirles todos los males que achacan nuestra sociedad actual, ya que esto no sería cierto y en parte sería injusto, nosotros tenemos que ser capaces de filtrar la información y coger todo aquello que nos interesa y desterrar lo que no. (Santiago, 2000)

Las redes sociales.

En las últimas décadas, las Redes Sociales han experimentado una gran evolución, y con ella, se han multiplicado y diversificado las posibilidades de estos nuevos medios. En la actualidad, el uso que los individuos hacen de estas tecnologías es prácticamente diario: consulta de páginas web, correo electrónico. El tema seleccionado se basará en un análisis de las redes sociales para de esta manera conocer su influencia en la formación de estudiantes de los distintos colegios.

Las redes son consideradas como el último gran fenómeno de la comunicación, pero pocos conocen de su importancia, ya que son utilizadas como simples medios de distracción, en otros casos para desahogarse de los aburrimientos y hasta para descargar ciertas frustraciones, pocas veces son empleadas para jerarquizar el proceso comunicacional.

Por eso es importante destacar que las teorías de la comunicación frente al auge de las redes sociales, en nuestros días resultan obsoletas, requiriéndose de nuevos estudios para determinar su importancia, su aporte al proceso educativos, clarificar las premisas, descubrir hacia donde transita la sociedad mundial y cuál es el aporte hacia la comunicación humana en todos sus campos.

Es importante destacar la socialización del hombre, sin comunicación dicha socialización es imposible, incluso, cualquier actividad humana sin ella no tiene sentido, no solo a nivel individual, sino a nivel social porque ella ocurre también en grandes y pequeños grupos. La comunicación es un fenómeno social conjunto, que posee orientación y una dinámica peculiares, lo cual ha provocado que la humanidad haya creado un rico sistema de procedimientos y formas comunicativas que van variando constantemente con la impronta de la cultura de cada pueblo.

El propósito es dar a conocer por qué estas redes captan la atención casi inmediata de los estudiantes ocasionando así, que estos muchas veces pierdan el control total de aquello que estaban haciendo. Facebook, twitter, YouTube, entre otras son algunas de las

redes más utilizadas por colegiales ya que estas han permitido que estos se mantengan en constante interacción de manera gratuita, sencilla y rápida.

Se puede decir además que la cultura está siempre determinada por los medios de comunicación, nuestra forma de ser y de entender al mundo, desde la invención de la imprenta, el origen de la radio, la televisión y la digitalización de la información, han incidido de manera directa en nuestra forma de ver y analizar todo lo que acontece en el mundo. Nos encontramos en un momento crucial en la historia, el manejo de la información cibernética, la forma en que se socializan nuestros problemas, están definiendo nuestro comportamiento, y esto se nota en los nuevos modelos de comunicación en los que también se incluye el cine.

Ha surgido una nueva simbología con el desarrollo tecnológico, y con ello un lenguaje distinto o serial, con nuevos términos, en el caso de la televisión y el cine, poseen un lenguaje distinto, en las redes sociales también, y todo esto incidirá y modificarán nuestros comportamientos sociales, culturales, políticos, deportivos, sociales y también periodísticos.

Las redes sociales como tal son una herramienta de comunicación muy eficaz e importante para los estudiantes, siempre y cuando no sean influenciados por las mismas, el mal uso de estas puede causar distracción, pérdida de tiempo y privacidad, entre otros aspectos negativos que a su vez pueden llevar a muchos de los adolescentes a tener problemas con las demás personas ya que no dan un buen manejo a ciertas redes. Gracias a las redes sociales tenemos la oportunidad de interactuar con otras personas, beneficio que los adolescentes han aprovechado al máximo ya que en su mayoría son ellos los que más acceso hacen a esta.

La comunicación mediante una red social se vuelve más amplia, medio por el cual podemos expresar nuestros saberes, sentimientos, imágenes, canciones entre otras.

No se puede dejar de mencionar que de cierto modo este tipo de comunicación está desplazando poco a poco a la comunicación por telefonía fija, ahora es mucho más fácil entrar a internet hacer una video llamada que tomar el teléfono de la casa y conversar por este medio ya que para muchos de los jóvenes ya esto paso de moda. Las redes sociales se han vuelto un fenómeno global en la vida de millones de personas en especial de estudiantes, quienes con la llegada de estas ven una diversión y muchas veces no perciben el peligro que se les presenta al pretender crear una vida virtual y no vivir como se debe cada una de las etapas pertenecientes a su correcto desarrollo que como adolescentes y mucho más como estudiantes. (Zambrano, 2015)

2.1.2.2. Categorías de Análisis

Existen múltiples maneras de utilizar los medios de comunicación y por ende los aspectos negativos que estos pueden ocasionar en la juventud, si estos no son inspeccionados por sus progenitores. La sociedad está informada a través de los diferentes medios de comunicación sean estos positivos o negativos en fin se mantiene comunicada.

Los medios de comunicación impresos locales en su haber periodístico realizaron las siguientes cifras emitiendo noticias culturales durante el tiempo que duró la investigación (5 meses)

Tabla 1
Realizada por: Dayana Ninoska Yépez Monserrate

MEDIOS	NOTAS
---------------	--------------

Tercer Día	60
Informativo Riosense	50
Impacto 2000	120
<hr/>	
Total	130
<hr/>	

Tabla 2
Realizada por: Dayana Ninoska Yépez Monserrate

2.1.3. Posturas Teóricas

Tomando como base las diferentes investigaciones relacionadas, nos permite conocer de las ventajas y desventajas que cada medio de comunicación ya sea impreso, internet, TV y radio, volviéndose un peligro en determinado momento para la juventud, su historia, su evolución nos indica son considerados como identidad Cultural.

(Thompson, 1991), En su artículo propone que el análisis de la cultura y de la

TEMA DE INVESTIGACIÓN	SUBPROBLEMAS DERIVADOS	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS
Medios De Comunicación Y Su Incidencia En La Identidad Cultural De Los Habitantes De La Ciudadela “La Ventura” De La Ciudad De Babahoyo En El Año 2017.	Problema General: De qué manera inciden los medios de comunicación impresos en la identidad cultural de los habitantes de la ciudadela “la ventura”	Objetivo General: Identificar de qué manera los medios de comunicación impresos inciden en la identidad cultural de los habitantes del sector “La Ventura” en la ciudad de Babahoyo durante el año 2017.	Hipótesis General: Al identificar el tipo de incidencia de los medios impresos se visualizará de mejor manera la identidad cultural del sector “La Ventura” en la ciudad de Babahoyo en el año 2017.
	SubProblemas o derivados 1 ¿Cuáles son las incidencias de los medios de comunicación impresos en la identidad cultural de los habitantes de la ciudadela “La Ventura” de la ciudad de Babahoyo en el año 2017?	Objetivo Específico Plantear las incidencias de los medios de comunicación en la comunidad desde los puntos de vista cualitativo y cuantitativo y si esas incidencias son positivas o negativas.	Subhipótesis o Derivados Emiten información de crónica roja, más no cultural.
	SubProblemas o derivados 2 ¿Qué conocimientos tienen los habitantes de “la ventura” sobre los medios impresos de Babahoyo?	Objetivo Específico Conocer si los habitantes de la ciudadela “la ventura” conocen la existencia de los medios impresos locales	Subhipótesis o Derivados Los habitantes de “la ventura” no conocen sobre los medios impresos locales.
	SubProblemas o derivados 3 ¿Existe o no, una identidad cultural específica en los habitantes de “la ventura”?	Objetivo Específico Mostrar los resultados de la investigación a los medios impresos para crear un vínculo con la comunidad.	Subhipótesis o Derivados En “la ventura” si existe identidad cultural perceptible

comunicación masiva deben considerarse como preocupaciones centrales de la sociología

y de la teoría social. Se desarrolla un marco de análisis para la cultura y se demuestra de qué modo este marco se puede aplicar al estudio de los medios masivos. Al enfocarse en el medio televisivo, el artículo pone de relieve algunas características distintivas de la comunicación masiva involucradas en la producción, construcción y recepción de los mensajes de los medios. Se argumenta también, que este enfoque permite al analista hacer preguntas sobre el carácter ideológico de la comunicación masiva de una manera nueva y fructífera.

(ACE PROYECT THE ELECTORAL KNOWLEDGE NETWORK, 1998), Los medios impresos muestran la mayor diversidad de todos, en términos de propiedad y contenidos. Comprenden desde diarios hasta revistas semanales, desde periódicos noticiosos hasta publicaciones para intereses especiales y de lo más disímolos. Para los efectos de esta publicación, el interés se centra en los diarios, si bien muchas de las normas y observaciones también son aplicables a otro tipo de medios impresos.

Aún en situaciones en donde el gobierno controla una buena parte de los medios de telecomunicación, los medios impresos usualmente se ubican en manos privadas. Es posible que las principales excepciones sean los sistemas autoritarios o dictatoriales donde es poco probable que la celebración de elecciones libres figure en la agenda. Pero también hay países, como algunos del norte de Europa, donde se brinda un subsidio público a los periódicos para procurar la diversidad política de la prensa. En países que van saliendo de regímenes dictatoriales, los donantes de ayuda a menudo subsidian diarios privados con un propósito similar. Sin embargo, los periódicos obtienen, por mucho, sus principales ingresos de publicidad y ventas (siendo usualmente los de publicidad mucho más significativos). (...)

(Santana, 2009), expone que en este sentido no habría nada más opuesto que las necesidades comerciales de los medios electrónicos de carácter privado, que como negocio que son buscan ganar dinero a través del mayor auditorio posible; y la filosofía y en general la cultura, que son poco taquilleras y persiguen propósitos distintos y

opuestos a los medios comerciales. En otras palabras, mientras los medios de comunicación privados buscan generar una riqueza material para sus dueños; la filosofía y la cultura buscan el enriquecimiento espiritual de todos.

(Santana, 2009) además menciona que por otro lado, la radio y la televisión son sólo instrumentos, “medios”, que cuando son negocios privados, necesitan obviamente vender, generar ganancias, y por ello tienen que apostarle al entretenimiento de las masas, serles atractivas con programas que las distraigan, entretengan o les hagan pasarles un rato de esparcimiento desde la comodidad de sus hogares, sin exigirles a cambio ningún esfuerzo intelectual, pero sin proporcionarles tampoco un crecimiento en ese sentido. Ciertamente, ha sido tal la mediocridad de los contenidos de dichos medios, especialmente de la televisión, que se ganó el calificativo despectivo de los intelectuales como “la caja idiota”. (...)

“Desde siempre, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros. La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. En este sentido, Cordeiro (EL GRÁFICO 1998), señala que: “La información masiva se reconoce como una nueva forma de comunicación e influencia humana”. “Uno de los tópicos más utilizados al hablar de este medio masivo de comunicación es el que la considera una ventana abierta a la realidad. Las letras son signos; las imágenes, en cambio, son realidades”. (Mercedes, 2009)

Sin embargo siendo signos las letras, tienden a ser decodificados, las imágenes en cambio interpretadas, y para una noción desarrollista es más importante la decodificación que la interpretación. Desde los inicios de la humanidad el hombre ha venido tratando de descifrar la simbología imperante, en el caso de la escritura, el proceso continúa aunque

ahora con el auge tecnológico, puede gozar de un mayor alcance, como también de una gran limitante.

La comunicación también contribuye a profundizar nuestros principios de identidad, porque gracias a la difusión puede llegarse más lejos a conocer esos principios.

G. Giménez (2012), declara que la identidad es un transcurso individual y comúnmente auto-reflexivo por el que las personas propias concretan sus variías con relación a otras personas mediante la auto-asignación de una recopilación de condiciones culturales totalmente acrecentados y respectivamente firmes en el tiempo.

También es cierto que el tema cultural en los individuos, marca algunas condiciones divisorias en la interpretación de los estados.

(ANDA, s/f) Expresa que la articulación de ambos elementos puede ser analizada desde diferentes ópticas, igual de retadoras y enriquecedoras, pero sobre todo que ofrecen grandes beneficios para la sociedad en general. Esa construcción democrática exige el fortalecimiento de nuestras instituciones; fortalecimiento que se expresa en certeza jurídica y respeto a la ley. Al revisar los índices de corrupción, nos preguntamos ¿qué estrategias debemos implementar para fomentar en los ciudadanos una cultura de la legalidad? Lo dice el viejo refrán: “El buen juez por su casa empieza”. Si la sociedad somos todos, debemos preguntarnos qué hacemos desde nuestros propios ámbitos de acción para promover la cultura de la legalidad. (...)

Tratándose del gobierno, los funcionarios al servicio del Estado tenemos límites que se expresan en ordenamientos específicos. Existen leyes y reglamentos que nos acotan y señalan qué podemos hacer y qué no podemos hacer; nos indican el camino para actuar bajo principios objetivos e imparciales. Los servidores públicos no cumpliríamos

adecuadamente las funciones que se nos han encomendado si no nos basamos en los preceptos que las leyes dictan. Más aún, los servidores públicos no podemos fomentar una cultura de la legalidad si nuestra actuación no la promueve en sí misma. Por su parte, los medios de comunicación, vistos como empresas, como fuentes de trabajo, generadores de entretenimiento y transmisores de información, requieren de reglas claras que señalen sus derechos y obligaciones.

A. León (2013), Manifiesta que identidad cultural es un acumulado de valores, Creencias y modos de conducta que trabajan como elementos íntimamente de cada Grupo social, y que proceden para que las personas que la constituyen puedan establecer sus sentimientos de riquezas, dando inicio a la pluralidad cultural. La identidad, está relacionada con sentimiento, ideas, conocimientos, modos de proceder y especular de los integrantes de una comunidad, poblado o tierra, acerca del entorno natural y nacional llegándose a conocer como muestra única del respeto a otros, visible a través de sus emociones, condiciones ante la vida, trabajos creadores y términos culturales.

Según Hans Magnus Enzensberger en su libro Elementos para una teoría de los medios de comunicación, (12:28) indica lo siguiente: “Los medios de comunicación social tienen algunas propiedades, siendo, por ejemplo: los medios están orientados hacia la acción, no hacia la contemplación, están orientados hacia el presente, no hacia la tradición. Ello significa, que el material histórico en cualquier momento puede ser reproducido, es un acto de socialización de la información, con el riesgo de que la historiografía puede ser manipulada”. (ENZENSBERGER, 1984)

2.2. Hipótesis

2.1.2. Hipótesis General

Al identificar el tipo de incidencia de los medios impresos se visualizará de mejor manera la identidad cultural del sector “La Ventura” en la ciudad de Babahoyo.

2.2.2. Subhipótesis o Derivados

- ❖ Emiten información de crónica roja, más no cultural.
- ❖ Los habitantes de “la ventura” no conocen sobre los medios impresos locales.
- ❖ En “la ventura” si existe identidad cultural perceptible.

2.2.3. Variables

Variable Independiente. - Los medios de comunicación impresos

Variable Dependiente. - Identidad cultural de los habitantes de la Ciudadela “La Ventura” de la Ciudad de Babahoyo.

CAPÍTULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

En las pruebas estadísticas aplicadas según la causa de muestra y población aplicaremos una de las fórmulas que determina la Universidad Técnica de Babahoyo en donde se desconoce el tamaño de la población, debido a que la ciudadela “La Ventura” era una área extensa de sembríos arroceros del cual solo agricultores hacían uso de ella, hasta que con el pasar del tiempo se fue poblando de a poco hasta ser habitada hoy en día en su mayoría.

Erradicando consigo comportamientos culturales entre ellos prima el teatro, la danza, tradiciones, pintura entre otras; siendo así que de un error admisible de 9% y con un nivel de confianza del 90% al aplicar esta fórmula se obtuvo la cantidad de 83 personas a encuestar.

FÓRMULA APLICADA

$$N = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

n= Tamaño muestra

N= Tamaño de la población

E= Error admisible 9%

Z= Nivel de confianza 90%=1.64

p= Es la variabilidad positiva 50%

q= Es la variabilidad negativa (1-p)

CONFIANZA	90%	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
Z	1.64	1.70	1.75	1.81	1.84	1.96	2.05	2.17	2.32	2.58

Ejercicio:

$$n = \frac{(1,64)^2 (0,5)^2}{(0,09)^2}$$

$$n = \frac{(2,6896) (0,25)}{0,0081}$$

$$n = \frac{0,6724}{0,081}$$

$$n = 83,01$$

$$n = 83$$

3.1.2. Análisis e interpretación de datos

Las encuestas fueron dirigidas a los habitantes de la ciudadela “La Ventura” de la ciudad de Babahoyo

Análisis de recolección de información.

Tabla 3
Realizada por: Dayana Ninoska Yépez Monserrate

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Para conocer las incidencias de la identidad cultural.
¿Sobre qué personas?	Habitantes del sector “La Ventura”

¿Sobre qué aspectos?	Mediante la proporción de las variables Dependiente e Independiente
¿Quiénes?	La estudiante que está a cargo de la investigación del proyecto.
¿Cuándo?	16 de febrero del 2018
¿Dónde?	Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos
¿Cuántas veces?	Una sola vez
¿Cuáles son las técnicas de recolección de datos?	Encuestas
¿Mediante qué?	Formulación de preguntas.

ENCUESTA

1. Te sientes identificado con la identidad cultural de tu pueblo

Tabla 4

Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Poco	3	4%
Mucha	30	36%
A veces	10	12%
Siempre	40	48%
TOTAL	83	100%

Gráfico 1
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



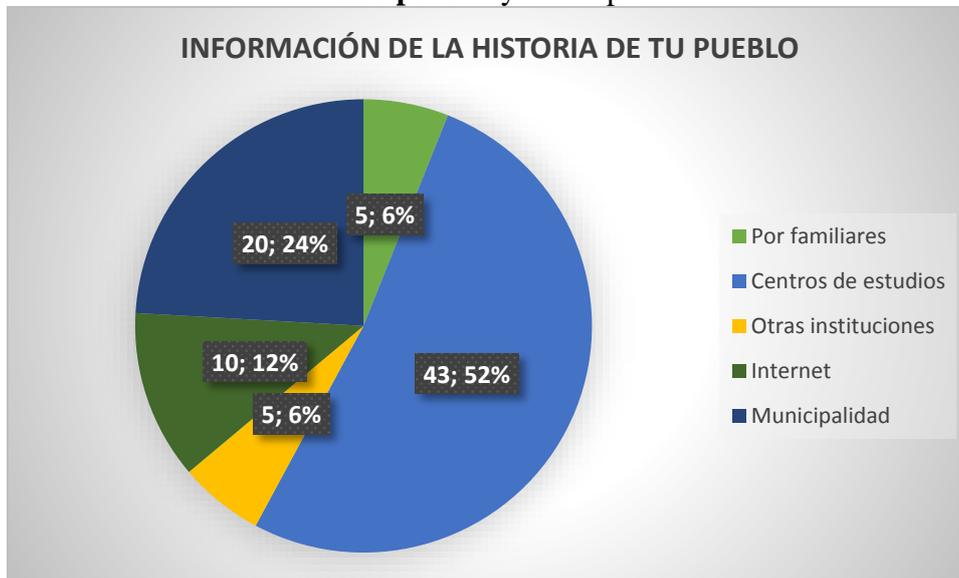
Análisis e interpretación de datos.- Los habitantes de la ciudadela la ventura respondieron de tal manera que en la opción considerada como “siempre” se obtuvo un total del 48%, secundándole “mucha” con el valor del 36%, siguiendo el “ a veces” con un total del 12% y por último tenemos a “poco” con el valor de 4%. Teniendo en cuenta, con estos resultados el cual; “nunca” arrojó el valor de 0, que las personas en la ventura si tienen una identidad cultural propia partiendo desde allí para la elaboración de la propuesta.

2. ¿Cómo obtuviste información de la historia de tu pueblo?

Tabla 5
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
Por familiares	5	6%
Centros de estudios	43	52%
Otras instituciones	5	6%
Internet	10	12%
Municipalidad	20	24%
TOTAL	83	100%

Gráfico 2
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- Los encuestados dieron como manifiesto que, el conocimiento que tienen a cerca de su pueblo proviene de diversas fuentes quedando en primer lugar la opción “centros de estudios” con un 52%, seguido de la “municipalidad” con un 24%, luego tuvimos el “internet” con el 12%, y con un porcentaje igualitario a 6% esta “por familiares” y “otras instituciones”.

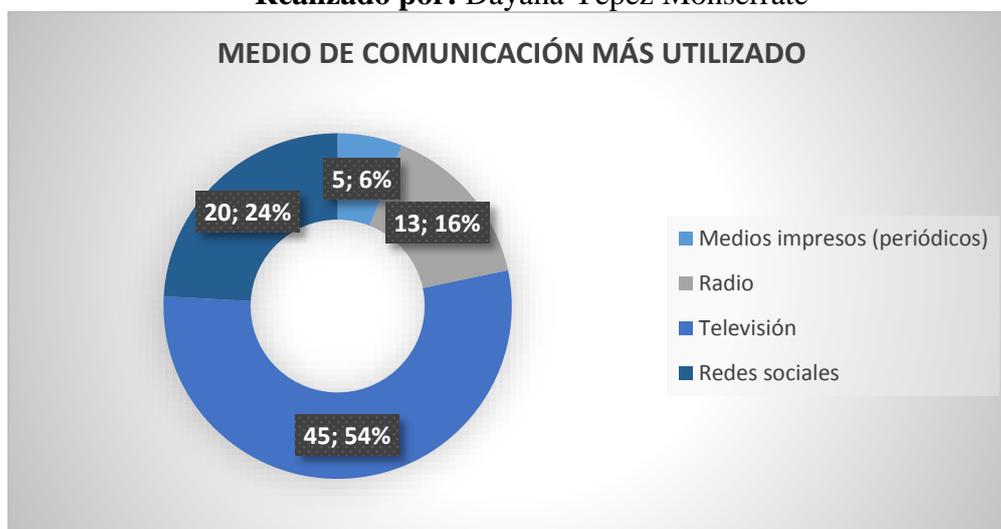
Podemos deducir que la historia de Babahoyo es contada de diversas maneras; desde que acudes a un centro de formación académico básico, en conversación con amigos o familiares o aun cuando revises en el computador el mundo del internet, sin dejar de lado las instituciones públicas; mostrándonos que la información es poder y el poder es conocimiento.

3. ¿Qué medio de comunicación utiliza más?

Tabla 6
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
Medios impresos (periódicos)	5	6%
Radio	13	16%
Televisión	45	54%
Redes sociales	20	24%
TOTAL	83	100%

Gráfico 3
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- Según demuestra el resultado de las personas encuestadas el medio de comunicación que más utilizan es la televisión con un porcentaje de 54%, dando a notar mucho interés por la pantalla chica; tendríamos que saber también el tipo de información que ven, si esta es noticiosa o de entretenimiento.

En segundo lugar están las redes sociales con un 24% de tal manera que consideran esta plataforma como un medio mas de comunicación, seguido de este está la radio con un porcentaje de 16% es notorio el poco uso de este medio; el 6% queda de último lugar siendo los medios impresos quienes protagonizan esta investigación.

4. ¿Con qué frecuencia compra los periódicos locales (de su ciudad)?

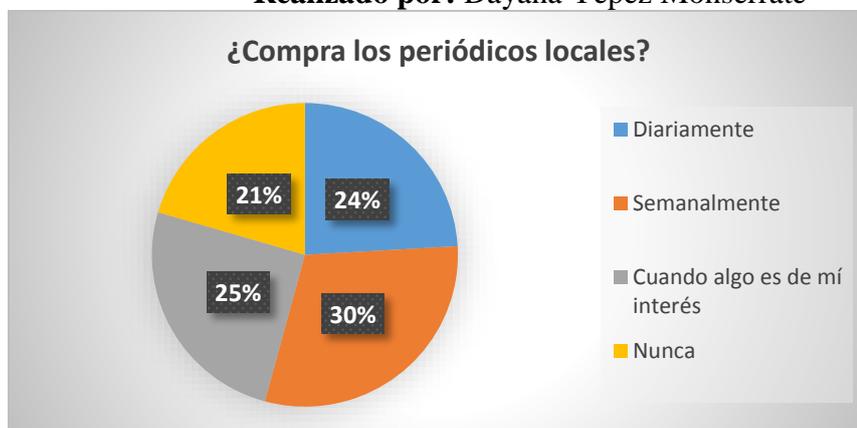
Tabla 7

Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	20	24%
Semanalmente	25	30%
Cuando algo es de mí interés	21	25%
Nunca	17	21%
TOTAL	83	100%

Gráfico 4

Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- como podemos observar con el mayor porcentaje se presenta la frecuencia “semanalmente” con un 30%, seguida de “cuando algo es de mi interés” con un 25%, luego “diariamente” con un 24% y finalmente se encuentra “nunca” con el 21%; de manera que los habitantes si hacen uso de la lectura en los periódicos de los medios impresos locales.

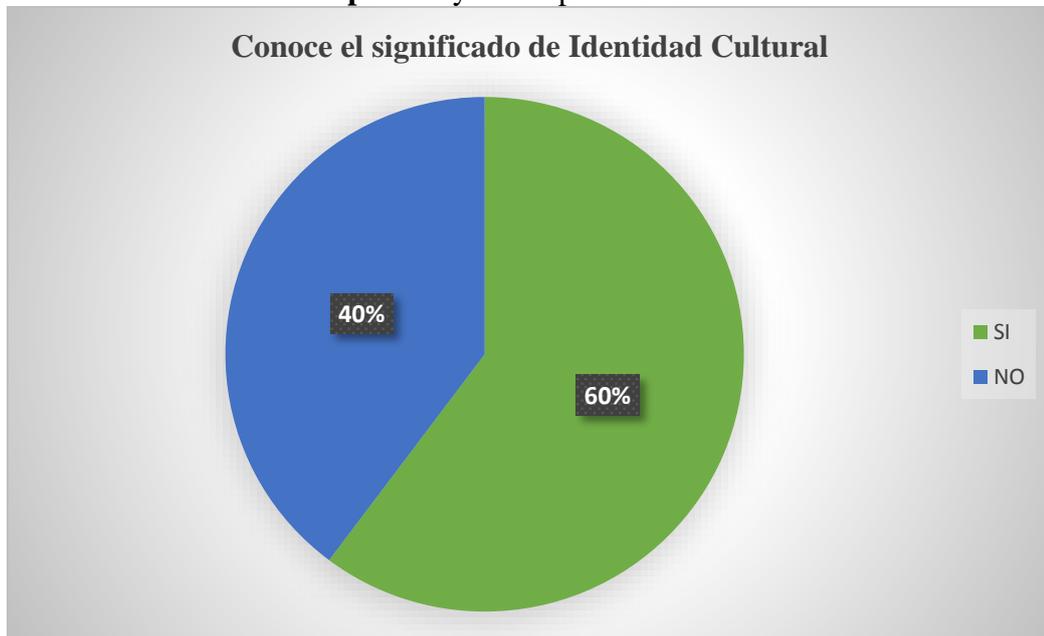
5. ¿Conoce usted el significado de identidad cultural?

Tabla 8

Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	60%
NO	33	40%
TOTAL	83	100%

Gráfico 5
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- Se aprecia que la mayoría de los habitantes conocen el significado de identidad cultural, el 60% para ser exactos tiene conocimiento del tema a tratar lo que es bueno para el desarrollo social mientras que se debe tratar de educar al 40% que no conoce o no tienen un criterio específico de lo que es el significado de cultura.

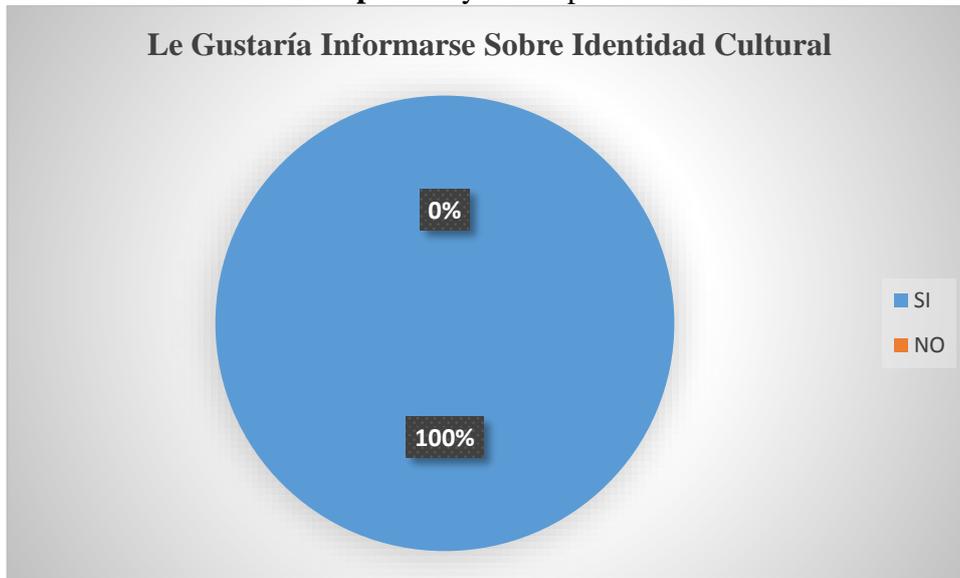
6. Si su respuesta fue No, le gustaría informarse a través de los medios impresos locales para conocer a cerca de este tema.

Tabla 9
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	33	100%
NO	0	0%
TOTAL	33	100%

Gráfico 6

Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- Es apropiado que los habitantes de la Ciudadela La Ventura necesiten y quieran aprender a cerca de la identidad cultural tener su propio concepto y valoración de aquello para que se desenvuelva en el área que sea de su agrado, además de marcar o definir su personalidad.

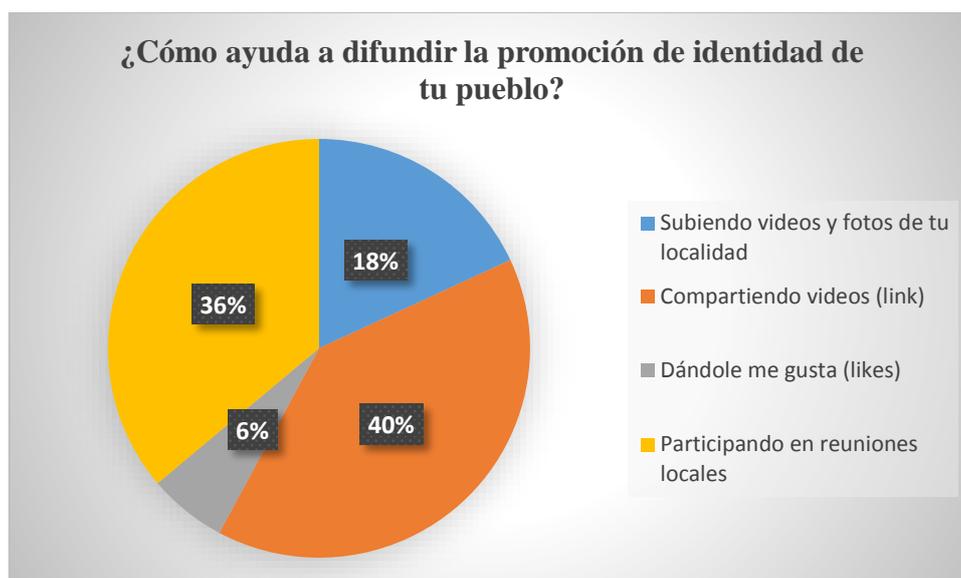
7. ¿Cómo ayuda a difundir la promoción de identidad de tu pueblo?

Tabla 10

Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
Subiendo videos y fotos de tu localidad	15	18%
Compartiendo videos (link)	33	40%
Dándole me gusta (likes)	5	6%
Participando en reuniones locales	30	36%
TOTAL	83	100%

Gráfico 7
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- Los ciudadanos de La Ventura ayudan a difundir la promoción de identidad de diferentes maneras, una de ellas y quedando en primer lugar con un porcentaje de 40% según la encuesta es compartiendo videos en las diferentes plataformas de internet seguido de la participación en reuniones locales con un 36%, el tercer lugar de la encuesta lo ocupa el cargo de subir videos y fotos a la plataforma de internet de su localidad incluyendo eventos, y por ultimo dándole me gusta tiene un porcentaje de 6 %.

8. ¿Cree usted que los medios de comunicación impresos influyen en el desarrollo educativo y cultural de los habitantes de la ciudadela “La Ventura”?

Tabla 11
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	4%
NO	80	96%
TOTAL	83	100%

Gráfico 8

Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



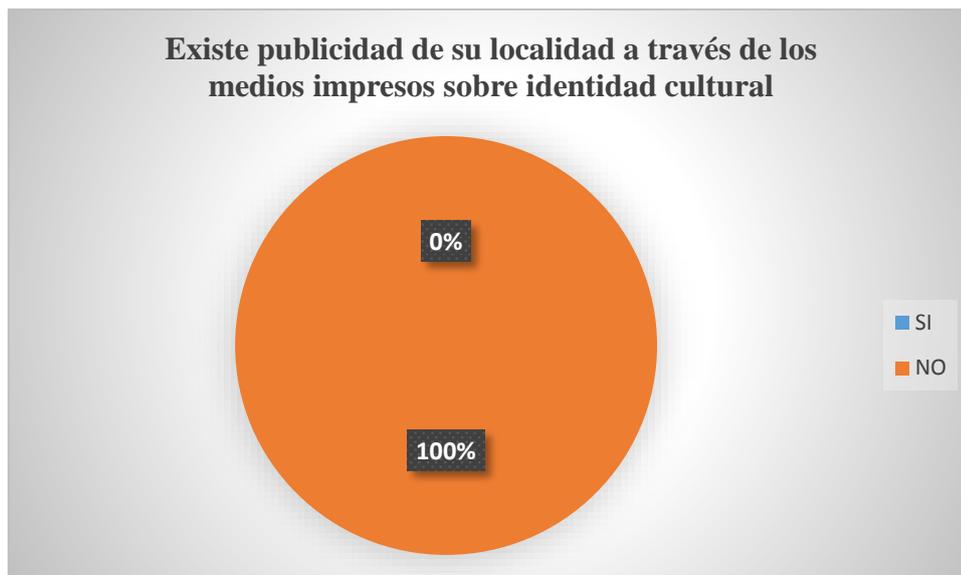
Análisis e interpretación de datos.- Mas del 96% de los habitantes de la ciudadela La Ventura consideran que los medios de comunicación impresos si influyen en el desarrollo educativo y cultural de manera que tan solo el 4% ha mencionado que no en la encuesta dirigida a este sector.

9. Existe publicidad de su localidad a través de los medios impresos sobre identidad cultural

Tabla 12
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	83	100%
TOTAL	83	100%

Gráfico 9
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- Las personas manifestaron mediante la encuesta que no existe ningún tipo de publicidad sobre la identidad cultural, para hacerse conocer a través de los medios de comunicación impresos de la localidad, en el hacer cultural y artístico del sector en mención, el 100% tuvo esta impresión.

10. ¿Qué expectativa espera en la promoción de tu localidad a través de la publicidad por los medios impresos?

Tabla 13
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Modalidad	Frecuencia	Porcentaje
Sea más conocida	20	23%
Que tenga más desarrollo y ayuda del municipio	30	35%
Que se valore más su contenido cultural	20	24%
Genere reconocimiento entre sus pobladores	15	18%

TOTAL	83	100%
-------	----	------

Gráfico 10
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



Análisis e interpretación de datos.- La expectativa que esperan los habitantes de la ciudadela La Ventura en la promoción de su localidad a través de la publicidad por los medios impresos es que tenga más desarrollo y ayuda por parte de las autoridades municipales con un 35%, seguido también de la opción que se valore más su contenido cultural con el 24%, para que esa sea más conocida que tiene el siguiente puesto tan solo con un porcentaje menor que el anterior y por ultimo quieren lograr el reconocimiento entre sus pobladores ubicando un 18%.

3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1. Conclusiones Específicas

- Los habitantes de la ciudadela “La Ventura” sí consideran que tienen una identidad cultural establecida la cual los medios impresos desconocen.
- Los medios impresos se deberían interesar más por hacer notas periodísticas culturales a los habitantes de la ciudadela “La Ventura”.
- El medio de comunicación que usan para ser escuchados o conocidos son las redes sociales por ello se debe crear un vínculo con los medios impresos y la ciudadela.

3.2.2. Conclusiones Generales

- Es grato hacerles conocer a los medios de comunicación impresos la labor que desempeñan los habitantes de la ciudadela “La Ventura” con respecto a la cultura, las tradiciones y las artes para de esta manera se ayude al progreso de la comunidad.
- Es necesario que los medios de comunicación impresos se introduzcan en este pequeño mundo en donde no solo existe la crónica roja sino también la información cultural como eje primordial en la ciudadela “La Ventura”.

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1. Recomendaciones Específicas

- Se recomienda a los habitantes de “La Ventura” no dejar de encaminarse por el pasaje de la cultura que sigan disfrutando del mágico mundo del teatro, la danza, las tradiciones y el arte.
- Los medios de comunicación impresos deben de brindar un espacio en sus planas de información.
- Incidan de manera positiva en esta comunidad, no solo se interesen por lo malo o penoso que se pueda suscitar.

3.3.2. Recomendaciones Generales

- Los habitantes de “La Ventura” deben dialogar con los medios de comunicación impresos para tener un espacio en algún periódico local asumiendo que toda publicidad es pagada.
- Crear un espacio digno de prácticas culturales para que nuevas generaciones también se inmiscuyan en el saber de la cultura.

CAPÍTULO IV.-

PROPUESTA TEÓRICA DE LA APLICACIÓN

4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Alternativa Obtenida

Mediante los resultados de la investigación, y con las encuestas realizadas, la alternativa obtenida se basa en generar cambios por parte de los medios de comunicación impresos para que se interesen más por los habitantes de la ciudadela la ventura y su afán por el agrado a la cultura, quienes la llevan mostrando hace ya varios años; pero, solo en su comunidad, a sus habitantes, a sus coterráneos quienes son los únicos que se apoyan entre sí; una vez que los medios de comunicación impresos estén dispuestos por qué no también hacer comprometer al municipio (GAD) para que respalde esta ayuda y sea aún más grande el éxito.

Además de lograr que la ciudadela sea conocida y reconocida se buscará motivar a los más pequeños de los hogares en este caso los niños, para que se introduzcan y amen la materia cultura en toda su extensión y de esta forma evitar que se derrumben en vicios dañinos.

4.1.2. Alcance de la Alternativa

En la presente propuesta se quiere lograr promover y motivar la identidad cultural de los habitantes de la ciudadela “La Ventura” mediante los medios de comunicación impresos locales para generar un cambio en la sociedad y ser un ejemplo en las demás ciudadelas del cantón Babahoyo.

Se debe pensar en todos los adolescentes quienes no tienen un pasatiempo ejemplar como entonar una guitarra, asistir a clases de teatro o practicar algún deporte, hoy en día solo se dedican a postear fotos, compartir memes y escribir comentarios en redes sociales; de allí parte la idea de forjar la identidad cultural para que sea herramienta principal en el diario vivir.

4.1.3. Aspectos Básicos de la Alternativa.

4.1.3.1. Antecedentes

La identidad cultural se define como un conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social que encierra el comportamiento, la forma de vida, las artes, las letras y los derechos del ser humano, además de las creencias y tradiciones que posee cada pueblo.

Los medios de comunicación son los encargados de hacer preservar la identidad cultural de cada pueblo y en general en todo el país, pero qué realmente ejercen los profesionales en su labor periodística diaria, realizan la imposición de comportamientos ajenos a los habituales, imponiendo costumbres o tradiciones que no hacen en el Ecuador. Muchos programas de televisión forman parte del retroceso de la cultura Ecuatoriana, encajando información de entretenimiento de otros lugares siendo así que las personas imitan tales estilos o formatos de vida para llevar a cabo su diario vivir; dejando de lado sus raíces o el comportamiento idóneo en donde nacieron.

(ECUADOR, 2011) En resumen la cultura es todo aquello creado por el hombre producto del momento histórico, social y económico en el que vive. Es decir la cultura debería ser el reflejo de nuestra sociedad. Es por eso que nos resulta absurdo que pensar que nuestra cultura sea exactamente igual a aquella que vemos en la televisión y que adoptamos como nuestra. Pues la cultura ecuatoriana debería ser el fruto de nuestra historia y nuestro presente, con nuestras necesidades y particulares características.

La cultura juega entonces un papel fundamental en el sometimiento de los pueblos, por ejemplo si adoptamos por cultura aquella que se ve en televisión que corresponde a la gente con dinero y sin necesidades, estamos traicionando nuestros propios intereses pues nos correspondería más bien denunciar nuestras necesidades, reclamar nuestros

derechos; sin embargo, como adoptamos una cultura ajena a nuestra clase social nos aquietamos y las injusticias se mantienen. Por lo tanto, es importante entender que la cultura está directamente relacionada con las clases sociales, es decir existe una cultura de clase y hay que saber diferenciar claramente entre las mismas. (ECUADOR, 2011)

En consecuencia, debemos construir nuestra propia cultura de clase para poder generar un verdadero cambio en nuestra sociedad. Además tenemos un punto a nuestro favor y es que la cultura ecuatoriana y la latinoamericana en general, han sido rebeldes desde sus inicios, es por eso que las mejores creaciones artísticas son de rebeldía y compromiso social, porque esa es nuestra realidad como pueblos explotados.

La identidad cultural por su parte “encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores, creencias, y realidades”. Es decir la identidad cultural consiste en la apropiación de nuestra cultura, tanto individual como colectivamente. La identidad cultural nos permite reconocernos como pueblos y valorar nuestra riqueza cultural que además es diversa en nuestro país. Es por eso que necesitamos construir una identidad cultural que recoja nuestra historia, nuestro presente y además sea constantemente renovada, que proponga nuevas creaciones artísticas, nuevos valores humanos y nuevas acciones para construir un mejor futuro para todos. (ECUADOR, 2011)

Adicionalmente, los sistemas educativos omiten una educación que fomente nuestra identidad cultural debido a que la educación también responde a una cultura de clase de la gente que tiene el poder y no de nuestra cultura de clase como pueblo. Por ejemplo numerosos hechos históricos no se imparten en las aulas y tampoco se reconocen en los libros tradicionales de historia. La sabiduría ancestral, la cosmovisión andina, las luchas indígenas y mestizas han sido eliminadas de nuestra historia, perdiéndose con ello grandes valores culturales para los ecuatorianos.

El papel de los jóvenes en la construcción de una identidad cultural es entonces fundamental, considerando que hemos sido influenciados por los grandes medios de comunicación y que existen en la actualidad muchos jóvenes que desconocen su cultura o reniegan de ella. Sólo el reconocimiento de nuestra cultura nos dará las herramientas necesarias para luchar por un futuro mejor. El fomentar nuestra identidad cultural no implica únicamente adentrarnos en nuestro pasado sino más bien a partir de él y de nuestra realidad actual generar nuevas propuestas culturales. (ECUADOR, 2011)

Consideramos importante la discusión sobre nuestra cultura, la capacitación a los jóvenes sobre los elementos artísticos, sociales, económicos, históricos que componen nuestra cultura. Proponemos también campañas de difusión sobre nuestra cultura a nivel de colegios y universidades. Finalmente exigimos como jóvenes todo el apoyo necesario por parte de las instancias estatales para promover la construcción de una identidad nacional comprometida con el cambio que anhelamos.

Identidad cultural como mito ideológico

(Cuenca, 2010) La expresión identidad cultural, en su sentido ideológico, va referida no a una parte (rasgo, nota, carácter, etc.) de la cultura, sino al todo de esa cultura, pero no tomada en la universalidad de su extensión (cultura humana) sino en tanto está distribuida en esferas o círculos de cultura (naciones, en sentido canónico, etnias, pueblos, etc.).

Cuando se habla de identidad cultural maya por ejemplo, parecen ponernos delante no de unos materiales mayas, sino ante una extraña raíz o tronco que parece dotado de una suerte de eterna fecundidad según pautas perennes cuyo valor ontológico parece garantizado por el hecho mismo de su identidad.

Al hablar de identidad de una cultura se está pidiendo la preservación de su pureza prístina y virginal, que se nos presenta como incondicionalmente valiosa y digna de ser

conservada a toda costa y en toda su pureza. Cuando se habla de identidad cultural de un pueblo se utiliza una idea de identidad analítica y sustancial. (Cuenca, 2010)

4.1.3.2. Justificación

Los medios de comunicación impresos hacen un excelente trabajo brindando información veraz y oportuna a la ciudadanía; pero en este caso existe muy poca incidencia en un barrio periférico en específico, que gracias al GAD hoy se está desarrollando de a poco contando con los servicios básicos para vivir dignamente. Los habitantes de la ciudadela “La Ventura” quienes protagonizan este proyecto de investigación hacen mención a la indiferencia cultural generada por los medios locales.

Refiriéndonos a indiferencia cultural quiere decir que poco o nada han hecho por ceder un espacio de esta índole, más sin embargo cuando se ha suscitado atropellos con autoridades policiales, robos o muertes están en primera fila cubriendo hasta el último detalle de lo ocurrido acaso solo existe la crónica roja o el amarillismo en los periódicos de la localidad.

Por qué no redactar y hacer conocer a la ciudadanía algo que resulta constructivo no solo para la sociedad sino para un país; porqué solo enfrascarse en lo que genera violencia para atraer el morbo de las personas y no en hacerles entender que se puede vivir en un mundo mejor; si cambian la manera de pensar y se enfocan en lo bueno y bondadoso que se puede ser, ya hubiese estado construido el paraíso sin necesidad de una resurrección.

Mediante los resultados de la encuesta dirigida a los moradores de la ciudadela “La Ventura” se pudo constatar, que la mayoría hace lo posible por darse a conocer mediante videos en YouTube o en redes sociales y que esperan en gran manera la aceptación de los medios impresos locales quienes desconocen de su existencia en el desarrollo de actividades culturales; que por cierto ya se convirtió en tradición de esta comuna.

Se vale decir que los habitantes de “La Ventura” no solo llevan a cabo ciertas actividades culturales en algunas fechas del año sino que también se esfuerzan para en algún momento acoplar espacios de arte en donde las personas de las demás ciudades vayan a inscribirse y compartirles charlas, realizar cursos educativos promoviendo la cultura, estableciendo horarios y tener como visión una gran acogida por parte de ciudadanos y autoridades locales.

Por ello es de vital importancia que los medios de comunicación impresos locales presten atención a la ciudadanía e incidan de manera positiva en sus haberes para que esta tenga un mejor desarrollo y logre inmiscuir en esta práctica cultural a muchos jóvenes que están por senderos equívocos.

4.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.

4.2.1. Generales

- Vincular a los medios de comunicación impresos en las actividades de identidad cultural de los habitantes de la ciudadela “La Ventura”.

4.2.2. Específicos

- Conocer los horarios y días de actividades para que los medios escritos locales puedan presentarse y de esta manera brindarles un espacio en el/los periódicos.
- Hacer partícipe al GAD de Babahoyo para que brinde la ayuda necesaria en el desarrollo de las actividades futuras.
- Implementar cursos para las personas que quieran acceder al conocimiento de la cultura, pero especialmente hacia jóvenes inmersos en vicios.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

Realización de una exposición cultural y artística mensual para que los medios de comunicación impresos asistan a cubrir notas sobre las diferentes actividades culturales del sector “La Ventura”

4.3.2. Componentes

La propuesta se la compone de la siguiente manera:

Gráfico 11
Fuente: la autora
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

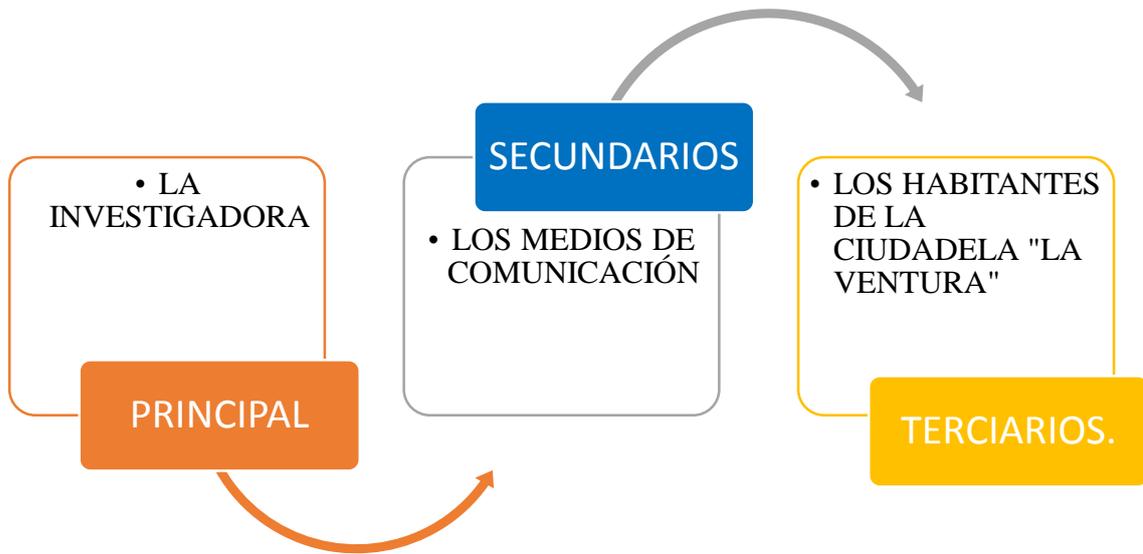


Gráfico 12
Fuente: la autora
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate



COMPOSICIÓN DE LA PROPUESTA

Objetivos de la visita a los medios impresos locales
Tener una respuesta positiva por parte de los medios de comunicación impresos brindándoles un espacio en los periódicos para facilitar a los habitantes de la ciudadela “La Ventura”, su notoriedad en la ciudad de Babahoyo en cuanto a la ejecución y elaboración de actividades culturales. Y así lograr que más personas se unan a esta práctica sana del conocimiento de la identidad cultural.

Descripción de la realización de una exposición cultural y artística mensual del sector “La Ventura”

La presentación del evento se lo realizará, el cuarto sábado de cada mes en el sector “La Ventura” otorgando el compromiso a un morador, participe del programa quién se encargará de hacer la gestión necesaria para que llegue la invitación a los medios de comunicación impresos y asistan de la manera más cordial. La vivienda de la persona responsable de que se lleven a cabo estas labores culturales será el punto de encuentro (sede) para todos los colaboradores y participantes, este grupo se encargará de realizar ensayos diarios, estableciendo un horario en donde puedan asistir todos. Una vez establecidos los horarios de ensayo se señala un día específico para reunión de contenido; lo cual encierra presentaciones, actividades e invitaciones a la asistencia de los eventos tanto a los moradores de los sectores aledaños y demás ciudadanos como de los medios de comunicación impresos. Siendo fructífero que los medios de comunicación impresos

Función de la visita a los medios impresos locales
La presente tiene como función hacer conocer a los medios impresos locales el agrado que tendrían los moradores del sector “La Ventura” en la ciudad de Babahoyo, en su acogida a la cobertura de sus labores culturales.

locales se encarguen de las propagandas anticipadas del evento a ejecutarse y de esta manera obtengan más acogida y un público satisfactorio.

CRONOGRAMA DE HORARIOS DE ENSAYOS Y REUNIONES DE CONTENIDO PARA LA EXPOSICIÓN CULTURAL SI SE EJECUTA LA PROPUESTA

Tabla 14
Realizado por: Dayana Yépez Monserrate

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
19:00-22:00	ensayo		reunión		ensayo		
15:00-18:00		ensayo		ensayo			
09:00-12:00							ensayo

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

Los medios de comunicación sociales tienen la obligación de preservar la identidad cultural, las costumbres de cada pueblo y el comportamiento de la sociedad, en ellos está la balanza porque si bien es cierto los medios mueven las masas y por aquella razón siendo esta la necesidad y la causa del problema existente, en donde no hay acogida a las actividades culturales, que se desarrollan año tras año en este sector.

- Se espera establecer una conexión entre la comunidad “La Ventura” y los medios de comunicación impresos mencionados durante la presente investigación para hacer un fuerte conjunto y obtener esa ayuda idónea por parte de las autoridades principales como lo es en este caso el GAD de Babahoyo

- Además se busca que los medios impresos formen parte de aquellos actos lo que implicaría dos cosas: en primer lugar la acogida de más personas, integrándose a los festejos tradicionales adquiriendo un comportamiento social y cultural que beneficie a la nación; y en segundo lugar la venta de ejemplares se incrementará debido a que las personas querrán obtener la edición para leer y verse plasmado en el periódico.
- Se quiere un resultado positivo tanto de los medios impresos como de las autoridades municipales respectivas, para que la ciudadela “La Ventura” siga con su labor y buen ejemplo hacia los niños adolescentes y adultos inculcando y ejerciendo valores que serán representativos ante el mundo.

Bibliografía

(2007). En P. Jiménez, & G. Parra, *El periodismo*.

ACE PROYECT THE ELECTORAL KNOWLEDGE NETWORK. (1998). Obtenido de ACE PROYECT THE ELECTORAL KNOWLEDGE NETWORK:
<http://aceproject.org/main/espanol/me/meb03a03.htm>

Alejoojaj. (8 de noviembre de 2013). *MEDIOS IMPRESOS PERIODICOS Y REVISTAS*. Obtenido de IN SLIDE SHARE:
<https://es.slideshare.net/alejoojaj/medios-impresos-periodicos-y-revistas>

ANDA, L. J. (s/f de s/f de s/f). *Microsoft Word - Naveja.doc*. Obtenido de Microsoft Word - Naveja.doc:
<http://www.ordenjuridico.gob.mx/Noticias/NoticiasOJN/Eventos/Congreso07/Textos/18.pdf>

Bárbara, A. y. (S/F de S/F de S/F). *TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES*. Obtenido de TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES:
<https://lasnuevasticsinformaticas.wordpress.com/%C2%BFcuales-son-los-medios-de-comunicacion-impresos-que-mas-evolucionaron/>

Bastidas, D. a. (01 de 04 de 2013). *IDENTIDAD CULTURAL*. Obtenido de IDENTIDAD CULTURAL:
<https://arturoleonb.wordpress.com/2013/04/01/identidad-cultural/>

BOTREL, J.-F. (s/f de s/f de s/f). *BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES*. Obtenido de BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES:
http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-construccion-de-una-nueva-cultura-del-libro-y-del-impreso-en-el-siglo-xix-0/html/0133e0f2-82b2-11df-acc7-002185ce6064_2.html

CABALLERO, V. (6 de 12 de 2014). *CULTURA EN MEDIOS IMPRESOS, EN DECADENCIA: VIRGILIO CABALLERO. CULTURA EN MEDIOS IMPRESOS, EN DECADENCIA: VIRGILIO CABALLERO*. Guadalajara, Mexico.

CAJAL, A. (2018). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com:
<https://www.lifeder.com/identidad-cultural/>

CHOMSKI. (s.f.). *"10 ESTRATEGIAS DE MANIPULACIÓN" A TRAVÉS DE LOS MEDIOS*.

- Cordicom. (16 de 4 de 2015). *CONSEJO DE REGULACIÓN Y DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN* . Obtenido de CONSEJO DE REGULACIÓN Y DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN : <http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-aprueba-reglamento-para-la-difusion-de-contenidos-interculturales-en-medios/>
- Cuenca, U. d. (21 de 01 de 2010). *Monografías plus*. Obtenido de Monografías plus: <https://www.monografias.com/docs/Identidad-cultural-del-ecuador-P3JSM4RYBY>
- Delgado, J. (2007). El Periodismo. En *ADMINISTRACIÓN, GERENCIA Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN*.
- Dicarlo, R. (2018). *EMPRESAS, INVERSIÓN Y COMUNICACIONES*.
- DONATI P, P. (1995). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional. *communication & society*, págs. 61-75.
- ECUADOR, C. (19 de 03 de 2011). *CORAJE-ECUADOR*. Obtenido de CORAJE-ECUADOR: <https://sites.google.com/site/corajeecuador/identidad-y-cultura>
- Ed. Boulevard, C. (2010). *La Regulación de los Medios de Comunicación y los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes*. Brasillia.
- Editorial. (1997). La cultura y los medios. *criterio digital sociedad fe cultura*, 15-17.
- ENZENSBERGER, H. M. (1984). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. . Barcelona.: Editorial Anagrama. .
- Figliozzi, P. (2008). La influencia de los medios de comunicación en el comportamiento. *Facultad de diseño y comunicación*.
- Fisas, V. (2 de 4 de 1998). Los medios de comunicación y la cultura de la violencia. *El Pais*, pág. opinión.
- Geertz, C. (1973). *La iinterpretación de las culturas*, . Nueva York: Basic Books. Gedisa, Barcelona).
- Giménez. (s.f.). *Giménez*. Obtenido de Giménez.
- Gómez, O. (18 de 03 de 2014). *prezi*. Obtenido de prezi: <https://prezi.com/4ak7mobvcbmx/definicion-de-los-medios-impresos/>
- Guerrero, A., Ramírez, A., & Epi, D. (s.f.).
- Hortal, P. I. (2014). *Nuevas Narrativas en el Periodismo Actual. El periodismo Transmediático*.
- Infantes, A. T. (s.f.). *La identidad culturar en le adolescencia*.

- Innerarity, D. (25 de 10 de 2003). Identidad y Medios . *El Pais*, pág. crítica.
- Innovación en modelos de financiación de medios digitales. (2010). En I. Mandujano, *Periodismo Emprendedor en Iberoamérica*.
- Juan TOMÁS FRUTOS, A. R. (11 de 2003). *APUNTES SOBRE LO AUDIOVISUAL: CONCEPTOS, ANÁLISIS Y REFLEXIONES*. Obtenido de (<https://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/frutos/Apuntes%20sobre%20lo%20audiovisual%5B1%5D.htm>)”
- Jullien, F. (2017). La Identidad Cultural No Existe. En F. Jullien, *La Identidad Cultural No Existe*. España: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Las Teorías Profesionales Y Las 5 Crisis Del Periodismo. (2013). En E. A. Vico. Madrid- España.
- Maggi, E. O. (02 de 2014). *Medios de comunicación, cultura e identidad nacional*. Obtenido de http://letras-uruguay.espaciolatino.com/aaa/ottonieri_edda/medios_de_comunicacion.htm
- Mena, R. (2016). *INDESIC*. Obtenido de INDESIC: <http://indesic.org.ec/rescate-de-la-identidad-cultural-en-el-ecuador/>
- Mercedes. (28 de Mayo de 2009). *Psicología Social*. Obtenido de Psicología Social: <http://mercedes-afrodita.blogspot.com/2009/05/la-influencia-de-los-medios-de.html>
- Mexico, U. (08 de 11 de 2017). *Universia.net*. Obtenido de Universia.net: <http://noticias.universia.net.mx/cultura/noticia/2016/08/18/1142820/paises-mundo-influencia-cultural.html>
- Nieto, A. R. (28 de 02 de 2016). *ssociologos blog de sociologia y actualidad*. Obtenido de ssociologos blog de sociologia y actualidad: <https://ssociologos.com/2016/02/28/medios-de-comunicacion-y-cultura-una-aproximacion-al-caso-mexicano/>
- Niño, I. N. (28 de 01 de 2011). *aporrea*. Obtenido de aporrea: <https://www.aporrea.org/medios/a116589.html>
- Ortíz, I. G. (2014). cómo los medios de comunicación afecta la identidad cultural. *Prezi*.
- Pamela, J. C., & Santiago, R. (Diciembre-Enero de 2011-2012). *ComHumanitas*. Obtenido de ComHumanitas: <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/viewFile/11/11>
- Pindado, J. P. (2003). *El papel de los medios de comunicación en la*.

- Pindado, J. P. (2003). El papel de los medios de comunicación en socialización de los adolescentes de Málaga. Malaga: UNIVERSIDAD DE MALAGA.
- Puga, A. B. (s/f de s/f de s/f). *ciberperiodismo e identidad cultural, oportunidad y desafio*. Obtenido de ciberperiodismo e identidad cultural, oportunidad y desafio:
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%209/arturobarrios.pdf>
- R. RODRIGUEZ, G. (10 de 2013).
LOS MEDIOS DE COMUNICACION E IDENTIDAD NACIONAL. Obtenido de academia:
http://www.academia.edu/7768276/LOS_MEDIOS_DE_COMUNICACION_E_IDENTIDAD_NACIONAL
- Robledo, N. C. (8 de 7 de 2005). *Aporrea*. Obtenido de Aporrea:
<https://www.aporrea.org/actualidad/a15248.html>
- Santana, C. R. (12 de Agosto de 2009). *Filosofía*. Obtenido de Filosofía:
http://www.filosofia.mx/index.php/perse/archivos/filosofia_y_medios_de_comunicacion_i
- Santiago, M. S. (2000). *Influencia de los medios de comunicación en la educación actual*.
- Soto, O. (24 de Junio de 2016). *PREZZI*. Obtenido de PREZZI:
<https://prezi.com/wnsvtvpomxts/principales-medios-impresos-del-ecuador/>
- Spa, M. d. (24 de 05 de 2004). Comunicación y diversidad cultural. *EL PAIS*.
- Thompson, J. B. (1991). La comunicacion masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. *Versión*.
- Tylor, E. B. (1871). LA CIENCIA DE LA CULTURA. En P. C. Development. London: John Murray. .
- UNESCO. (2017). *UNESCO*. Obtenido de UNESCO:
<http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday200900/themes/the-role-of-media-in-intercultural-dialogue/>
- Universidad, E. d. (6 de 5 de 2018). el libre pensador. bogota, colombia.
- Vergara, R. A. (2008). *renovacion de centros historicos en grandes ciudades latinoamericanas*. Barranquilla: ediciones uninorte.
- Villa, M. J. (2000).

Walsh, R. (s.f.).

WORDPRESS. (14 de 02 de 2010). *HISTORIA DE LOS MEDIOS*. Obtenido de
HISTORIA DE LOS MEDIOS:
<https://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/02/14/clasificacion-de-los-medios/>

Zambrano, V. J. (2015). *ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES*.

Anexos

ENCUESTA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MORADORES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA”

Indicaciones

Lea detenidamente las preguntas que se presentan a continuación y marque con una x según su criterio.

1. Te sientes identificado con la identidad cultural de tu pueblo

- Nunca
- Poco
- Mucha
- A veces
- Siempre

2. ¿Cómo obtuviste información de la historia de tu pueblo?

- Por familiares
- Centros de estudios
- Otras instituciones
- Internet
- Municipalidad

3. ¿Qué medio de comunicación utiliza más?

- Medios impresos (periódicos)
- Radio
- Televisión
- Redes sociales

4. ¿Con qué frecuencia compra los periódicos locales (de su ciudad)?

- Diariamente
- Semanalmente
- Cuando algo es de mí interés
- Nunca

5. ¿Conoce usted el significado de identidad cultural?

- SI
- NO

6. Si su respuesta fue No, le gustaría informarse a través de los medios impresos locales para conocer a cerca de este tema.

- SI
- NO

7. ¿Cómo ayuda a difundir la promoción de identidad de tu pueblo?

- Subiendo videos y fotos de tu localidad
- Compartiendo videos (link y dándole like)
- Dándole me gusta (likes)
- Orientador en tu localidad
- Participando en reuniones locales

8. ¿Cree usted que los medios de comunicación impresos influyen en el desarrollo educativo y cultural de los habitantes de la ciudadela “La Ventura”?

- SI
- NO

9. Existe publicidad de su localidad a traves de los medios impresos sobre identidad cultural.

- SI
- NO

10. ¿Qué expectativa espera en la promoción de tu localidad a través de la publicidad por los medios impresos?

- Seas más conocida
- Que tenga más desarrollo y ayuda del municipio
- Que se valore más su contenido cultural
- Genere reconocimiento entre sus pobladores

Presupuesto.

Concepto	Cantidad	Total
Compra de materiales a utilizar (papel y tinta para impresora)	2(resma) 3(cartuchos)	\$30.00
Servicio de internet	2 meses	\$42.00
Discos compactos	3	\$2.00
Anillados	3	\$3.00
Sobre manila, carpeta	2	\$1.00
Viatico, transporte y otros	1 mes	\$28.00
		\$76.00

Cronograma del Proyecto.

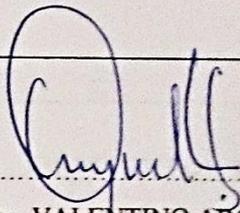
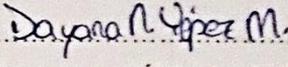
Cronograma de Trabajo							
Actividades a realizar	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Adaptación y realización del capítulo I del problema.	x	x					
Elaboración del marco teórico, conceptual y referencial; con el docente tutor			x				
Revisión de avance del cap. II con el tutor designado				x			
Desarrollo investigativo del capítulo III metodología de la invest.					x		
Corrección del docente tutor de todo el proyecto de investigación					x		
Avance del capítulo IV Propuesta teórica de la aplicación						x	
Revisión de Antecedentes, Justificación y Objetivos de la Propuesta						x	
Elaboración de la Estructura de la propuesta							x
Corrección de los resultados esperados de la alternativa							x



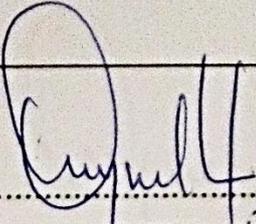
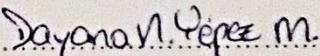
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL
SESIONES DE TRABAJO TUTORIAL



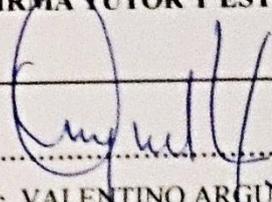
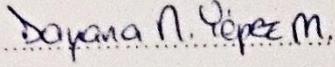
TEMA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DE LA CIUDADELA “LA VENTURA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

PRIMERA SESIÓN DE TRABAJO		
RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA TUTOR Y ESTUDIANTE
Elaboramos el marco conceptual, teórico y referencial.	1.-Se hizo la investigación de las variables dependiente e independiente.	 Msc. VALENTINO ARGUELLO T.
	2.-Se describieron los hechos problemáticos a tratar.	 DAYANA YÉPEZ MONSERRATE
	3.- Se realizó el problema general.	

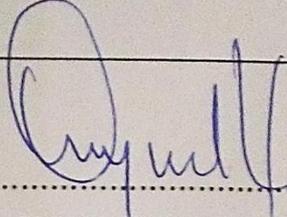
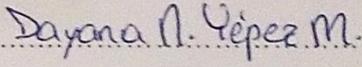
SEGUNDA SESIÓN DE TRABAJO

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA TUTOR Y ESTUDIANTE
Revisión del avance del capítulo II.	4.- Se planteó la hipótesis, hipótesis general subhipotesis o derivadas.	 Msc. VALENTINO ARGUELLO T.  DAYANA YÉPEZ MONSERRATE

TERCERA SESIÓN DE TRABAJO

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA TUTOR Y ESTUDIANTE
Procedimos al desarrollo investigativo del capítulo III metodología de la investigación.	5.- Se avanzó con el tipo de investigación, modalidad, los métodos, las técnicas y los instrumentos. 6.- Se logró revisar la población, la muestra y el presupuesto del proyecto.	 Msc. VALENTINO ARGUELLO T.  DAYANA YÉPEZ MONSERRATE

CUARTA SESIÓN DE TRABAJO

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA TUTOR Y ESTUDIANTE
Corrección de todo el proyecto de investigación.	7.-Se revisó paso a paso el proyecto de investigación para descartar cualquier error.	 Msc. VALENTINO ARGUEDO T.  DAYANA YÉPEZ MONSERRATE

CUARTA SESIÓN DE TRABAJO

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA TUTOR Y ESTUDIANTE
Corrección de todo el proyecto de investigación.	7.-Se revisó paso a paso el proyecto de investigación para descartar cualquier error. Msc. VALENTINO ARGUELLO T. DAYANA YÉPEZ MONSERRATE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
C I D E
CONTROL DE GRADO



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
EMITIDO POR LA COMISIÓN DE TITULACIÓN PREVIA A LA DESIGNACIÓN DE TRIBUNAL DE
SUSTENTACIÓN DE LA FACULTAD**

Babahoyo, 11 de julio del 2018

El Delegado de la Comisión de Titulación de La FCJSE para la revisión y aprobación del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la designación del tribunal de sustentación, certifica que el Sr. (a) (ta) **YÉPEZ MONSERRATE DAYANA NINOSKA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación titulado:

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y SU INCIDENCIA EN LA
IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DE LA CIUDADELA "LA
VENTURA" DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

Cumpliendo con la metodología, técnica, formatos, y estructura, normas APA y demás disposiciones establecidas por esta unidad académica.

Por lo que recomiendo al egresado(a), reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

LCDO. MIGUEL GONZÁLEZ VALAREZO, MSc.
LA COMISIÓN DE TITULACIÓN DE LA FCJSE]

Universidad Técnica de Babahoyo
Lda. W. ...
Ag. Soc. Fac. ...



Realizando la encuesta a la Sra. Mayra Murillo habitante del sector “La Ventura”



Realizando la encuesta a la Sra. Nelly Ube habitante del sector “La Ventura”



Realizando la encuesta a la Srta. Karen Barrio habitante del sector “La Ventura”



Realizando la encuesta al Sr. Léster Morales habitante del sector “La Ventura”



Realizando la encuesta a la Srta. Duxi habitante del sector “La Ventura”



ELECCIÓN DE LA REINA DE LA CIUADELA “LA VENTURA” DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.



EN LA PRIMERA SESIÓN DE TUTORÍA CON EL MSC VALENTINO ARGUELLO T.



EN LA REVISIÓN DEL AVANCE DEL CAP. II.



ELABORACION DE LA METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION



ELECCIÓN DE LA PRINCESITA DE NAVIDAD EN EL SECTOR “LA VENTURA”



PRESENTACIÓN ARTÍSTICA EN EL SECTOR “LA VENTURA”