



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



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL ALDIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL  
ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE  
BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**

**AUTORA:**

**SELLAN ANCHUNDIA LISSETH ESTEFANIA**

**TUTOR:**

**LCDO.FREDDY HOLGUIN DIAZ, MSC**

**QUEVEDO- ECUADOR**

**2018**



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



**DEDICATORIA**

A mis padres Beatriz Anchundia y Miltón Sellan quienes siempre han estado a mi lado motivándome para alcanzar mis metas que han sido mi sostén fundamental, aconsejándome, guiándome y ayudándome en mi formación como persona de bien para ser útil a mis semejantes.

A mis hermanos Jefferson y Angélica que siempre han estado conmigo dándome una palabra de aliento para lograr mis objetivos propuestos.

A mi esposo por estar a mi lado ayudándome, alentándome y llenándome de fuerzas para seguir adelante y juntos lograr superarnos.

A todos mis familiares, que de una u otra manera estuvieron brindándome su apoyo incondicional y constante en todo mi proceso de formación.

**LISSETH ESTEFANIA SELLAN ANCHUNDIA**



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



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios nuestro Creador, por permitirme cumplir una más de mis metas planteadas, como es la conclusión de mi proyecto de investigación, por estar conmigo en cada proyecto que me he planteado y por acompañarme en cada paso que doy, dándome salud y sabiduría para tomar mis decisiones.

A todos nuestros catedráticos, que supieron guiarnos durante el transcurso de nuestros estudios y hacer de nosotros profesionales en la rama de Comunicación Social dignos de ostentar el título de Licenciada.

A mis amigas y compañeras de estudios universitario Sandy, Lilia y Jenniffer que juntas en el trascurso de nuestra carrera supimos guiarnos, ayudarnos mutuamente para poder lograr nuestro gran objetivo, brindándome su amistad incondicional.

**LISSETH ESTEFANIA SELLAN ANCHUNDIA**



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



**AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, **LISSETH ESTEFANIA SELLAN ANCHUNDIA** portadora de la cédula de ciudadanía **210077253-8**, en calidad de autor (a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Educación Mención **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL ALDIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**

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

**LISSETH ESTEFANIA SELLAN ANCHUNDIA**

**CI. 210077253-8**



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



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME  
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA  
SUSTENCIÓN.**

Quevedo, 29, 10, 2018

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio 135, con 9 de junio del 2018, mediante resolución CD-FAC. C.J.S.E – SO-007 –RES-001-2018, certifico que el Sr. (a) (ta) LISSETH ESTEFANIA SELLAN ANCHUNDIA, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

**MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL ALDIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL  
ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE  
BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, 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. FREDDY HOLGUÍN DÍAZ Msc.  
DOCENTE DE LA FCJSE.



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



## **RESUMEN**

Los medios de comunicación digitales en la actualidad son los más visitados y usados por la mayoría de las personas que con la llegada de nueva era digital tuvieron gran acogida y la humanidad se pudo adaptar con normalidad a estos cambios.

Este trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar un taller de capacitación dirigido a los profesionales que laboran en el medio de comunicación Aldia.com.ec para que puedan difundir en su medio contenido cultural que impactara y ayudara a la sociedad y a los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo a que adquieran más conocimientos sobre todo lo que corresponde a la cultura.

Para la elaboración del trabajo de investigación se emplearon varios métodos investigativos; se desarrolló un cuestionario de preguntas para poder realizar las respectivas encuestas a los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo y poder sacar los resultados que posteriormente se los plasmaron en los gráficos estadísticos, estos métodos ayudaron para obtener la validez del problema.

Se pudo concluir que la propuesta del taller de capacitación hacia los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital es de gran importancia para que ellos obtengan conocimientos sobre contenido cultural y lo puedan emitir en su medio.

**Palabras claves:** medios digitales, contenido cultural, impacto, capacitación



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



## **SUMMARY**

Today's digital media are the most visited and used by most people who, with the arrival of the new digital era, were well received and humanity was able to adapt normally to these changes.

This research work aims to develop a training workshop aimed at professionals working in the media Aldia.com.ec so they can disseminate cultural content in their environment that will impact and help society and third semester students of the career of Social Communication of the Technical University of Babahoyo, Quevedo Extension to acquire more knowledge about everything that corresponds to culture.

For the elaboration of the research work several investigative methods were used; A questionnaire of questions was developed to be able to carry out the respective surveys to the students of the third semester of the career of Social Communication of the Technical University of Babahoyo, Quevedo Extension and to be able to obtain the results that later were reflected in the statistical graphs, these methods helped to obtain the validity of the problem

It was concluded that the proposal of the training workshop for professionals working in the digital media is of great importance so that they obtain knowledge about cultural content and can broadcast it in their medium.



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



**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN**

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL ALDIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.

PRESENTADO POR EL SEÑORITA: LISSETH SELLAN ANCHUNDIA


OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

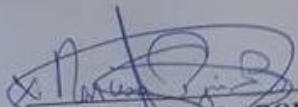
8.82

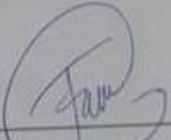
EQUIVALENTE A:

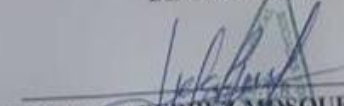
Muy Buena

TRIBUNAL:

  
URQUIZA MENDOZA LILIANA IVETT  
DELEGADO DEL DECANA

  
RAMIREZ CASTRO ADOLFO EMILIO  
DELEGADO DEL CIDE

  
TUBAY MOREÑA MAXIMO  
FERNANDO  
DELEGADO DEL COORDINADO  
DE CARRERA

  
ABG. ISELA BERRIZ MOSQUERA  
SECRETARIA DE LA  
FAC.CC JJ.JJ.SS.EE





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



Quevedo, 27, 10, 2018

**INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Sr. (a)(ta) **LISSETH ESTEFANIA SELLAN ANCHUNDIA**, cuyo tema es: **MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL ALDIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[6%]**, 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.

URKUND

Documento: [INFORME FINAL LISTO.docx](#) (43151340)

Presentado: 2018-10-27 13:09 (45:00)

Presentado por: [estefanias@protonmail.com](mailto:estefanias@protonmail.com)


Recibido: [kurquiza.utb@analisis.orkund.com](mailto:kurquiza.utb@analisis.orkund.com)

Mensaje: Informe final Sellan Lisbeth [Mostrar el mensaje completo](#)

6% de estas 43 páginas se componen de texto presente en 5 fuentes.

| Categoría            | Enlace/nombre de archivo  |
|----------------------|---|
|                      | <a href="#">Informe litana camara.docx</a>  |
|                      | <a href="#">INFORME FINAL UINOC MARIA.docx</a>  |
|                      | <a href="http://extensionquevedo.utb.edu.ec/content-12">http://extensionquevedo.utb.edu.ec/content-12</a> |
|                      | <a href="#">TESIS PARA URKUND.docx</a>  |
|                      | <a href="#">Informe-Rosa-Jonathan-2018-1-11.docx</a>  |
| Fuentes alternativas |   |

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

  
**Lcdo. FREDDY HOLGUÍN DÍAZ Msc.**  
**DOCENTE DE LA FCJSE**

# ÍNDICE GENERAL

|  |                               |
|--|-------------------------------|
| CARATULA .....                             | I                             |
| DEDICATORIA .....                          | II                            |
| AGRADECIMIENTO .....                       | III                           |
| AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL ... | ¡Error! Marcador no definido. |
| CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR .....  | ¡Error! Marcador no definido. |
| RESUMEN .....                              | VI                            |
| SUMMARY .....                              | VII                           |
| RESULTADO DEL INFORME FINAL .....          | ¡Error! Marcador no definido. |
| INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND .....  | ¡Error! Marcador no definido. |
| ÍNDICE GENERAL .....                       | X                             |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                     | XIV                           |
| ÍNDICE DE GRAFICOS .....                   | XV                            |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                    | XVI                           |
| INTRODUCCIÓN .....                         | 1                             |
| CAPITULO I .....                           | 2                             |
| 1. DEL PROBLEMA .....                      | 2                             |
| 1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACION .....    | 2                             |
| 1.2. MARCO CONTEXTUAL .....                | 2                             |
| 1.2.1. Contexto internacional .....        | 2                             |
| 1.2.2. Contexto nacional .....             | 3                             |
| 1.2.3. Contexto local .....                | 4                             |
| 1.2.4. Contexto institucional .....        | 5                             |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....</b>                        | <b>6</b>  |
| <b>1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>                    | <b>7</b>  |
| <b>1.4.1. Problema General .....</b>                            | <b>7</b>  |
| <b>1.4.2. Subproblemas o derivados .....</b>                    | <b>7</b>  |
| <b>1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACION .....</b>              | <b>7</b>  |
| <b>1.5.1. Delimitación espacial .....</b>                       | <b>7</b>  |
| <b>1.5.2. Delimitación temporal.....</b>                        | <b>8</b>  |
| <b>1.5.3. Delimitación demográfica.....</b>                     | <b>8</b>  |
| <b>1.6. JUSTIFICACIÓN.....</b>                                  | <b>8</b>  |
| <b>1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>                    | <b>10</b> |
| <b>1.7.1. Objetivo general .....</b>                            | <b>10</b> |
| <b>1.7.2. Objetivos específicos .....</b>                       | <b>10</b> |
| <b>CAPITULO II.....</b>   | <b>11</b> |
| <b>2. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL .....</b>                     | <b>11</b> |
| <b>2.1. MARCO TEÓRICO .....</b>                                 | <b>11</b> |
| <b>2.1.1. Marco conceptual .....</b>                            | <b>11</b> |
| <b>Medios de comunicación digitales .....</b>                   | <b>11</b> |
| <b>Los nuevos medios multimedia .....</b>                       | <b>25</b> |
| <b>La comunicación digital .....</b>                            | <b>27</b> |
| <b>Ventajas de los medios de comunicación digitales .....</b>   | <b>30</b> |
| <b>Desventajas de los medios de comunicación digitales.....</b> | <b>31</b> |
| <b>Medios digitales en ecuador .....</b>                        | <b>31</b> |
| <b>Importancia de los medios de comunicación digitales.....</b> | <b>33</b> |
| <b>Importancia de los medios de comunicación .....</b>          | <b>34</b> |
| <b>Importancia de fomentar el desarrollo cultural.....</b>      | <b>35</b> |

|  |    |
|--|----|
| <b>Cultura</b> .....                                       | 36 |
| <b>La cultura en los jóvenes</b> .....                     | 37 |
| <b>Periodismo cultural</b> .....                           | 38 |
| <b>Desarrollo cultural</b> .....                           | 39 |
| <b>Impacto cultural</b> .....                              | 40 |
| <b>Identidad cultural</b> .....                            | 41 |
| <b>2.1.2. MARCO REFERENCIAL</b> .....                      | 42 |
| <b>2.1.2.1. Antecedentes investigativos</b> .....          | 42 |
| <b>2.1.2.2. Categorías de análisis</b> .....               | 44 |
| <b>2.1.3. Postura Teórica</b> .....                        | 46 |
| <b>2.2. HIPÓTESIS</b> .....                                | 48 |
| <b>2.2.1. Hipótesis general</b> .....                      | 48 |
| <b>2.2.2. Subhipótesis o derivados</b> .....               | 49 |
| <b>2.2.3. Variables</b> .....                              | 49 |
| <b>CAPITULO III</b> .....                                  | 50 |
| <b>3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....             | 50 |
| <b>3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> ..... | 50 |
| <b>3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.</b> .....        | 50 |
| <b>3.1.2. Análisis e interpretación de datos.</b> .....    | 51 |
| <b>3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES</b> .....     | 56 |
| <b>3.2.1. Especificas</b> .....                            | 56 |
| <b>3.2.2. General</b> .....                                | 57 |
| <b>3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES</b> .....  | 57 |
| <b>3.3.1. Especificas</b> .....                            | 57 |
| <b>3.3.2. General</b> .....                                | 58 |

|  |    |
|--|----|
| <b>CAPITULO IV</b> .....                                   | 59 |
| <b>4. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN</b> .....            | 59 |
| <b>4.1. PROPUESTA DE LA APLICACIÓN DE RESULTADOS</b> ..... | 59 |
| <b>4.1.1. Alternativa obtenida</b> .....                   | 59 |
| <b>4.1.2. Alcance de la alternativa</b> .....              | 59 |
| <b>4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa</b> .....     | 60 |
| <b>4.1.4. Antecedentes</b> .....                           | 60 |
| <b>4.1.5. Justificación</b> .....                          | 61 |
| <b>4.2. OBJETIVOS</b> .....                                | 63 |
| <b>4.2.1. General</b> .....                                | 63 |
| <b>4.2.2. General</b> .....                                | 63 |
| <b>4.3. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA</b> .....               | 64 |
| <b>4.3.1. Título</b> .....                                 | 64 |
| <b>4.3.2. Componentes</b> .....                            | 64 |
| <b>4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA</b> .....   | 89 |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....                                  | 90 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1.-</b> Muestra.....  | 51 |
| <b>Tabla 2.-</b> Medio de comunicación digital Aldia.com.ec desarrolla impacto cultural..... | 51 |
| <b>Tabla 3.-</b> Difunden información sobre temas culturales.....                            | 52 |
| <b>Tabla 4.-</b> Publican investigación veraz.....   | 53 |
| <b>Tabla 5.-</b> Visita páginas de medios digitales.....                                     | 54 |
| <b>Tabla 6.-</b> Causantes de los cambios de identidad cultural.....                         | 55 |
| <b>Tabla 12.-</b> Medios de comunicación digital.....  | 65 |
| <b>Tabla 13.-</b> Cultura.....   | 66 |
| <b>Tabla 14.-</b> Identidad Cultural.....  | 67 |
| <b>Tabla 15.-</b> ¿Qué es periodismo cultural?.....  | 68 |
| <b>Tabla 16.-</b> Redes sociales como medio de comunicación.....                             | 70 |
| <b>Tabla 17.-</b> Medios de comunicación digital de Quevedo.....                             | 72 |
| <b>Tabla 18.-</b> Desarrollo del tema 1.....   | 74 |
| <b>Tabla 19.-</b> Desarrollo del tema 2.....   | 75 |
| <b>Tabla 20.-</b> Desarrollo del tema 3.....   | 78 |
| <b>Tabla 21.-</b> Desarrollo del tema 4.....   | 80 |
| <b>Tabla 22.-</b> Desarrollo del tema 5.....   | 82 |
| <b>Tabla 23.-</b> Desarrollo del tema 6.....   | 85 |

## ÍNDICE DE GRAFICOS

|  |    |
|--|----|
| <b>Gráfico 1.-</b> Medio de comunicación digital Aldia.com.ec desarrolla impacto cultural..... | 51 |
| <b>Gráfico 2.-</b> Difunden información sobre temas culturales.....                            | 52 |
| <b>Gráfico 3.-</b> Publican investigación veraz.....   | 54 |
| <b>Gráfico 4.-</b> Visita páginas de medios digitales. ....                                    | 55 |
| <b>Gráfico 5.-</b> Causantes de los cambios de identidad. ....                                 | 56 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Ilustración 1.-</b> Modelo del tríptico, parte frontal. ....   | 87 |
| <b>Ilustración 2.-</b> Modelo del tríptico, parte posterior. .... | 88 |



## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación digitales proporcionan una gran cantidad de información debido a que el internet es un sistema abierto donde los usuarios pueden subir y acceder de una manera fácil y rápida a todo tipo de publicación, sin embargo a lo largo de los últimos años se ha incrementado el periodismo digital teniendo una gran acogida por parte de sus consumidores por este motivo se ha planteado realizar el proyecto para conocer cuál es el impacto de los medios digitales en el ámbito cultural.

La presente investigación se refiere al tema “Medio de comunicación digital Aldia.com.ec y su impacto en el ámbito cultural en los jóvenes del tercer semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo” para así poder inculcar en dichos medios la importancia de difundir un periodismo cultural que ayudara a los jóvenes a tener un concepto más claro y preciso sobre sus raíces que con el pasar del tiempo se han venido olvidando.

Con la globalización a lo largo del tiempo la sociedad se ha sometido a grandes cambios tantos tecnológicos como de cultura lo segundo debido a que los medios de comunicación digitales no tienen un contenido cultural y pedagógico que les aporte temas de relevancia para su educación, esto conlleva a la gran problemática que se vive actualmente sobre problemas de violencia, delincuencia, drogas, embarazos no deseados, morbosidad que son aportes negativos para la sociedad.

Es por ello que es necesario implementar soluciones para que los medios de comunicación digitales del cantón Quevedo y sus profesionales involucren en sus publicaciones temas de culturalización que impacten y siembren en sus espectadores el interés de conocer y cultivar todo lo relacionado a sus tradiciones y que así puedan reconstruir lo que en la actualidad se ha estado perdiendo.

# **CAPITULO I**

## **1. DEL PROBLEMA**

### **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACION**

Medio de comunicación digital Aldia.com.ec y su impacto en el ámbito cultural en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo extensión Quevedo.

### **1.2. MARCO CONTEXTUAL**

#### **1.2.1. Contexto internacional**

En la actualidad los medios de comunicación digitales son unas de las plataformas más compartidas y visualizadas por la sociedad a nivel mundial ya que por estos medios emiten información de diferentes temas como religiosos, deportivos, políticos, educativos, salud, belleza, entre otros lo cual permite mantener informada a las personas de todo lo acontecido en diversos países.

Los medios digitales han construido un discurso de éxito basado en el tráfico que son capaces de generar, equiparando las visitas digitales a la difusión de los periódicos en papel. Se ha obviado que se trata de indicadores distintos, que el nivel de compromiso derivado de una acción de compra no es el mismo que el acceso a contenidos gratuitos y se ha ignorado la

calidad del consumo realizado. Se han priorizado los resultados de la analítica web, relegando con frecuencia los contenidos de la calidad a un segundo plano en pos de ese tráfico que supuestamente atraería a los anunciantes (...) (Masip, 2015)

La diversidad de información que se encuentra en los medios digitales es amplia sin embargo la carencia de temas culturales se puede observar en muchos de ellos, siendo esto algo negativo para su consumo debido a que es de suma importancia que se conozca todo sobre estos temas educativos basándose en sus diferentes identidades culturales argumentando las al país en el que se emite dicha

La comunicación y la información emitida por los diferentes medios digitales va creciendo a medida que pasan los años, debido a eso todo tipo de noticia llega de una manera más rápida a todos los rincones del mundo siendo esto una gran ayuda para las personas que emigran a otros países puesto que se interesan en saber los hechos acontecidos en sus pueblos natales y así estar actualizados de todo tipo de noticias que puedan suceder en diferentes estados.

### **1.2.2. Contexto nacional**

En el Ecuador a medida que van pasando los meses son más los medios digitales que se pueden visualizar en el internet, sin embargo cada uno de ellos difunden información repetida y en ocasiones noticias no constatadas que puedan ser reales es por eso que es de suma importancia que al momento de observar este tipo noticias impartida por estos medios la ciudadanía pueda verificar que dicha información sea veraz , es necesario mencionar que a estos medios digitales tienen acceso todo tipo de persona es por eso que todo anuncio emitido debe de ser tratado con la mayor precaución posible.

Asimismo con el pasar del tiempo los medios de comunicación digitales han conquistado las redes sociales logrando así tener una gran cantidad de audiencia contando con miles de

seguidores es decir que cualquier información emitida puede ser vista por toda esta cantidad de personas que los sigue y los visita diariamente contemplando las diferentes noticias, publicidades, entrevistas, deportes y más.

Los medios digitales de Ecuador deben comprender que su medio es una empresa, su producto es la información. Se debe trabajar con estrategias de marketing y publicidad, enfocándose y analizando su público objetivo. Las tendencias que se exponen están enmarcadas en un estudio internacional. Es necesario recalcar la importancia de todas ellas, puesto que sirven como herramienta para el mejoramiento de cualquier medio digital, tanto en el aspecto periodístico como publicitario. De las diez tendencias citadas los medios ecuatorianos en estudio cumplen de manera parcial, siete tendencias. (Punín, Martínez, & Rencoret, 2014)

Según menciona Punín es su escrito los medios de comunicación digitales deben de tener en cuenta que su medio es una sociedad y lo que van a vender es toda la información que se publique en su espacio por lo cual deben de ejecutar su trabajo de una manera inteligente lo cual les permita vender su información, es decir que sus espectadores tengan el interés de adquirir dicha información con un gran interés para así poder mantener a su audiencia.

### **1.2.3. Contexto local**

En el cantón Quevedo actualmente los medios de comunicación digitales poseen un formato periodístico parejo en donde publican y comparten noticias similares los unos a los otros, estos cuentan con sus grupos de trabajo; unos profesionales en la rama que poseen todos los conocimientos necesarios al momento de emitir una información pero por otra parte se encuentran los profesionales empíricos en esta carrera los cuales solo se encargan de emitir cualquier indagación sin saber los parámetros que se requieren al momento de transmitir dicha

averiguación lo cual puede llegar hacer muy perjudicial para sus empresas y para las personas que los visualiza.

Por otra parte los medios de comunicación digitales de la ciudad de Quevedo aportan información de una manera positiva ya que con la ayuda de las redes sociales las noticias llegan de una forma más rápida para sus seguidores, sin embargo la escasez de temas culturales es grande lo cual es algo negativo ya que no participan con el desarrollo cultural para la población en su mayoría jóvenes y niños los cuales deberían de poseer conocimientos sobre todos los temas incorporados en el ámbito formativo.

#### **1.2.4. Contexto institucional**

La Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo en los últimos años ha tenido cambios productivos, los sólidos cimientos que pusieron sus fundadores, estudiantes como Gastón Eduardo Campuzano Guerrero y reconocidos profesores quevedeños de nacimiento y de corazón de aquella época, se enriquecen ahora con los nuevos aportes de su rector Dr. Rafael Falconi Moltavan MSc. y su Coordinador Académico Dr. Hugo García García MSc. (Quevedo, Universidad Técnica de Babahoyo Extensión, 2017)

La más fecunda participación de la universidad en el Siglo XXI dependerá de cómo se vivan en ella con valores y compromisos, y desde esa dimensión desarrollar su efectivo aporte a la sociedad, esta institución está ubicada en la Provincia de Los Ríos, cantón Quevedo parroquia San Cristóbal, y se rige por la Constitución Política de la República del Ecuador. (Quevedo, Universidad Técnica de Babahoyo Extensión, 2017)

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

La investigación se realizará en la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo con los estudiantes del tercer semestre de Comunicación Social, donde los discípulos adquieren y aprenden diariamente temas relacionados con su carrera, impartidos por los docentes que laboran en tan prestigiosa institución.

Los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social no poseen todas las sapiencias con relación a su entorno cultural una de las causas es la poca o nada información que se publican en los medios de comunicación digitales acerca de estos temas ya que en la actualidad estos medios son los más visitados por los adolescentes, es por eso que se visualiza una carencia de identidad cultural en ellos y que poco a poco van olvidando el legado de valores y creencias de sus otras generaciones.

Los medios de comunicación digitales deben de emitir un periodismo cultural encargándose de promover temas culturales que han estado escasos en los últimos años en la sociedad por lo cual la mayoría de los adolescentes han perdido y olvidado todas sus prácticas y costumbres ya que solo se encargan de presentar noticias que acontecen en momentos determinados olvidando así temas que pueden llegar a contribuir de una manera efectiva.

Estos medios de comunicación que en su mayoría se transmiten por las redes sociales son muy influyentes en sus partidarios y en ocasiones se podría decir que son los causantes de la pérdida de identidad debido a que se propaga información de otros países perdiendo así identificación propia llevando a las personas a adquirir costumbres y léxicos relacionados con otros países.

## **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.4.1. Problema General**

¿De qué manera el medio de comunicación digital Aldia.com.ec incide en el ámbito cultural de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo?.

### **1.4.2. Subproblemas o derivados**

- ¿Cómo el medio de comunicación digital Aldia.com.ec inciden en el ámbito cultural en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social?
- ¿De qué manera influyen los contenidos culturales en el desarrollo cultural de los estudiantes del tercer semestre de la carrea de comunicación social?
- ¿De qué forma se debe de capacitar a los profesionales de comunicación para que realicen un buen aporte sobre temas culturales?

## **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACION**

### **1.5.1. Delimitación espacial**

Este proyecto de investigación se realizara en la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.

- **Área:** Comunicación.
- **Línea de investigación de la carrera:** Lenguaje, comunicación y estilos periodísticos.
- **Sub-línea de investigación:** Impacto de la comunicación en el Desarrollo Cultural.

### **1.5.2. Delimitación temporal**

Este trabajo se lo realizará en el año 2018

### **1.5.3. Delimitación demográfica**

- **Cantón:** Quevedo
- **Parroquia:** San Cristóbal

## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad millones de personas tienen acceso al internet es necesario y de suma importancia que los medios de comunicación social aporten de una forma positiva a los estudiantes con temas que impacten para su crecimiento profesional y personal teniendo en cuenta que muchos de los que visitan sus páginas son jóvenes que se están formando académicamente para ser unos futuros profesionales.



La presente investigación permitirá proporcionar datos que ayudaran a los medios de comunicación digitales a tener una idea más clara y precisa sobre la importancia de emitir información cultural para la ciudadanía, ya que debido a la falta de estos muchos de los estudiantes no constan con el conocimiento necesario sobre tema culturales que pueden llegar a tener un gran impacto en ellos.

La importancia de esta investigación se basa en el impacto social que causara en los estudiantes y todos sus espectadores, tiene como objetivo aumentar la emisión de temas culturales del cantón Quevedo por parte de los medios de comunicación digitales ya que en el futuro los estudiantes y la población tendrá mucho más interés sobres su identidad y todas sus culturas.

Los jóvenes que están cruzando el tercer semestre de la carrera de comunicación social son adolescentes que se están formando académicamente para obtener un título universitario y por ende como futuros profesionales en la rama de comunicación tienen que estar al tanto sobre todo lo relacionado con su cultura ya que serán ellos quienes en un futuro deberán divulgar información sobre dichos temas y saber cultivar y persuadir a sus espectadores en sus pensamientos de no adoptar costumbres ajenas a su realidad.

Asimismo el contenido abordado busca fomentar en los comunicadores sociales y medios de comunicación específicamente los medios digitales que difundan un periodismo cultural para que la ciudadanía se siga culturalizando y no se deje llevar por los nuevos cambios proporcionados en esta nueva era.

## **1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo general**

Determinar el impacto del medio de comunicación digital Aldia.com.ec en el ámbito cultural de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Identificar cómo el medio de comunicación digital Aldia.com.ec incide en el ámbito cultural en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social.
  
- Detectar cuáles son los contenidos culturales que influyen en el desarrollo de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social.
  
- Designar un plan de capacitación hacia los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec para que realicen un buen aporte sobre temas culturales.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1. Marco conceptual**

###### **Medios de comunicación digitales**

Los medios periodísticos digitales entran en su tercera década de evolución y, junto con ellos, también la investigación académica sobre ese fenómeno. A lo largo de los últimos años, la investigación sobre ciberperiodismo ha avanzado considerablemente y se ha diversificado. Sin embargo, quedan áreas que pueden alcanzar todavía mayor desarrollo. Se proponen cinco ideas para dar un impulso a esta disciplina investigadora en los próximos diez años: 1) avanzar hacia una investigación nativa digital; 2) emplear tecnologías avanzadas para investigar; 3) apostar por una investigación que ayude a innovar; 4) aumentar los estudios analíticos, en detrimento de los descriptivos; y 5) investigar en temas y áreas poco atendidos. (Salaverría, 2015)

A medida que el mundo va evolucionando los medios periodísticos también van tendiendo su evolución y transformación y junto a ellos la exigencia de la humanidad de obtener un trabajo de mucha más calidad es evidente ya que con la llegada del periodismo digital la

audiencia ha optado por visualizar la información en los aparatos electrónicos como lo son las computadoras y los teléfonos celulares.

En la última década se han producido intensos y relevantes cambios en el ámbito de la comunicación y de la educación. La irrupción de entorno digital, hoy presente en todas y cada una de las acciones humanas, obliga a describir la comunicación digital y la educomunicación, naciendo estas disciplinas con la palabra y extendiéndose después todos y cada uno de los soportes, medios, plataformas, lenguajes e interacciones. (Marta-Lazo & Gabelas Barroso, 2016)

Los medios de comunicación digitales a medida que va pasando el tiempo se han ido apoderando del internet y la redes sociales que se crearon para la difusión de información con diferentes contenidos, estos están teniendo grandes cambios en donde la sociedad también se va adaptando ya que los medios de comunicación digitales son los más utilizados en la población hoy en día.

El acceso a internet a través del móvil, la descarga de audio y video, las posibilidades de almacenamiento e intercambio de programas por medio de sistemas digitales son fortalezas que modifican el esquema tradicional de los medios de comunicación. Por ejemplo, la telefonía no se ciñe sólo a la transmisión de voz y datos, sino que aporta fotografías, entretenimiento musical, contenidos audiovisuales y acceso a Internet. (García Avilés, 2018)

Por otra parte la televisión, prensa escrita, radio, revistas que son medios de comunicación clásicos han optado por crear paginas digitales para que sus contenidos también puedan ser visto por estos sitios web lo cual en ocasiones tienen un gran acercamiento con sus seguidores debido que en ocasiones pueden ver sus publicaciones en tiempo real y se pueden enterar de lo que se suscita en el resto del mundo es por ello que cada vez se puede visualizar como la

tecnología se ha apoderado de casi todos los medios de comunicación y está transformando toda su estructura.

La comunicación digital se refiere a la explotación de las herramientas que ofrece el internet y como se los relaciona con los medios digitales para que así puedan tener un desarrollo comunicativo amplio con el objetivo es relacionarse con otros e involucrarse en el progreso de la humanidad.

Entre los medios de comunicación digitales podemos enlistar la televisión digital, cine digital, radio digital, redes sociales y blogs que son medios que han llegado para transformar la forma en la cual las personas también se pueden comunicar de una manera más novedosa y fácil de acceder.

### **Televisión digital**

La televisión digital tuvo su aparición con la necesidad de también transmitir toda su información a través del internet y para estar conectados con el resto del mundo.

La introducción de la tecnología digital en el sector de la televisión ya no es una tecnología que se pueda calificar de nueva, lleva años utilizándose en la televisión por satélite y en el cable, pero hoy presenta en Europa una novedad, que a saca del territorio acotado de la televisión de pago y en algunas plataformas de satélite pero de acceso no muy difundido, para llegar a todo en la televisión en abierto a la que tradicionalmente todos los hogares españoles accedemos a través de las antenas que tenemos instaladas en los tejados de nuestros hogares. (Pérez-Ugena & Utray Delgado, 2005)

Para el autor Pérez la tecnología digital ha estado sumergida desde muchos años atrás puesto que para la televisión digital no fue algo tan novedoso impartir sus noticias por medio de las plataformas de Internet que llegan al público de una manera rápida para estos puedan hacer uso de ella sin ningún inconveniente.

(...); la televisión se ha visto inmersa en una transformación radical, debido al desarrollo de las telecomunicaciones y la digitalización de las tecnologías audiovisuales. Este proceso afecta a todo sus ámbitos desde la estructura empresarial del sector hasta la creación de sus productos y contenidos pasando por las formas y hábitos de consumo. Muy rápidamente, el escenario audiovisual está sufriendo profundos cambios que están llamados a alterar, irremisiblemente, sus límites y perfiles. Fruto de ello, se abre paso un nuevo orden televisivo, que viene a sustituir al sistema analógico tradicional, vinculado al medio desde sus orígenes. (Marzal & Casero, 2007)

Los cambios a los cuales se ha sometido la televisión ha sido grande porque los cambios tecnológicos son varios y estos van de la mano con las telecomunicaciones, todo esto ha afectado de una u otra forma a las empresas televisivas ya que han tenido que cambiar algunos métodos para impartir su información.

En el mundo de la televisión, el analógico estaba lleno de problemas sobre todo a la hora de la transmisión y el almacenamiento. Al ser una señal radioeléctrica y electromagnética, ésta podía alterarse debido a múltiples causas presentes en la misma naturaleza. Si la onda varía su forma original, se producen aberración o pérdida que afectan a la imagen mostrada. (Carrasco, 2010)

Con el pasar del tiempo la televisión se ha visto en la obligación de llevar más allá su contenido de información, ya no solo a través de la pantalla de un televisor sino también a través de páginas o plataformas en internet donde se puede visualizar la misma información de

una manera fácil, esto debido a la transformación de la era digital y la llegada de los nuevos aparatos electrónicos.

La televisión digital reúne en si misma una serie de ventajas que van más allá de las propias emisiones de televisión, hasta el punto de que junto a la programación televisiva se abre un sinnúmero de posibilidades de servicio de “valor añadido” que pueden acompañar a los contenidos tradicionales de televisión son información diferenciada, agregada e incluso de carácter interactivo, asociada o no a la programación. (Pérez-Ugena & Utray Delgado, 2005)

Con la llegada de estas nuevas tecnologías y formas de comunicarse, la televisión tuvo un gran cambio lo cual le permitió salir de su esta de confort y pasar de ser una simple caja negra a transmitir su información por medio de aparatos electrónicos los cuales son factibles y muy usados por la sociedad.

### **Cine digital**

El cine digital supone una experiencia visual totalmente distinta a la que estábamos habituados. Aunque los elementos propios del género (la construcción visual de los cuadros, la secuenciación de la narrativa, el montaje la interpretación, la escritura del guion, el estilo de realización) no hayan variado mucho desde sus inicios, la evolución técnica ha supuesto una nueva manera de crear y disfrutar del cine. (Quiles & Monreal, 2018)

Éste consta con identidad propia es que usa más tecnología digital para poder realizar todas sus filmaciones ubicándose por ese en el medio digital con mayor tecnología digital al momento de producir información, a media que va aumentando los años van innovando sus aparatos tecnológicos.

Un nuevo paso más reciente ha sido cuando la industria de equipamiento quiso llevar las cámaras digitales más allá de la propia alta definición, creando equipamientos específicos para cine digital y que conocemos como High Resolution o Ultra High Definition. Son cámaras que superan incluso las prestaciones de las destinadas a la HDTV (High Definition TeleVision), logrando resultados impensables para muchos. (Carrasco, 2010)

El cine digital busca llegar lejos y se va evolucionando de una manera rápida ya que es uno de los medios con mayor innovación en su equipamiento de trabajo, todos estos cambios que realiza años tras años es para poder mantener y complacer de una manera agradable a su audiencia y así poder seguir creciendo.

La migración al cine digital nos tiene que poner las cosas mas fáciles y evidentemente así será para quien tenga conocimiento de él. Pero sólo es la base, lo realmente importante es el desencadenante que se produce con el cruce de la aportación de tus experiencias, cuando experimentas en otras tecnologías. (Carrasco, 2010)

Con la llegada del cine digital muchos profesionales optaron por innovar su tecnología debido a que esta demandaba grandes cambios puesto que el cine digital exige herramientas actualizadas para poder realizar su contenido de una manera más nítida y que con el pasar de los años se ha estado exigiendo mucho más así mismo.

## **Radio digital**

Se transmite por medio de ondas sonoras conservando siempre su misma frecuencia, en ocasiones en las plataformas de estas radios digitales se tiene acceso a toda su programación que puede ser visualizada por todo aquel que las visite.



La radio digital utiliza como soporte de transmisión tanto el DAB (Digital Audio Broadcasting, Retransmission de Audio Digital) en el espectro electromagnético, como el cable, los diferentes sistemas de radio digital por satélite, la televisión digital terrestre y por satélite, la tecnología WAP y UMTS (la próxima generación de telefónica móvil que acaba de iniciar su andadura), y la Internet. En el corto plazo puede afirmarse que serán estos últimos- sobre todo la Red- los que permitan ampliar el negocio y el mercado de la radio, y obtener de ellos algo de rentabilidad (...) (López , Fernandez , & Vilar, 2003)

(...); A pesar de que la radio comienza a estar en estos nuevos soportes, la radio no abandonará el espectro electromagnético de la OM y la FM, que seguirá alojando señales de radio y que a medio plazo también estará digitalizada. (López , Fernandez , & Vilar, 2003)

La radio terrestre no dejara de existir tan fácilmente ya que ella cuenta con una gran audiencia no la ha cambiado por lo novedoso de la tecnología, esta ha creado en sus oyentes un fuerte lazo que será casi imposible de dejar de existir.

Quizá el argumento más poderoso a favor de la radio online es que en la red no hay necesidad de concesión administrativa alguna. No hay concurso de adjudicación, ni tasa, ni permisos. No se necesitan influencias, ni pertenecer a un grupo (de lo cual se beneficiarán sin duda las emisoras de radio local). El acceso y la posibilidad de crear una emisora en red es totalmente libre y cualquier persona física o jurídica, cualquier colectividad puede poner en funcionamiento una radio online. (López , Fernandez , & Vilar, 2003)

Las radios digitales u online ha ido ganando terreno en el internet y han evolucionado de una manera rápida, pero no han tenido la misma acogida como lo son las redes sociales o los periódicos digitales.

## **Redes sociales**

Las redes sociales, como cauces de comunicación para los medios poseen unas características fundamentales que determinan su identidad propia y diferenciadora respecto a otros medios sociales y a los medios de comunicación. Sin embargo, poseen unos rasgos comunes que permiten que su integración en los medios se realice de forma natural (...) (Cabrera, 2010)

Son las más utilizadas por la población motivo por el cual algunos medios digitales optan por crear páginas que puedan difundir noticias por este medio.

Las redes sociales constituyen un trampolín para el particular que desea crear o consolidar su identidad virtual. Los particulares, especialmente los jóvenes, desean estar constantemente en contacto con los demás, lo que se traduce en compartir información y emociones de forma permanente y frecuente. De este modo, más allá del simple interés económico, cada cual dispondrá de los mismos medios para expresarse, o incluso de mejores condiciones que las grandes empresas internacionales. (RISSOAN, 2016)

En la actualidad uno de los medios de comunicación más utilizados por toda la humanidad son las redes social debido que toda esta población necesita estar conectada de una forma rápida y por medio de estas redes sociales pueden compartir información rápida y fácil, este medio es una forma cómoda de expresarse, especialmente para los jóvenes de hoy en día.

Las redes sociales atraen a los profesionales por los recursos y las posibilidades de marketing que ofrecen dichos servicios, a menudo gratuitos. En realidad, el único elemento que hará que dichas herramientas generen beneficios será la manera en que nosotros las utilicemos desde el punto de vista relacional. (RISSOAN, 2016)

Estas redes sociales también han logrado conquistar a los profesionales de comunicación que han optado por acoger este tipo de canal para realizar su trabajo utilizando estrategias de marketing las cuales son los que los solventan económicamente por medio de las publicidades que estos realizan es su espacio.

El concepto teórico de red social se remonta al periodo de la posguerra, aunque las redes sociales siempre han existido y su funcionamiento gira en torno a algunos conceptos muy específicos: la fuerza y la orientación de los vínculos, la conexidad y la grupalidad. Estos conceptos, que a primera vista podrían parecernos demasiado complejos, son en realidad evidente en ineludibles. (RISSOAN, 2016)

La interactividad en la red ha alcanzado un nuevo exponente en las redes sociales, aunque seguramente no será el último. Estas redes constituyen un nuevo núcleo de relaciones de gran trascendencia no sólo desde un punto de vista social, sino también, porque desempeñan una función propia en el desarrollo de la interactividad, mediante nueva relación cada vez mayor entre emisor y receptor. (Cabrera, 2010)

Los medios de comunicación digitales ha optado por invadir las redes sociales debido a que es una de la plataformas más visitadas y de una u otra manera dicho medio digital que esté conectado a éste medio podrá obtener mayor cantidad de visualizaciones por parte de todos aquellos que manipulas los diferentes tipos de redes sociales, que en la actualidad son muchos.

(...); Las redes sociales y su impacto forman parte de estos fenómenos emergentes y se ubican en la explosión de hechos distintos, donde el sujeto se pronuncia y explora nuevas formas de comunicación, oponiéndose con ellos a procesos tradicionales tanto de expresión como de los cánones investigativos. De este modo, los sujetos se abren paso a procesos comunicativos novedoso e interpretaciones originales que deben ser analizados desde miradas singulares. (Crovi Druetta, 2016)

Actuar en las redes sociales requiere que sepamos de antemano que cualquier persona podrá informarse sobre lo que hayamos publicado en su día. Por lo tanto, conviene cuidar nuestra apariencia del mismo modo que lo haríamos al salir de casa físicamente, dando los < Buenos días>, vistiéndonos con decoro y expresándonos con corrección. (RISSOAN, 2016)

Con la llegada de estas redes sociales cualquier persona pueda estar enterada de toda clase de noticia o información que se publican en ellas incluso por medio de estas plataformas se puede llegar a saber con facilidad la vida privada de cualquier persona, es por ellos que se requiere de total precaución al momento de hacer uso de una red social.

## **Blogs**

Uno de los nuevos entornos facilitados por la tecnología de esta nueva sociedad de la información y de la comunicación que supera este obstáculo de la unidireccionalidad es, sin ningún lugar a dudas, el blog. (Aladro & Padilla, 2015)

Los blogs son páginas web en donde se pueden publicar artículos de diferentes índoles, con diversas información para las personas que los visitan en la actualidad existen varios tipos de blogs como los personales, profesionales y corporativos cada uno con un estilo y formato diferente de acuerdo con su contenido.

Un blog es una página web, personal o colectiva, editada y publicada en internet con herramientas electrónicas de uso simplificado y al alcance de usuarios sin conocimientos informáticos específicos. Además, suele estructurarse sobre la actualización regular de contenidos que adoptan una ordenación cronológica, ofrece opciones de interactividad a los usuarios lectores, y tiene en los enlaces por hipervínculos su principal sistema de conexión con otras iniciativas y usuario de la red. (Bruguera, 2007)

Los blogs son herramientas donde una persona una vez haya creado uno puede difundir información a través del Internet esta publicación puede ser editada y su vez compartida por las personas que la visualicen, por medio de estos blogs los usuario también pueden interactuar con las demás personas que se encuentren interesadas en opinar de la investigación publicada.

Los weblogs. Blogs, cuadernos o simplemente bitácoras, son las páginas web personales que, a modo de diarios en línea, han puesto la posibilidad de publicar en la Red al alcance de todos los usuarios. Al ser un formato de publicación en línea centrado en el usuario y en los contenidos. No en la programación o el diseño gráfico, las bitácoras han multiplicado las opciones de los internautas de aportar a la Red contenidos propios, sin intermediarios, actualizados y de gran visibilidad para los buscadores. (Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela, & Varela, 2006)

Los blogs que son creados en las páginas web mantienen estructuras y diseños diferentes cada uno de acuerdo al tipo de información que desee publicar, estos blogs están al alcance de toda la sociedad por ende los propietario u creadores de dichos blogs deben de estar constantemente innovando y actualizando contenido para su espacio.

Un blog, desde un punto de vista técnico, no es más que una página web, en la que el sistema de edición y publicación se ha simplificado hasta el punto que el usuario no necesita conocimientos específicos del medio electrónico ni del formato digital para poder aportar contenidos de forma inmediata, ágil y permanente, desde cualquier punto de conexión a internet. (Bruguera, 2007)

Una de las características básicas del weblog como medio es que consigue hacer casi totalmente transparente el proceso de publicación en la Red, y prácticamente simultáneo con la escritura. Estos rasgos se traducen en la informalidad, la espontaneidad y el carácter

personal, a veces íntimo, del estilo dominante en los blogs. Las razones por las cuales la gente escribe blogs son tan variadas como las que definen a la escritura en otros medios: necesidad de expresión, afán de compartir saberes, deseo de integración en una comunidad, búsqueda de reconocimiento, exploración creativa, terapia, participación política, defensa de intereses, o simple exposición. (Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela, & Varela, 2006)

Muchos usuarios han entendido el blog como un sistema de publicación de información personal, y han volcado en la red datos y reflexiones personales, legítimas pero incapaces de atraer la más mínima atención, interés o respuesta de nadie. Otros usuarios, en cambio, han asumido el blog como un sistema personal de publicación idóneo para dirigir aquellos contenidos e informaciones de interés individual o colectivo tradicionalmente marginados en los grandes medios convencionales de comunicación. (Bruguera, 2007)

Existen varios tipos de blogs y cada uno de ellos tiene un estilo diferente unos son utilizados de manera de un diario donde expresan todo lo que piensan e incluso cuentan cosas de su diario vivir, así como también hay blogs que se encargan de difundir temas políticos y que abordan las diferentes situaciones que pasan en su país.

Hay muchos periodistas que escriben blogs, no necesariamente de opinión política, ni siempre bajo su nombre real. Los freelancers, por ejemplo, se utilizan su blog para mantener cierto grado de visibilidad ante los medios y no perder el contacto con sus lectores. Los medios han comenzado a publicar weblogs como parte de sus contenidos en línea o como formato para determinadas coberturas. Los estudiantes de periodismo y los recién licenciados están aprovechando las bitácoras para hacer sus primeras armas, depurar el estilo, comenzar a forjarse un nombre y dar a conocer su talento o especialidad. (Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela, & Varela, 2006)

Hoy en día en las páginas web se pueden encontrar blogs que pertenecen a periodistas profesionales que por medio de estas plataformas difunden las mismas o diferentes noticias de las que se puede visualizar en un diario o en la televisión, queriendo lograr obtener un reconocimiento como profesional de comunicación.

Del mismo modo todos los medios de comunicación se alojan en distintos espacios web, también todos ellos disponen de los famosos blogs, ofreciendo la posibilidad de comentar cualquier noticia o evento del que nos informen, convirtiendo así a los supuestos receptores en posibles emisores, redundando todo ellos en la deseada colaboración, participación e interacción ciudadana. (Aladro & Padilla, 2015)

### **Periódicos digital.**

El periódico digital y los nuevos medios multimedia son, ante todo, al igual que los medios tradicionales, el soporte para un conjunto de noticias. Un conjunto, en este caso, de noticias multimedia que se ofrecen en un soporte que tiene unas características diferenciales claras sobre los medios tradicionales. (García & Rupérez, 2007, pág. 92)

El periodismo digital es solo una forma más de estar involucrado en la era tecnológica para que su contenido como las noticias y opiniones publicadas en un periódico tradicional también pueda ser visualizado a través del internet sin dejar a lado su estilo periodísticos al momento de emitir cualquier tipo de información.

El paso del consumo de información del papel a lo digital es innegable. El negocio de la prensa escrita basado en el modelo tradicional no es suficientemente rentable y el negocio únicamente digital tampoco, por ahora, resulta autosuficiente. Las estrategias empresariales de

los grupos editoriales pasan innegablemente por la hibridación en la forma de distribución de contenidos. (Yunquera Nieto, 2016)

La mayoría de los medios impresos ha creado <versiones> digitales, aunque ahora parece estarse fraguando una corriente inversa: los medios nativos digitales crean productos impresos de la misma marca para crear un valor añadido que ofrecer a los usuarios. Casos como Yorokobu, JotDown o InfoLibre, basados en el negocio digital, editan además publicaciones impresas de calidad informativa y cuidado diseño. Una forma más de monetizar dichos proyectos: por un lado la compra en quiosco; segundo, por la publicidad y, por último, por la vía de las suscripciones a la publicación digital que incluye la suscripción a la revista impresa. (Yunquera Nieto, 2016)

Los medios de comunicación digital como lo es el periódico digital cada vez va innovando estrategias para que su contenido pueda ser visualizado por más y más audiencia, estos periódicos digitales cuidan de una manera minuciosa cada una de su información publicada y así mismo su diseño del periódico ya que sus seguidores esperan ver el mismo modelo periódico solo que ahora por medio de un aparato electrónico.

Estos periódicos al igual que los otros medios digitales se los puede visualizar a través del internet, una de las ventajas del periódico electrónico es que no debes de pagar por leerlos como lo hacen con los periódicos impresos.

En primer lugar se trata de un soporte capaz de presentar noticias multimedia. Es decir, nos encontramos antes un soporte informativo versátil, capaz de sostener texto, audio, video, infografía, etc. Pero además nos encontramos con un periódico que rompe con su propio nombre: rompe con la periodicidad y se convierte en un medio de actualización permanente. Esta característica, que hasta entonces estaba reservada a las agencias informativas, pasa a



convertirse en un elemento esencial de los nuevos medios (...) (García & Rupérez, 2007, pág. 92)

### **Los nuevos medios multimedia**

El concepto de los nuevos medios se aplica a las distintas manifestaciones comunicativas que han surgido a raíz de las nuevas posibilidades que brinda la tecnología y, principalmente, a la revolución que ha supuesto la popularización del acceso a Internet y la arquitectura de la World Wide Web. (García & Rupérez, 2007, pág. 93)

Por otra parte se puede mencionar que los nuevos medios multimedia han ido creciendo su principal labor es crear y elaborar contenidos con animaciones, sonidos, gráficos y textos pero todos estos usando las avanzadas tecnologías en la actualidad.

Los nuevos medios heredan también de las agencias informativas un principio en el que siempre se han movido aquellas y que no es otro que aprovechar las innovaciones tecnológicas para ponerlas al servicio de la velocidad en la transmisión. Bien es cierto que todos los medios tradicionales han seguido el principio de modernizarse para llegar antes a los lectores/oyentes/telespectadores, pero quizá los que se han movido en el campo de las telecomunicaciones más puro han sido las agencias. (García & Rupérez, 2007, pág. 92)

En el siglo XXI lo que buscan los nuevos medios de multimedia es seguir innovando y creando cosas nuevas para que la información pueda ser vista de una manera diferente y más interesante y seguir cautivando y convenciendo a su recepción que con la tecnología se puede llegar a realizar cosas inmensamente novedosas.

Los nuevos medios han modificado las relaciones entre el informador e informado, hasta tal punto que muchas veces lo que en teoría de la información tradicional se denomina “feed

back” o retroalimentación, se ha convertido ahora en un simple “feed” o aportación de contenidos informativos por parte del supuesto destinatario, pero se ha ido más allá y el lector, en los nuevos cibermedios, ha llegado a suplantar la función del periodista: es ya quien pregunta directamente a la fuente o, a veces, es incluso la fuente. (García & Rupérez, 2007, pág. 94)

Los nuevos medios de multimedia tratan de modificar su apariencia y la forma de estar conectados con sus seguidores ya que al estar en constante cambios el interés por el uso de ellos aumenta debido que todo lo novedoso es visitado y día tras día la audiencia exige más y más.

En la suma, los nuevos recursos digitales están expuestos a un proceso de apropiación que incluye un cambio en las prácticas sociales y culturales de los sujetos así como a una oferta de nuevos canales de participación desde los cuales los individuos, grupos o comunidades sociales se expresan (...) (Crovi Druetta, 2016)

Entre los aparatos con los que acceden a las redes digitales, los participantes mencionaron que usan laptops, teléfonos inteligentes o smartphones, tablets, consolas de videojuegos, entre otros. Es común que cuenten con una computadora personal, ya sea de escritorio o portátil, e incluso en algunos casos poseen ambos dispositivos. Muy pocos la comparten con la familia o hermanos. Con esos aparatos se realizan producciones más elaboradas, complicadas y de gran capacidad. La computadora se vuelve el medio más cómodo para actividades que ellos consideran seria y complejas debido a que el tamaño de la pantalla les permite mayor visibilidad y cuidar detalles. Su principal uso se relaciona con la consulta de información. (Crovi Druetta, 2016)

Son muchos los aparatos electrónicos por los cuales se pueden acceder a las plataformas web de internet estos objetos han ayudado a tener una fácil acceso a las redes digitales debido

a que en la actualidad la mayoría de las personas carga uno en su mano y es de mucha ayuda a la hora de querer averiguar cualquier tipo de noticias que suceda en el resto del mundo así como también ayuda a poder subir información que esté sucediendo al instante.

Las tecnologías digitales, contra lo que se pudiera parecer son sencillas. Apenas son necesarios cuatro o cinco conceptos para entenderlas en profundidad. Lo que complica su comprensión es una explicación incompleta y el uso de una terminología en exceso rebuscada, con profusión de términos en inglés, acrónimos, siglas, sobreentendidos y gran abundancia de cifras, falta una información en castellano que explique al lector profesional “ lo digital” de una manera sencilla y clara (...) (Carrasco, 2010)

En la actualidad las nuevas tecnologías han sido fácil de manejar, la sociedad se adapta a los cambios y estos cambios tecnológicos han llegado a tener respuestas positivas, en su mayoría los jóvenes han sido los más interesados en estos cambios de multimedia puesto que su constate innovación los persuade.

## **La comunicación digital**

A los medios tradicionales de comunicación, Prensa, Radios y Tv, tenemos que añadir hoy otro muy potente y de gran alcance, el que ha hecho posible en su gran dimensión lo que el teórico canadiense de la comunicación, Marshall Macluhan, profetizó en 1962 como la “aldea global”, que antes o después se produciría. Ese nuevo soporte de comunicación es Internet; sabemos ya que tiene características extraordinarias, que se suma a los medios de comunicación de masas conocidos hasta ahora, y que es el gran foro en el que se desarrolla una naciente opinión pública internacional. (...) (Ballesta, 2012)

Los medios de comunicación digital tuvieron una gran acogida en la sociedad gracias al internet que con la llegada de el se hicieron todos estos grandes cambios que sin duda alguna a

la sociedad no le costó adaptarse puesto que fue algo novedoso que los puedo persuadir fácilmente con estos medios digitales se ha podido tener información de forma rápida llevando a los comunicadores a trasladarse a este medio.

Las publicaciones digitales han abierto un nuevo campo de negocio en el mundo editorial. Existe ya una competencia entre empresas nacionales y extranjeras que pujan por hacerse con este nuevo mercado. Editoriales, agencias de publicidad y estudios de diseño han adaptado sus estrategias empresariales a este negocio que tiene ante sí un desarrollo de largo (Yunquera Nieto, 2016)

Todas esta publicaciones que se las realiza mediante un sitio web han obtenido una respuesta positiva y en ocasiones ha hecho que aumente las ganancias de la empresas que se basan en un medio digital para publicar sus productos.

(...); Un soporte, en suma, que ha dado lugar al periodismo digital o electrónico, del que ya hay en la red notables y abundantes ejemplos; unos como periódicos específicamente creados para este nuevo soporte; otros, reflejo de las ediciones en papel de la prensa diaria, volcadas en el soporte electrónico. (Ballesta, 2012, pág. 15)

Las publicaciones digitales se están consolidando en el mundo editorial como una nueva forma de aprovechar los recursos editoriales que posibilitan la creación de nuevas empresas que hacen de este formato la base principal de su negocio. Irrumpen otras empresas adyacentes que aporta determinados servicios relacionados con la creación multimedia, la gestión de la publicad o las aplicaciones tecnológicas y que incorporan, además, ocupaciones de carácter indirecto necesarias para el desarrollo global de los formatos digitales. (Yunquera Nieto, 2016)

La comunicación digital ha transformado la forma de vivir de muchas personas que se han sumergido en la era digital convirtiéndose en un fenómeno que ha llegado para revolución nuestro siglo actual y teniendo un giro total en la comunicación social llevándolos a una forma distinta de dar información que para muchos resulto un gran avance con respecto a la nueva era digital pero hay quienes piensan que es solo un pretexto más para poder manipular los aparatos electrónicos.

La tecnología digital abre grandes posibilidades de nuevos desarrollos y aplicaciones orientadas a garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad a la televisión, pero estas posibilidades se convierten en mandatos de rango constitucional que deberías hacer caer las barreras legales y reglamentarias que dificultan que la accesibilidad a un medio esencial como la televisión, a las personas con discapacidad, que aun sabiendas de que no constituyen un grupo homogéneo y que requiere de una cierta diversidad de diferentes soluciones (...) (Pérez-Ugena & Utray Delgado, 2005)

Por otra parte se puede mencionar que es la comunicación digital que requiere de los medios de comunicación como la prensa escrita y la radio ya que estas siempre han sido indispensable para el comunicador social sin dejar a un lado la era digital que ha traído consigo instrumentos necesario para poder emitir una información de una manera más rápida.

Las herramientas que se utilizan para impartir las noticias en ocasiones puede quedar en segundo plano ya que si se trasmite la indagación de una forma correcta y ésta es verdadera el medio por el cual se emite la búsqueda no tiene mucha importancia debido a que los comunicadores y sus empresas tienen un mismo objetivo que es el comunicar y llegar a la audiencia de una forma positiva.

Hay que resaltar la rápida adaptación de las empresas del sector de comunicación a este nuevo instrumento, inicialmente por prestigio de los grupos multimedia, luego como un

negocio que puede condicionar en el futuro el desarrollo de la prensa. Los grupos de comunicación saben que no venden papel ni frecuencias radioeléctricas; venden noticias, y lo importante es hacerlas llegar a los públicos en los soportes más adecuados (...) (Ballesta, 2012, pág. 15)

(...); Internet, convertido en un potente medio de comunicación de masas, en tiempo real y sin fronteras que puedan obstaculizarlo, puede alertar el status quo de los actuales medios informativos; en cualquier caso ya ha cambiado, para mejor, la forma de comunicarse los lectores y oyentes con sus medios informativos, por medio de las tradicionales cartas al director, ahora dirigidas on line a las redacciones. (...) (Ballesta, 2012, pág. 15)

### **Ventajas de los medios de comunicación digitales**

La cultura digital dota de innumerables ventajas a los medios de comunicación. En televisión, la oferta multicanal se liga a los conocidos paquetes temáticos en los cuales se posibilitan servicios interactivos y de pago como el pay per view, el video bajo demanda, la telecarga informática, medios on line o vieojuegos, y de esta forma la nueva televisión pasa de la oferta de contenidos de programas a la oferta de canales con similares o exactos contenidos. (Medina, López, Tapia, & Gomez, 2015)

Otra de las grandes ventajas que poseen los medios de comunicación digitales es que no tienen capacidad de límite al momento de emitir una información y hacen que tengan un contacto más cerca con sus consumidores e interactúen de manera más rápida.

Por la vía de los medios digitales la sociedad puede expresar todas sus ideas, indagar y comunicar una gran cantidad de información que a medida que han ido pasando los años va tomando fuerza e actualizándose y creando cada vez cosas nuevas para sus usuarios.

## **Desventajas de los medios de comunicación digitales**

Una desventaja de los medios digitales en ocasiones es que al momento de publicarla no consta con las fuentes necesarias para la verificación de dicha noticia y se puede denotar una información falsa que alarma y perjudica a sus usuarios debido que estos tienen una reacción inmediata frente a las cosas publicadas en las plataformas virtuales.

Otra de las desventajas es que no todas las personas en el mundo tienen acceso al internet debido a que no gozan de un aparato digital para poder manipular lo emitido por ese medio esto hace que prefieran los diferentes medios de comunicación como lo es la televisión, radio o prensa escrita.

## **Medios digitales en Ecuador**

El crecimiento de los medios digitales en Ecuador está aumentando por el acceso a las nuevas tecnologías, bajos costos de conexión a la red de redes y por ciudadanos que necesitan estar informados y comunicados, no sólo en el territorio nacional sino también con otras esferas geográficamente. En este sentido, Internet en Ecuador se dio a conocer a finales de la década de los noventa. Los medios trataron de formar parte de este fenómeno, dado que migraron o trasladaron sus ediciones impresas hacia una página web, aunque olvidándose de transformar sus contenidos para uno de los soportes de comunicaciones más sensibles y generosos, como lo es Internet. (Coronel-Salas, 2012, pág. 63)

En el Ecuador como en otros países del mundo la tecnología ha ido avanzando enormemente ocasionando que las nuevas generaciones se involucren más en ella y se vayan creando nuevas fuentes para poderse comunicar con personas de otras nacionalidades.

El creciente acceso a Internet y la rápida adopción de nuevas tecnologías en Ecuador han modificado muchos aspectos de la vida cotidiana. La comunicación, el entretenimiento, pero sobre todo el acceso a la información son aspectos que han sufrido modificaciones importantes. (Rivera Costales, 2013)

La comunicación tuvo un papel importante en la era digital, por este motivo los profesionales en la rama de comunicación optaron por crear páginas digital donde también podían desarrollar su información y encontraron formas diferentes y novedosas para cautivar a la población.

El periodismo ha experimentado sucesivos cambios a lo largo de su historia que afectan a la profesión y a los profesionales. En estos últimos años Internet ha marcado un ciclo evolutivo y convergente en las salas de redacción y el tratamiento de la información. Desde su origen, Internet surgió como una red de comunicación global con la que se inició así el ciberespacio, que no es otra cosa que la comunidad que se crea dentro de la sociedad nacida con Internet. (Coronel-Salas, 2012, pág. 108)

Con la llegada de la era digital, la comunicación y estas nuevas formas de comunicarse el periodismo tomo un giro gigantesco donde muchos de los profesionales lo tomaban como algo novedoso y algunos de ellos no tenían conocimientos de como involucrase de este medio, pero sin embargo el ser humano es adaptable a estos cambios y en la actualidad se puede apreciar que en su mayoría estos profesionales se encuentran sumergidos en la comunicación digital.

Desde la perspectiva de que los medios digitales son relativamente nuevos y que pocos son los profesionales especializados en el campo de la comunicación digital, hemos detectado que los cibermedios ecuatorianos poseen una redacción convencional (redactores, fotógrafos, dibujantes, diseñadores, corresponsables, freelance) conformada fundamentalmente por menos



integrantes que un medio impreso. Organizacionalmente sí que poseen directores y subdirectores. (Coronel-Salas, 2012, pág. 113)

En su gran mayoría los medios de comunicación digitales poseen profesionales empíricos que al momento de realizar su trabajo no están lo suficientemente capacitados para hacerlo ocasionando por ende malestar en cuanto no se publica información veraz pero por otra parte se puede mencionar que estos medios en ocasiones constan con todo un equipo completo para elaborar superando incluso a los medios de comunicación tradicionales.

La realidad de los medios digitales en este momento se mueve por la necesidad de emprendimiento. Es vital que se vea al medio como un negocio que necesita inversión. Las aplicaciones y contenidos que se pueden implementar son infinitos, no obstante no existe la necesidad de adquirir estas tendencias en los medios. Únicamente se están conformando con informar, pero no toman en cuenta que el lector es cada vez más exigente. Un ejemplo del error que comenten los medios digitales ecuatorianos es verificable en su presencia en las redes sociales. Simplemente están ahí, pero no hay una participación activa y constante. (Punín, Martínez, & Rencoret, 2014)

### **Importancia de los medios de comunicación digitales**

Los medios de comunicación digitales en su comienzo no fueron tan aceptados por la sociedad puesto que era algo totalmente diferente pero sin embargo a mediar que fueron pasando los años la población se fue adaptando a los cambios y consigo a la era digital puesto que en la actualidad los medios de comunicación digital son los más visitados pese a que muchos de ellos publican información de poco interesante.

Internet, como canal de comunicación, como medio y como herramienta es imprescindible para el ejercicio de la profesión, pese a muchas reflexiones contrarias que se han vertido sobre

esta tecnología. Esta dependencia de la Red demuestra una positiva evolución de la profesión periodística hacia el concepto de “periodismo en tiempo real”, donde la información ha de estar en cualquier parte del mundo, instantáneamente. (Rojo, 2005)

La importancia de los medios de comunicación digitales radica en que el internet como medios de comunicación es en la actualidad el más usado ya que estamos en un mundo digitalizado y la forma más rápida de comunicarse es esa podemos estar enterados de lo que acontece a nivel mundial con tan solo dar un clic en una página web o en un periódico digital.

### **Importancia de los medios de comunicación**

Los medios de comunicación se han convertido en el cuarto poder, en la actualidad son la manera más rápida para poder estar conectados y enterados sobre diferentes situaciones que se realizan al rededor del mundo, se han convertido en una herramienta necesaria para los ciudadanos que por medios de los diferentes medios de comunicación han podido omitir una opinión pública que les permite expresar sus ideas acerca de alguna información.

Uno de los medios de comunicación que ha venido apoderándose en los últimos años son los medios de comunicación digitales que por su fácil acceso y su modelo gratis al momento de visualizar su contenido, en muchas ocasiones ha sido criticado ya que deja a un lado los formatos periodísticos que en ocasiones provocan malestar es sus interesados, este medio ha reemplazo en los jóvenes el interés hacia la televisión, la prensa escrita y la radio.

Cuando los diferentes medios de comunicación difundan inquisición es necesario que lo hagan con empatía, las personas que reciben el contenido son quienes aportan al crecimiento

de dichos medios de comunicación. Por lo tanto, es importante que los medios sepan divulgar su contenido que aportaran de diferentes maneras en la población.

### **Importancia de fomentar el desarrollo cultural**

El desarrollo cultural necesita ser divulgado en la sociedad ya que este no se construye solo necesita ser socializado a la población para que pueda ser conocida y es que la cultura no es solo identidad; es costumbres, tradiciones, ritos y expresiones artísticas que representa la forma de vida de todos.

Hace falta iniciativas para asegurar que las audiencias mundiales y la programación transfronteriza que contribuya al pluralismo y al libre intercambio de ideas, en pro de la diversidad cultural. Para ellos son esenciales un consumo más crítico de los medios de comunicación y una mayor conciencia de la importancia de entender otras culturas desde dentro-alfabetización informativa y mediática- a fin de contrarrestar la fragmentación de la audiencia, el aislamiento y los estereotipos (...) (Organización de Naciones, 2010, pág. 154)

(...); En este sentido, la diversidad cultural no es complemento de los medios en la promoción (o la disuasión) de la pluralidad de las perspectivas, hay una tendencia a considerar por separado los medios dedicados al esparcimiento, la cultura y las noticias que también se tratan aisladamente en los debates de política encaminados a promover la diversidad de cultura. (Organización de Naciones, 2010, pág. 154)

Los medios de comunicación digitales deben tener la obligación de plasmar en sus emisiones diversidad cultural para que pueda ser visualizada y conocida por el mundo para que el resto de la sociedad pueda saber quiénes somos y de donde venimos que se pueda expresar de manera libre todo aquello que aún no se conoce.

## **Cultura**

Todos los pueblos poseen y desarrollan diferentes tipos de culturas que se refieren a sus creencias, estilos de vida, tradiciones, educación, espiritualidad, que se plasman en sus memorias y van quedando para conceptos históricos de su nacionalidad, todos estos fragmentos son el conjunto de formación de la identidad de cultural.

La cultura lleva asociado un concepto evidente: la identidad cultural, que no es otra cosa que aquello que les permite a los miembros de un grupo social reconocerse como tales. Es la conciencia que les permite a las personas darse cuenta de las diferencias de su cultura respecto a otras. Como consecuencia de ello, la sociedad producirá unos bienes culturales como manifestaciones materiales e inmateriales de la cultura que los sustenta, para conformar su identidad. (Gutiérrez, Rodríguez, & Camino Gallego, 2010)

Existen diferentes tipos de ciencias que hablan de cultura como la antropología, la sociología, la filosofía cada uno de ellos enmarcados en sus estilos que derivan importantes conceptos y contenidos, unos espirituales otros ambientales pero todos enfocados en el arte cultural.

También se describe a la cultura como aquel conjunto de ideas que se especificarán con y a favor de una sociedad determinada. Dentro de esto están presentes las costumbres, creencias, prácticas comunes, reglas, normas, códigos, vestimenta, elementos eclesiásticos, rituales y maneras de ser que predominan en el común de la gente que la integra. El término cultura es muy amplio y con múltiples acepciones. Lo mismo sucede con palabras como ciencia, conocimiento o fe, vocablos concretos con diferentes valoraciones y sentidos. (Bueno, 2016)

La cultura hace referencia a las pautas del pasado la cual desea cultivar sus costumbres en la humanidad y que tome conciencia de que no todo está perdido queriendo rescatar todos esos valores importantes que aportaron de manera positiva en el pasado y plasmarlos en la era actual sin dejar a un lado los nuevos cambios que está teniendo la sociedad.

### **La cultura en los jóvenes**

En el siglo XXI la cultura ha sido invadida por la tecnología pues en la los aparatos electrónicos van desarrollando nuevos avances digitales, lo cual incide a la sociedad a involucrarse cada día más en el medio digital y con estos cambios ha llegado la nueva era de la comunicación digital dominando así estas tecnologías a la sociedad entera.

La adolescencia y la juventud son construcciones sociales. En otras palabras, son “clases de edad” que si bien tienen una base material biológica, sobre la misma se elaboran diversas representaciones relativamente arbitrarias e históricas. En realidad, lo que “existe” con una existencia casi igual a la de los objetos físicos es un continuo de edad. Es la sociedad la que produce determinados “cortes” y “rupturas” en el flujo del tiempo. (...) (Fanfani, 2018)

Con los nuevos cambios tecnológicos la sociedad y en su mayoría los jóvenes ha dejado a un lado el interés por las cosas que suceden en su alrededor, la era digital es el entretenimiento constante en los adolescente, esta distracción no permite que se cultive el interés por los temas culturales que en su mayoría han sido olvidados y en otros casos no reconocidos, lo cual implica que ellos no aporten a las nuevas generaciones información sobre esta clase de temas ya que llevan un vacío enorme a lo que se refiere con identidad cultural.

Las identidades educativas tienen el deber de fomentar la cultura en la juventud, son los protagonistas de la sociedad es por ello que se debe de tratar de fomentar y cultivar en ellos todos los valores necesarios sólidos que poseen buenas y valiosas costumbres, para que

también puedan tener creatividad en el arte ya que estos serán estos los medios por los cuales los jóvenes van a poder desplegar ideas y poseer interés en diferentes campos que ellos se visualicen.

La manera como los jóvenes viven hoy esta especie de comprensión cultural no tiene que ver únicamente con los modos de entrelazamiento de las diferentes prácticas, ya que los jóvenes siguen yendo a las salas de cine, accediendo más a Internet, y en general a los diferentes espacios culturales ofrecidos (...) (Chaparro & Guzmán, 2016)

### **Periodismo cultural**

Con la masificación del conocimiento, se masificaron los contenidos y, entonces, erradamente, se pensó que el entretenimiento y no la cultura era lo que la gente quería leer, ver y escuchar. Se habla de la agenda cultural como planes para divertirse, sin análisis y sin profundidad. Entrevistas a actores o actrices sobre su vida, para sacarles alguna chiva, que no es otra cosa que un chisme. Se ha vuelto el contenido light del medio, el último segmento, las últimas páginas. (Rodríguez, 2015)

Los medios de comunicación masivos tienen formatos distintos cuando se trata de difundir información pero requieren de contenidos atractivos para llamar la atención de su audiencia y se centran en que estos contenidos seas de cualquier otro aspecto y no imparten el periodismo cultural que es que se encarga de transmitir ideas de temas culturales que contribuyeran a la población; sin embargo el periodismo cultural se ha ido olvidando y dejando atrás las buenas normas periodísticas que debe de tener un comunicador para incrementar el interés en estos temas por parte de sus consumidores.

Se ha perdido el concepto de periodismo cultural, que algunos tratan de mantener, como la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, con su Red de Periodismo Cultural. Pero el

concepto, en la práctica, en los grandes medios de comunicación, carece de nitidez. (Rodríguez, 2015)

El periodismo cultural debe de ser tratado de tal manera que conlleve a la población a difundir dicho periodismo que sin duda alguna es y será importante analizar y reflexionar sobre los hechos históricos, artísticos y tradicionales que hablen de cultura y todo lo que a ella se refiere.

El periodismo no es solo elaborar temas de sensacionalismo o reportajes escandalosos que conlleven al linchamiento mediático sin importar las consecuencias secundarias a los cuales conlleve la propagación de los mismos, difunden un periodismo errado llenos de falacias, malos textos llenos de erros y muchos dueños de los medios de comunicación no son conscientes de lo negativo que tiene como medio de comunicación y se viven elogiando su trabajo, un trabajo de mala calidad y los mismo conservan un concepto equivocado sobre impartir cultura.

### **Desarrollo cultural**

En la actualidad resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales plurales, variadas y dinámicas. Las políticas favorecen incluso para la inclusión de las personas hacia beneficios que les hace falta y la participación de todos los ciudadanos que les garantizan la cohesión social, la vitalidad de la sociedad civil y la paz. Inseparable de su contexto democrático, el pluralismo cultural es propio para los intercambios culturales y para el desarrollo de las capacidades creadoras que alimentan la vida pública. (Escalera, 2014)

La cultura de una forma u otra va desarrollando la sociedad y abarcando las transformaciones que van generando el crecimiento de los valores humanos y las relaciones sociales, el enfoque de la cultura es amplio pero se debe de ir desplegando de tal forma que

ésta pueda ser entendida por la sociedad en todo su contexto sin perder su línea en la cual se va a querer enfocar y así tener una respuesta por parte de la humanidad.

Los cambios culturales son rápidos o lentos, son triviales o trascendentes, pueden incluir a la mayoría de una colectividad o a una minoría, pueden registrarse en una nación, en un grupo étnico en particular, en los grupos o en las clases sociales, ocurren entre las regiones o en los diferentes espacios (urbano-rural). Sea como fuere, el cambio cultural significa que en toda colectividad ocurren variaciones innumerables en las técnicas de producción, en los niveles de conocimiento, en las tecnologías inventadas, en el idioma practicado, en las creencias religiosas vigentes, en los valores, normas y actitudes existentes. El cambio es intrínseco a la cultura. (Sotelo, 2015)

Así mismo se puede afirmar que la cultura no es un pasatiempo, es el conjunto de valores que crea el hombre y lo debe de apreciar como forma de un tesoro y conservarla para que pueda interactuar e intercambiar ideas con personas de otras nacionalidades que tienen un desarrollo cultural distinto, porque todos los grupos humanos aportan y tienen cultura, cada persona pertenece a un grupo diferente de cultura de acuerdo a su origen pero todos buscan la conservación de la misma para así poder ser identificados y reconocidos como tal.

### **Impacto cultural**

La cultura adquiere formas diversas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad se manifiesta en la originalidad y la pluralidad de las identidades que caracterizan los grupos y la sociedad que componen la humanidad. Fuente de intercambios, de innovación y de creatividad, la diversidad cultural constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras. (Romero, 2005)



El efecto cultural que ha tenido la sociedad con lo relaciona a los temas culturales se ha estado desvaneciendo con la llegada de algunos cambios en la población que no toman en cuenta todos estos temas de identidad y solo se centran en temas tecnológicos perdiendo así el interés por su cultura.

El ámbito donde aparentemente se manifiesta con mayor claridad la globalización de la cultura es el de la “cultura popular” en sentido americano, es decir, el ámbito de los flujos de imágenes, narrativas, dramaturgias, espectáculos, programas musicales, entrenamientos e informaciones transmitidas por las redes mundiales de los media (periodísticos, revistas, televisión, cine, cassettes, etc.). La globalización parece afectar aquí tanto a la producción como a la distribución y consumo de este tipo de cultura (...) (Giménez, 2015)

## **Identidad cultural**

Estos procesos (identidad cultural y autoconcepto) son naturales y necesarios para el desarrollo de las personas, de tal forma que una identidad claramente definida (estructurada en torno a una serie de valores fundamentales compartidos) promueve el desarrollo de un autoconcepto positivo y permite descubrir no sólo lo que diferencia al grupo y al sujeto de los demás sino, también, lo común con los demás. Permite, por lo tanto, el enriquecimiento personal y grupal: a) conociendo los contrastes y complementos, b) disfrutando de lo que une; c) superando los conflictos en la definición se nuevas metas. (Arroyo, Olivetti, Beard, Balpinar, & Silva, 2009)

Es importante que la sociedad tenga conocimientos sumamente argumentados sobre el concepto de identidad cultural sin avergonzarse de sus costumbres o tradiciones que siempre

serán los cuales identifiquen y los diferencie del resto de personas en el mundo, sintiéndose orgullosos de los que son.

La cultura de la modernización compulsiva se opone a la cultura de la identidad. El crecimiento de la economía, sin respeto a las personas y a la naturaleza, y sin la solidaridad básica de la sociedad, se opone el concepto de desarrollo, humano y también sustentable, elemento determinante de una cultura de la identidad. Encontramos a nuestras experiencias cotidianas, sociales y políticas, la oposición, a veces manifiesta y violenta, entre modernización compulsiva e identidad. (...) (Bengoa, 2018)

Debe quedar claro que hay que concebir la cultura y la identidad cultural como algo dinámico, en continua transformación y creación, con componentes plurales y diversos (y no como algo pre-definido, fijo, estático, ya consolidado). Esto es importante tenerlo en cuenta al establecer la relación entre desarrollo e identidad, ya que el desarrollo – también como proceso dinámico – implica replanteamientos y, muchas veces, construcción de nuevas identidades. (Carvajal, 2007)

## **2.1.2. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1.2.1. Antecedentes investigativos**

En el trabajo de investigación de, Camaton Ana (2018) habla acerca del “Análisis del periodismo digital” se rescata lo siguiente.

El término de periodismo digital es considerado de “reciente creación” y las diferencias entre autores son mayores que las coincidencias, el concepto de periodismo digital está inmerso en una discusión todavía mayor. (Camaton, 2018)

Los medios de comunicación digital junto con el periodismo digital ha llegado a ser todo eso novedoso que muchos no sabían que podía llegar a tener toda la acogida que ha tenido hasta la actualidad, hay quienes tiene conceptos diferentes y es que el tema es tan amplio que los debates sobre si se está haciendo bien o no un periodismo digital podría dejar a muchos de ellos con dudas.

Con el paso de años la humanidad ha desarrollado grandes avances en materia de tecnologías, convirtiendo el periodismo digital en una herramienta de información para que el usuario se mantenga informado de una manera práctica, exigiendo así del periodista un mayor uso de las nuevas tecnologías. (Camaton, 2018)

Lo tecnología junto con lo digital han ido de la mano a medida que ha ido pasando el tiempo es por ello cada vez la población ha ido exigiendo más y más llevando al medio de comunicación tradicional a transformarse en un periodismo digital donde el usuario tiene un acceso rápido a sus publicaciones.

La era de la cibernética ha tenido mucho que ver con los grandes cambios que han producido en la edición de periódicos; el ordenador ha sido la pieza clave de ese cambio en las distintas secciones de los periódicos. También, la aparición del periodismo electrónico ha sido posible por la informatización de la sociedad (...) (Ballesta, 2012)

(...); El periodismo impreso, la prensa, ha tenido que hacer frente, en las dos últimas décadas especialmente, a profundas renovaciones de su estructura productiva, única vía para

sobrevivir en un sector muy competitivo, aunque en algunos casos la necesaria adaptación a las nuevas tecnologías que se iban incorporando al proceso, y el imprescindible reciclaje de los trabajadores, han contado con la oposición de los trabajadores, en la creencia de que los nuevos procesos y los nuevos medios electrónicos podían acabar - y de hecho lo hicieron - con muchos puestos de trabajo, especialmente en la sección de talleres. (...) (Ballesta, 2012)

A medida que han pasado los años las nuevas tecnologías van avanzando a pasos gigantescos y de la mano la comunicación digital que crean grandes cambios en la era comunicacional y que involucran también a los comunicadores sociales para el uso correcto de estos medios y así tener un periodismo digital con argumentos verdaderos y de una alta calidad.

De la misma forma en el trabajo de investigación de Barrio Javier (2018) acerca de “La influencia de los medios sociales digitales en el consumo” se acentúa lo siguiente.

La evolución del mundo digital en todas sus vertientes ha provocado que las diferentes etapas en la toma de decisiones de compra hayan sido modificadas. Por un lado, el canal digital como finalizador de la transacción comercial en todos sus ámbitos, con la evolución ya asentada del comercio electrónico y por otro lado, Internet como herramienta de búsqueda de información y como elemento de prescripción. (Barrio, 2017)

#### **2.1.2.2. Categorías de análisis**

##### **Categoría de análisis 1: Medios de comunicación digitales**

**Definición.-** Los medios de comunicación digitales son las nuevas plataformas donde se ejerce un periodismo digital, estos medios de encargan de la publicación de temas

informativos al iguales de que los medios de comunicación tradicionales con la diferencia de que estos pueden ser encontrados en páginas web y con la llegada de la nueva era digital se he está innovando y cautivando más a sus seguidores.

### **Operacionalización de las subcategorías**

- Internet
- Avances tecnológicos
- Periodismo digital

### **Categoría de análisis 2: Ámbito cultural**

**Definición.-** El desarrollo cultural o ámbito cultural es todo lo relacionado con las costumbres, tradiciones, creencias que identifican e diferencia al ser humano como grupo social, siempre debe estar plasmada en el presente e involucrando a la juventud en ella.

### **Operacionalización de las subcategorías**

- Cultura
- Impacto cultural
- Identidad cultural

### **2.1.3. Postura Teórica**

Como sabemos, la relación entre la producción de contenidos de los medios de comunicación, la tecnología y el público está experimentando transformaciones significativas en estos años. Fundamentalmente, lo que está sucediendo es que el desarrollo de nuevos medios sociales - específicamente los teléfonos móviles e Internet - ha alterado la relación entre el emisor y el receptor en los procesos de comunicación. Éste es un cambio fundamental en la lógica y la práctica de la comunicación que nos está forzando a repensar cómo conceptualizar y cómo practicar la comunicación para el desarrollo. (Martínez & Sierra, 2012)

Los medios de comunicación han tenido muchos cambios y en esto ha influenciado mucho la tecnología ya que con la llegada de los cambios tecnológicos los medios de comunicación optaron por involucrarse en esta era digital, pero con estos cambios se han obtenidos algunas cosas negativas ya que la relación entre el emisor y el receptor se ha visto obstruida debido a que cada vez se interactúa personalmente.

La sociedad de la información, o, para evitar confusiones con los medios informativos, la llamada más propiamente sociedad del conocimiento, se sustenta en tecnologías que aportan notables beneficios y facilidades tanto para la transmisión de conocimientos como para el ejercicio de determinadas profesiones; el periodismo es una de las que más se ha beneficiado de la cibernética; ha pasado de la composición en caliente, con costosos y trabajosos procesos de edición de los periódicos, a la actual etapa de la Prensa, con la compasión en frío, que permite montar una página, o hacer un periódico a distancia de los talleres donde ha de imprimirse, enviando las paginas ya cerradas a través de módem (...) (Ballesta, 2012)

(...); En el periodismo impreso los cambios que se han operado han sido, pues, extraordinarios, tanto en rapidez como en limpieza del proceso. Con estos nuevos sistemas ha

llegado la innovación, siempre necesaria, pero en esta ocasión imprescindible, ya que quienes no tengan la visión de renovarse corren el peligro de que sus equipos informáticos queden obsoletos en pocos meses. (Ballesta, 2012)

Por otra parte el autor Ballesta hace referencia que con la llegada de la tecnología los medios de comunicación se pudieron transformar a medios de comunicación digital aportando de una forma positiva en la sociedad ya que ayudaron con una forma más fácil de estar comunicados y enterados de noticias pero también menciona que esto trajo menos gastos y menos trabajo para los que ejercen la profesión del periodismo, con la llegada de este sistema se pueden evitar procesos pesados para el comunicador donde con tal solo una simple orden a un aparato digital pueden distribuir información a la población.

(...); El medio digital permitirá no sólo gestionar la multiplicidad de datos sino también responder a las exigencias de presentar las historias utilizando los distintos lenguajes. Pero también habrá que recordar que las herramientas tecnológicas pervierten ciertas rutinas que se enraízan con el origen de la profesión. Las facilidades que suponen el uso del correo electrónico habitual del teléfono o el fax sugieren rapidez en la labor informativa, pero también un alejamiento cada vez mayor de la calle. Esa tendencia a la burocratización, del periodista acomodado en el espacio físico de la redacción, es una perversión heredada, una vez más, de los medios tradicionales. (García & Rupérez, 2007)

Los medios de comunicación digitales deben tener en cuenta que a medida que la población se va integrando más en el internet serán cada vez más las exigencias por parte de ellos por ende deben ir renovando y creando nuevas estrategias de marketing para seguir llamando la atención de su público y mantenerlos como audiencia, pero no todo se trata de publicidad o marketing su principal objetivo debe ser el divulgar información veraz y de calidad que aporte de una u otra manera a una sociedad totalmente cautivada por la nueva globalización y la nueva era tecnológica.

La credibilidad de los portales, de los servidores y de las web es otro factor a cuidar en Internet, porque sólo pervivirán quienes no defrauden. Tampoco olvidemos que el desarrollo de los países y bienestar de sus ciudadanos a través de la sociedad de la información va a ampliar las enormes diferencias de rentas entre los países norte – sur, porque el Tercer Mundo tampoco está en esta ocasión preparando para sumarse al progreso que Internet representa. (Ballesta, 2012, pág. 20)

Unas de las falacias que pueden poseer los medios de comunicación digitales son las noticias no verdaderas que no ayudan al crecimiento ni al desarrollo del periodismo digital ya que la credibilidad de ellos se puede ver afectada y ya no seguirán con la misma acogida por parte de sus seguidores.

La cultura no es un factor instrumental para el desarrollo, sino una dimensión que en cierta medida orienta el tipo de desarrollo y lo potencializa. En palabras de Claxton (1994:7), “los planificadores del desarrollo han de tener un conocimiento cabal de su sociedad y su cultura, no sólo para estar seguros de que sus políticas económicas responden a las aspiraciones y necesidades de las comunidades interesadas, sino también para ser capaces de aprovechar, con miras a la ejecución exitosa de dichas políticas, esa fuerza dinámica que constituye la identidad de un pueblo y que es el elemento estratégico de cualquier cultura” (...) (Carvajal, 2007)

## **2.2. HIPÓTESIS**

### **2.2.1. Hipótesis general**



Definir de qué manera el medio de comunicación digital Aldia.com.ec ejerce impacto en el ámbito cultural en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo.

### **2.2.2. Subhipótesis o derivados**

- Identificando el medio de comunicación digital Aldia.com.ec se detectara su incidencia en al ámbito cultural en los jóvenes del tercer semestre de la carrera de comunicación social.
- Determinando cuales son los contenidos culturales se lograra analizar el desarrollo cultural de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social.
- Diseñando un plan de capacitación hacia los profesionales de comunicación se podrán dar a conocer temas culturales.

### **2.2.3. Variables**

#### **Variable independiente**

Medio de comunicación digital

#### **Variable dependiente**

Ámbito cultural.

## **CAPITULO III**

### **3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.**

**Población**

El número de población donde se realizará el trabajo de investigación es de 71 debido a que nos centraremos en los jóvenes que están cruzando el tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.

## Muestra

En el proyecto de investigación se tomara como muestra toda la población puesto que la localidad es menor a 100 por ende no se aplicará fórmula; se recolectará toda información sobre los antecedentes para luego recopilar todos los datos obtenidos en las encuestas.

**Tabla 1.-** Muestra.

| INVOLUCRADOS       | POBLACION |
|--------------------|-----------|
| DIRECTOR ACADEMICO | 1         |
| ESTUDIANTES        | 71        |

### 3.1.2. Análisis e interpretación de datos.

#### 1.- ¿Cree usted que el medio de comunicación digital Aldia.com.ec desarrolla un impacto cultural en la sociedad actual?

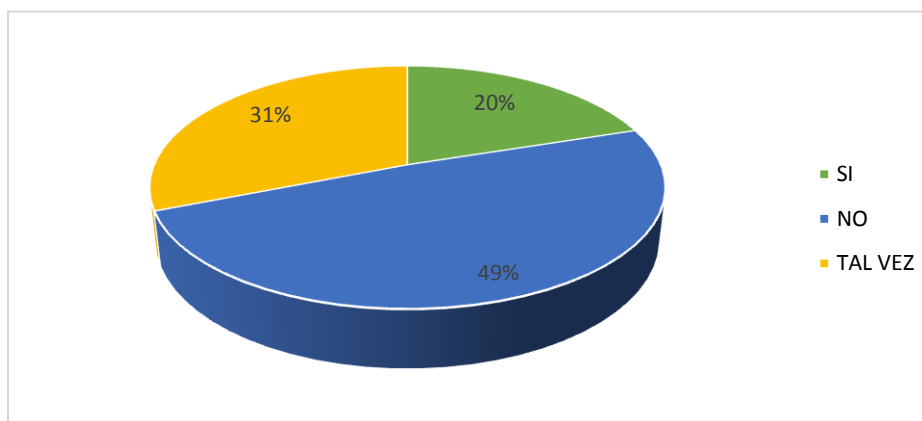
**Tabla 2.-** Medio de comunicación digital Aldia.com.ec desarrolla impacto cultural.

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 14         | 20%        |
| NO           | 35         | 49%        |
| TAL VEZ      | 22         | 31%        |
| <b>TOTAL</b> | 71         | 100%       |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo

**Elaborado por:** Lisseth Sellan

#### Gráfico 1.- Medio de comunicación digital Aldia.com.ec desarrolla impacto cultural.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** De acuerdo a la encuesta realizada el 49% de los estudiantes responde que el medio de comunicación digital Aldia.com.ec no desarrolla impacto cultural en la sociedad mientras que el 31% manifiesta que tal vez este medio digital desarrolla cultural y el 20% expresa que si desarrolla impacto cultural.

**Interpretación.-** Según lo contestado por los estudiantes el medio digital Aldia.com.ec no desarrollan un impacto cultural en la sociedad.

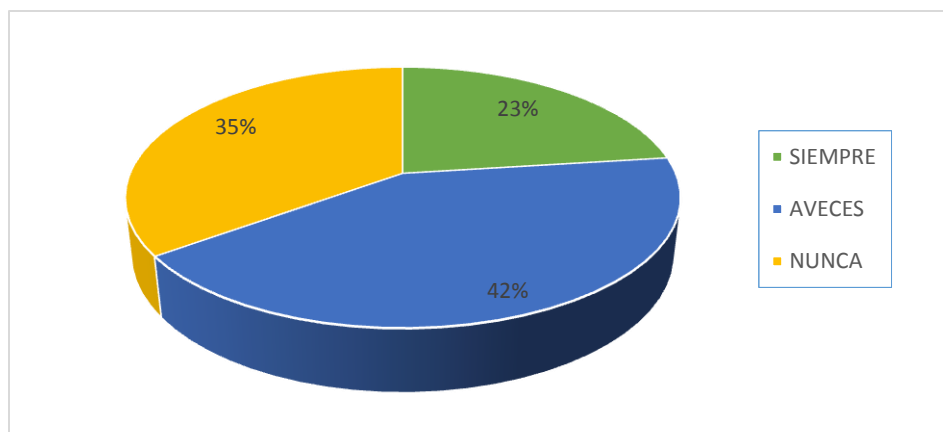
## 2.- ¿Piensa usted que los medios de comunicación digitales Aldia.com.ec difunden información sobre temas culturales?

**Tabla 3.-** Difunden información sobre temas culturales.

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SIEMPRE      | 16         | 23%        |
| A VECES      | 30         | 42%        |
| NUNCA        | 25         | 35%        |
| <b>TOTAL</b> | 71         | 100%       |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 2.-** Difunden información sobre temas culturales.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** De acuerdo a la encuesta realizada el 42% de los estudiantes piensa que a veces los medios de comunicación digitales difunden información sobre temas culturales, el 35% declara que no difunden temas culturales mientras que el 23% expresa que nunca difunde información sobre temas culturales.

**Interpretación.-** Los medios de comunicación a veces difunden información sobre temas culturales.

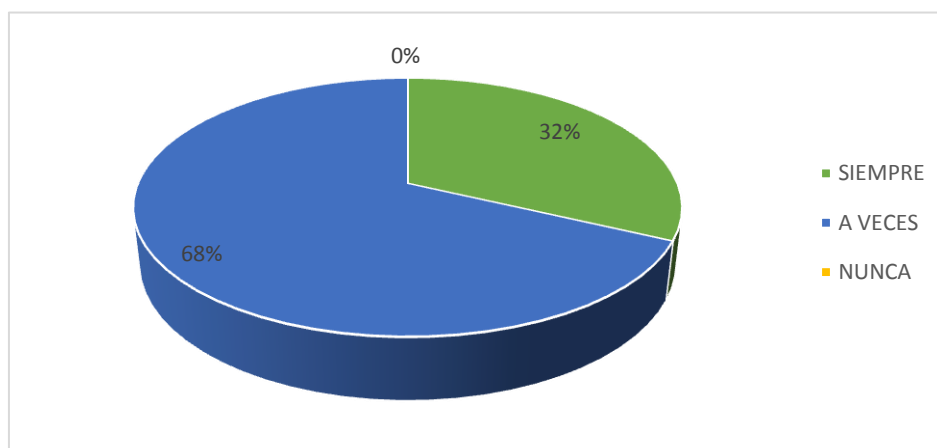
**3.- ¿Cree usted que los profesionales que trabajan en los medios de comunicación digitales publican investigación veraz a la ciudadanía?**

**Tabla 4.-**Publican investigación veraz.

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SIEMPRE      | 23         | 32%        |
| A VECES      | 48         | 68%        |
| NUNCA        | 0          | 0%         |
| <b>TOTAL</b> | 71         | 100%       |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 3.-**Publican investigación veraz.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo

**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** Los resultados obtenidos por la encuesta realizada expresa que un 68% de los estudiantes creen que a veces los profesionales que trabajan en los medios de comunicación digitales publican investigación veraz, el 32% de los encuestados consideran que siempre publica investigación veraz y el 0% nunca.

**Interpretación.-** La mayoría de los encuestados responde que los profesionales que trabajan en los medios de comunicación digitales a veces publican investigación veraz a la ciudadanía.

#### **4.- ¿Visita usted páginas de medios digitales?**

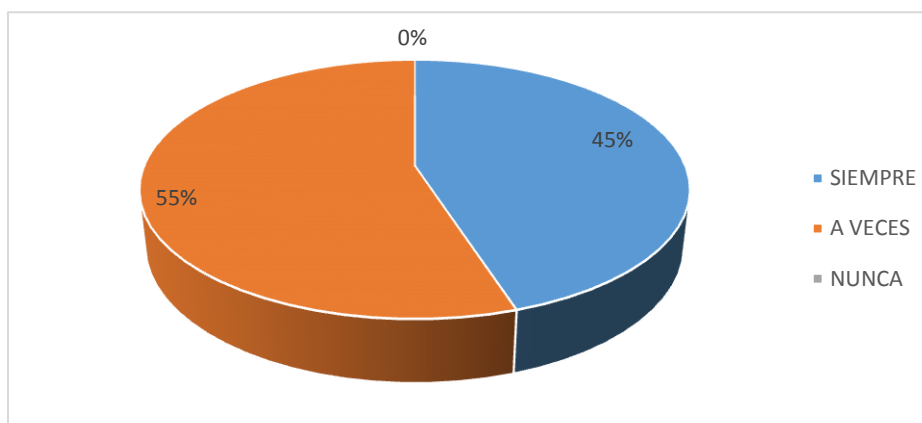
**Tabla 5.-** Visita páginas de medios digitales.

| <b>ALTERNATIVA</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| <b>SIEMPRE</b>     | 32                | 45%               |
| <b>A VECES</b>     | 39                | 55%               |
| <b>NUNCA</b>       | 0                 | 0%                |
| <b>TOTAL</b>       | 71                | 100%              |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo

**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 4.-** Visita páginas de medios digitales.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** Los resultados obtenidos por la encuesta realizada se manifiesta que el 55% de los alumnos a veces visitan páginas de medios digitales y a su vez el 45% de los encuestados contestó que siempre visitan las páginas de medios obteniendo así un total del 100%.

**Interpretación.-** Más de la mitad de los estudiantes a veces visitan páginas de medios digitales.

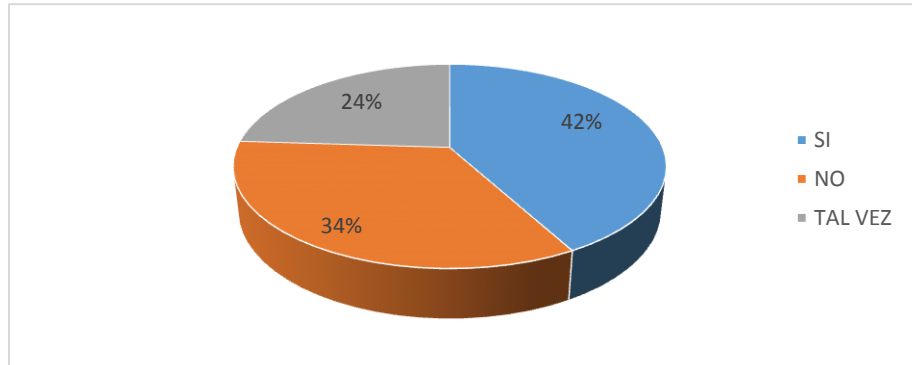
**5.- ¿Piensa usted que los medios de comunicación digitales son causantes de los cambios de identidad cultural en la persona?**

**Tabla 6.-** Causantes de los cambios de identidad cultural.

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 30         | 42%        |
| NO           | 24         | 34%        |
| TAL VEZ      | 17         | 24%        |
| <b>TOTAL</b> | 71         | 100%       |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 5.-** Causantes de los cambios de identidad.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** De acuerdo a la encuesta realizada el 42% de los estudiantes piensa que los medios de comunicación digitales si son los causantes de los cambios de identidad cultural en la persona, por otra parte el 34% opina que no son los medios de comunicación los causantes de cambio de identidad y el 24% de los encuestados manifiesta que tal vez sean los causantes en dicha perdida.

**Interpretación.-** El 42% de los encuestados responde que los medios de comunicación digitales si son los causantes de los cambios de identidad cultural en la persona.

## 3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

### 3.2.1. Especificas

- Los estudiantes encuestados del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social declararon que si se debe capacitar a los profesionales que operan en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec para que publiquen información sobre contenidos culturales.



- Mencionan que no han visualizado contenido cultural en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec por lo tanto es necesario y de suma importancia capacitar a los a los comunicadores que trabajan en dicho medio para que así puedan dar a conocer a su audiencia sobre temas culturales.
  
- Elaborando un taller de capacitación para los profesionales que trabajan en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec para que tengan conocimientos sobre información cultural y los puedan difundir será de gran beneficio hacia los estudiantes del tercer semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo y toda su audiencia que los visita.

### **3.2.2. General**

El taller de capacitación que se brindará a los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec será de mucha ayuda para que ellos como comunicadores puedan difundir de una manera positiva información con contenido cultural que aportara conocimientos y crecerá el interés cultural en los alumnos del tercer semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.

## **3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.3.1. Especificas**

- Los comunicadores que trabajan en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec deberán de asistir a un taller de capacitación para obtener conocimientos sobre contenido cultural y lo puedan publicar en su medio.

- En el medio de comunicación digital Aldia.com.ec no se visualiza información de contenido cultural por ende se deben plasmar ideas que contengan variedad cultural.
- Con la asistencia al taller de capacitación los profesionales del medio de comunicación digital Aldia.com.ec emitirán información cultural que será de gran beneficio para los estudiantes del tercer semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo y todo aquel que lo visualice.

### **3.3.2. General**

Creando un taller de capacitación para los profesionales del medio de comunicación digital Aldia.com.ec donde se traten temas culturales y a su vez de valores esto ayudara a la difusión de dichos contenidos y los estudiantes del tercer semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo adquirirán más conocimientos y el interés sobre su identidad cultural.

## **CAPITULO IV**

### **4. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN**

#### **4.1. PROPUESTA DE LA APLICACIÓN DE RESULTADOS**

##### **4.1.1. Alternativa obtenida**

Desarrollar un taller de capacitación para que los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec puedan adquirir conocimientos sobre temas en el ámbito cultural y que esta clase de contenido pueda ser difundido en su medio que impactara a los estudiantes del tercer semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo y a la sociedad.

##### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

La propuesta establecida propone la elaboración de un taller que permita capacitar a los comunicadores que trabajan en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec ya que esta ayudara a aumentar el interés y la importancia de emitir contenido cultural en sus noticias y a su vez por medio de dicha información fomentaran el desarrollo e identidad cultural que tendrá un gran impacto en los jóvenes estudiantes del tercer semestre de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo y a su vez de la colectividad entera que lo visualice.

La creación del taller de capacitación se lo implementara con temas que contengan contenido cultural para que los profesionales de comunicación lo puedan plasmar en su medio digital e impartirlos a sus espectadores, por medio de este taller se propone que aumente el interés cultural que se ha estado perdiendo en la ciudadanía debido a la poca información cultural que se divulga en los medios de comunicación digitales, buscando un impacto positivo en la sociedad y en los jóvenes del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social ya que ellos como futuros profesionales de Comunicación deben de estar totalmente informados sobre temas de esta índole.

#### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

#### **4.1.4. Antecedentes**

Los medios de comunicación digitales aumentan debido al poco interés de las personal con los medios tradicionales como lo es la radio el periódico o la televisión que son medios que han estado permanentemente emitiendo toda clase de información pero con la llegada de la era tecnológica y la fácil manera de acceder a las páginas de internet ha aumentado la ganancia por los medios de comunicación digitales ya que los usuarios tienen una forma rápida de acceder a cualquier tipo de información.

Los medios de comunicación digitales se han apoderado de las redes sociales las cuales han sido un canal fundamental ya que mediante estas plataformas ellos han podido compartir su información y han obtenido una gran acogida debido a que en la actualidad son las más visitadas por la sociedad con la gran ventaja que la información que ellos publican puede ser vista por personas de todo el mundo.

En el Ecuador existe la Ley Orgánica de Comunicación donde se expresa que todos los medios de comunicación deben de emitir información que contenga contenido cultural para que la sociedad pueda adquirir conocimientos y mucho interés sobre los saberes culturales e identidad cultural.

En el cantón Quevedo es de suma importancia que el medio de comunicación digital Aldia.com.ec transmita temas culturales debido a que esto beneficiara no solo a los jóvenes que están cruzando el tercer semestre de la carrera de Comunicación Social sino también a toda la población en general, puesto que se estima que éste medio de comunicación digital tiene una gran acogida en el cantón y es uno de los medios más visitados por la comunicad.

La propuesta establecida es beneficiosa puesto que los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec podrán adquirir conocimientos sobre contenido cultural y la importancia de transmitir estos temas en su espacio ya que son poco los medios de comunicación digital que emitan dicha información.

#### **4.1.5. Justificación**

La carencia de periodismo cultural es fácilmente visualizada en los medios de comunicación digital los cuales son los más visitados por la ciudadanía pero sin embargo se encargan solo de transmitir información de otra clase de índole las cuales algunas de ellas no aportan para un desarrollo positivo en la sociedad principalmente en los jóvenes los cuales son los que se están formando para un buen futuro y necesitan de contenidos que aporten en su crecimiento intelectual.

Es por ello que se ha propuesto la creación de un taller de capacitación que se dictara a los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec ayudara a aumentar el interés y la importancia de transmitir temas culturales lo cual también beneficiara

al buen vivir de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.

Ésta capacitación es de suma importancia porque luego de haber realizado la respectiva encuesta se pudo evidenciar que dicho medio de comunicación no emite contenido cultural, perdiendo así el interés en estos temas por parte de la comunidad.

Los medios de comunicación digitales en la actualidad son los más visitados por los jóvenes es por ello que los profesionales que trabajan y difunde información deben de estar totalmente enterados sobre la importancia de transmitir temas culturales ya que por medios de estos temas se ayudará a fomentar en interés de identidad cultural, cultivar la importancia de los valores que día tras días se han estado olvidando.

El taller que se dictara a los comunicadores es factible ya que ayudara a que su medio de comunicación digital cumpla con uno de los parámetros creados por la Ley Orgánica de Comunicación la cual establece que todo medio de comunicación debe de emitir y contener en su programación información cultural ya que con la ayuda de estos talleres ellos podrán adquirir conocimientos de cuáles son los temas culturales.

Por medio de esta propuesta se espera tener resultados positivos que beneficien a largo plazo no solo a la ciudadanía sino también a dicho medio de comunicación digital ya que la población tendrá mucho más interés en visitar su página ya sea por su plataforma o por medio de las redes sociales, puesto que al ser uno de los pocos medios que comparta información con contenido cultural será mucho más visitantes y sus seguidores aumentaran.

## **4.2. OBJETIVOS**

### **4.2.1. General**

- Crear un taller de capacitación hacia los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec para que realicen un buen aporte sobre contenido cultural y aumentar el interés de conocimientos culturales en los jóvenes del tercer semestre de la carrera Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo y a la sociedad.

### **4.2.2. General**

- Detallar la información que se dictara en el taller de capacitación a los profesionales que trabajan en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec para que tengan los conocimientos necesarios sobre contenido cultural.
- Diseñar trípticos que contengan información sobre temas culturales los cuales serán socializados con los comunicadores del medio de comunicación digital Aldia.com.ec
- Aplicar las charlas de una manera dinámica y entretenida hacia los profesionales para que puedan hacer un buen aporte cultural en su medio de comunicación digital.

### **4.3. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA**

#### **4.3.1. Título**

Crear un taller de capacitación hacia los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec para que realicen un buen aporte sobre contenido cultural y aumentar el interés de conocimientos culturales en los jóvenes del tercer semestre de la carrera Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo y a la sociedad.

#### **4.3.2. Componentes.**

La realización de los objetivos trazados se elaborará de la siguiente forma:

- Detallar la información que se dictará en el taller.
- Diseñar un tríptico que contengan información sobre temas culturales.
- Aplicar las charlas de una manera dinámica y entretenida.



**Tema 1: Medios de comunicación digital.**

**Tabla 7.-** Medios de comunicación digital.

| <b>OBJETIVO GENERAL:</b> Conocer qué y cuáles son los medios de comunicación digital y como estos impactan en la sociedad. |   |   |                                     |
|--|---|---|-------------------------------------|
| <b>Día 1<br/>Horario</b>   | <b>Contenidos<br/>Temas</b>   | <b>Estrategias de<br/>enseñanza y<br/>aprendizaje</b>   | <b>Materiales</b>                   |
| Viernes<br>17:00-17:10   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida.</li> <li>• Introducción.</li> <li>• Presentación.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida.</li> <li>• Presentación.</li> </ul>                        | Marcadores<br>Identificadores.      |
| Viernes<br>17:10-17:15   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de los profesionales que recibirán el taller.</li> <li>• Expectativas con relación al taller.</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinámica de Presentación.</li> </ul>                                   | Marcadores.<br>Hojas.               |
| Viernes<br>17:15-17:30   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que son los medios de comunicación digitales.</li> <li>• Quienes laboran en los medios de comunicación digitales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> <li>• Proyección de temas.</li> </ul>             | Computadora.<br>Proyector.          |
| Viernes<br>17:30-17:40   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuáles son los diferentes medios de comunicación digitales</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los asistentes.</li> <li>• Exposición oral.</li> </ul> | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |
| Viernes<br>17:40-17:50   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventajas de los medios de</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión</li> </ul>   | Computadora.                        |

|                        |  |  |                            |
|------------------------|--|--|----------------------------|
|                        | comunicación digitales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desventajas de los medios de comunicación digitales</li> </ul> | guiada. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral.</li> </ul>           | Proyector.                 |
| Viernes<br>17:50-18:00 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre y conclusión del tema</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul> | Computadora.<br>Proyector. |

## Tema 2: Cultura.

**Tabla 8.-** Cultura.

| <b>OBJETIVO GENERAL:</b> Describir en términos breves todo lo abordado con el tema cultural con los asistentes del taller. |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <b>Día 1<br/>Horario</b>   | <b>Contenidos<br/>Temas</b>   | <b>Estrategias de<br/>enseñanza y<br/>aprendizaje</b>   | <b>Materiales</b>                                 |
| Viernes<br>18:00-18:10   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto de cultura.</li> <li>• Ampliación de la palabra cultura.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> <li>• Proyección de temas.</li> </ul> | Marcadores.<br>Hojas.<br>Computadora<br>Proyector |
| Viernes<br>18:10-18:20   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que considera la cultura.</li> <li>• Que estudia la cultura.</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>                                 | Computadora.<br>Proyector.                        |
| Viernes<br>18:20-18:25   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos de la cultura</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>                               | Textos<br>Marcadores<br>Computadora               |
| Viernes  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyección de</li> </ul>                                   | Computadora                                       |

|                        |  |   |                                       |
|------------------------|--|---|---------------------------------------|
| 18:25-18:30            | individuales de la cultura.  | temas.  | Proyector                             |
| Viernes<br>18:30-18:35 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación de la cultura.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>                               | Textos<br>Marcadores<br>Computadora   |
| Viernes<br>18:35-18:40 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad Cultural.</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> <li>• Exposición oral.</li> </ul> | Trípticos<br>Computadora<br>Proyector |
| Viernes<br>18:40-18:45 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura Quevedeña.</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul>            | Computadora.<br>Proyector.            |
| Viernes<br>18:45-18:50 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre</li> </ul>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul>            | Textos<br>Marcadores<br>Computadora   |

### **Tema 3: Identidad Cultural.**

**Tabla 9.-** Identidad Cultural.

| <b>OBJETIVO GENERAL:</b> Comprender y describir que es identidad cultural y como ésta aporta en la sociedad. |  |   |                                     |
|--|--|---|-------------------------------------|
| <b>Día 1<br/>Horario</b>   | <b>Contenidos<br/>Temas</b>  | <b>Estrategias de<br/>enseñanza y<br/>aprendizaje</b>   | <b>Materiales</b>                   |
| Viernes<br>18:50-18:55   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que identidad cultural.</li> <li>• Elementos de la identidad cultural.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> <li>• Proyección de temas.</li> </ul> | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |
| Viernes  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción de</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>                                 | Computadora.                        |

|                        |  |   |   |
|------------------------|--|---|---|
| 18:55-19:00            | identidad.   |   | Proyector.  |
| Viernes<br>19:00-19:05 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se constituye identidad cultural?</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>   | Marcadores.<br>Hojas.<br>Computadora<br>Proyector |
| Viernes<br>19:05-19:10 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Existe identidad cultural en el país?</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>   |   |
| Viernes<br>19:10-19:15 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Por qué los jóvenes están perdiendo identidad cultural?</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> <li>• Exposición oral.</li> </ul>                   | Textos<br>Marcadores<br>Computadora               |
| Viernes<br>19:15-19:20 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿ Por qué es importante conocer y difundir información sobre identidad cultural?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> <li>• Discusión guiada.</li> </ul> | Computadora<br>Proyector                          |
| Viernes<br>19:20-19:25 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conclusión sobre identidad cultural</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>   | Computadora<br>Proyector                          |
| Viernes<br>19:25-19:30 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul>                              | Textos<br>Marcadores<br>Computadora               |

#### **Tema 4: ¿Qué es periodismo cultural?**

#### **Tabla 10.- ¿Qué es periodismo cultural?**

**OBJETIVO GENERAL:** Conocer que es el periodismo cultural y cuáles son sus funciones y como aplicarlo en los medios de comunicación digitales.

| <b>Día 2<br/>Horario</b> | <b>Contenidos<br/>Temas</b>   | <b>Estrategias de<br/>enseñanza y<br/>aprendizaje</b>   | <b>Materiales</b>                            |
|--------------------------|---|---|--|
| Sábado<br>17:00-17:10    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que es el periodismo.</li> <li>• Quienes ejercen periodismo.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> <li>• Proyección de temas.</li> </ul>                 | Computadora<br>Proyector                     |
| Sábado<br>17:10-17:15    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que es el periodismo cultural.</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>   | Textos<br>Marcadores<br>Computadora<br>Hojas |
| Sábado<br>17:15-17:20    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quien puede emitir un periodismo cultural.</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>   | Trípticos<br>Computadora<br>Proyector        |
| Sábado<br>17:20-17:25    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación del periodismo cultural</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyección de temas.</li> </ul>  | Computadora<br>Proyector                     |
| Sábado<br>17:25-17:30    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del periodismo cultura</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>   | Textos<br>Marcadores<br>Computadora          |
| Sábado<br>17:30-17:40    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretación del Art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> <li>• Exposición oral.</li> </ul>                   | Computadora<br>Proyector                     |
| Sábado<br>17:40-17:45    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe periodismo cultural en el cantón Quevedo.</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> <li>• Discusión guiada.</li> </ul> | Computadora<br>Proyector                     |

|                        |   |  |                                     |
|------------------------|---|--|-------------------------------------|
| Sábado<br>17:45 -17:50 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aportes del periodismo cultural</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>                  | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>17:50-18:00  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul> | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |

### **Tema 5: Redes sociales como medio de comunicación.**

**Tabla 11.-**Redes sociales como medio de comunicación.

| <b>OBJETIVO GENERAL:</b> Explicar que son las redes sociales y como trabajan con los medios de comunicación. |  |   |                                     |
|--|--|---|-------------------------------------|
| <b>Día 2<br/>Horario</b>   | <b>Contenidos<br/>Temas y subtemas</b>   | <b>Estrategias de<br/>enseñanza y<br/>aprendizaje</b>   | <b>Materiales</b>                   |
| Sábado<br>18:00-18:05  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que son las redes sociales.</li> <li>• Que son los medios de comunicación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> <li>• Proyección de temas.</li> </ul> | Computadora<br>Proyector<br>Videos  |
| Sábado<br>18:05-18:10  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de comunicación tradicionales.</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>                                 | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |
| Sábado<br>18:10-17:15  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales como medio de comunicación.</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>                               | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |
| Sábado<br>18:15-18:20  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características de las redes sociales.</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyección de temas.</li> </ul>                            | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>18:20-18:25  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia de las redes sociales.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>                                 | Computadora<br>Proyector            |

|                       |   |   |                                     |
|-----------------------|---|---|-------------------------------------|
| Sábado<br>18:25-18:30 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De qué manera influyen las redes sociales a los comunicadores sociales.</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> <li>• Exposición oral.</li> </ul>                   | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |
| Sábado<br>18:30-18:35 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Los medios de comunicación social en las redes sociales impactan en la sociedad?</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul>                              | Computadora<br>Proyector<br>Videos  |
| Sábado<br>18:35-18:40 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Se considera que los profesionales de comunicación hacen buen uso de las redes sociales?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>   | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>18:45-18:50 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventajas y desventajas del periodismo al momento de utilizar las redes sociales.</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> <li>• Discusión guiada.</li> </ul> | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>18:50-18:55 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Como atraen los medios de comunicación digital en las redes sociales a su audiencia.</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes</li> </ul>                               | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>18:50-18:55 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las redes sociales como medio de comunicación han</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>   | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |

|                       |  |  |                                     |
|-----------------------|--|--|-------------------------------------|
|                       | sustituido a los medios tradicionales.                     |  |                                     |
| Sábado<br>18:55-19:00 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul> | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |

### **Tema 6: Medios de comunicación digitales de Quevedo.**

**Tabla 12.-**Medios de comunicación digital de Quevedo.

| <b>OBJETIVO GENERAL:</b> Definir como aportan los medios de comunicación digitales del canto Quevedo. |   |  |                                     |
|---|---|--|-------------------------------------|
| <b>Día 2<br/>Horario</b>  | <b>Contenidos<br/>Temas y subtemas</b>  | <b>Estrategias de<br/>enseñanza y<br/>aprendizaje</b>                    | <b>Materiales</b>                   |
| Sábado<br>19:00-19:05   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De qué manera aporta en el ámbito cultural los medios de comunicación digital del cantón Quevedo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>      | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |
| Sábado<br>19:05-19:10   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuáles son los interés de los medios de comunicación digitales del cantón Quevedo.</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>    | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>19:10-19:15   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuáles son las cualidades que debe de tener un</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyección de temas.</li> </ul> | Textos<br>Marcadores                |



|                       |  |   |                                     |
|-----------------------|--|---|-------------------------------------|
|                       | profesional de comunicación para ejercer la profesión.   |   | Computadora                         |
| Sábado<br>19:15-19:20 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿ Existe crisis de identidad cultural en la ciudadanía del cantón Quevedo?.</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición oral</li> </ul>                               | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>19:20-19:25 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué se debe de tener claro al momento de difundir contenido cultural en un medio de comunicación digital?</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> <li>• Exposición oral.</li> </ul> | Marcadores<br>Computadora           |
| Sábado<br>19:25-19:30 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo medio de comunicación digital del cantón Quevedo creen ustedes que están aportando contenido cultural?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discusión guiada.</li> </ul>                             | Computadora<br>Proyector            |
| Sábado<br>19:30-19:35 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierre</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervención de los participantes.</li> </ul>            | Textos<br>Marcadores<br>Computadora |

## DESARROLLO DE LOS TEMAS

### Tema 1: Medios de comunicación digital.

Tabla 13.- Desarrollo del tema 1.

|   |   |
|---|---|
| <b>Bienvenida</b>   | La bienvenida estará a cargo del facilitador que emitirá el taller a los profesionales.   |
| <b>Introducción</b>   | <p>Se dará una breve introducción sobre los temas a tratar en el taller.</p> <p>Los medios de comunicación digitales han cautivado a toda la población y por ende son unos de los medios más visualizados, es por ello que se debe de tener en claro como manejarlos y que información es de relevancia a la hora de compartirla con sus seguidores.</p>                    |
| <b>Presentación</b>   | Luego de que el responsable del taller haya expresado su bienvenida y su pequeña introducción, se dará paso a la presentación de cada uno de los participantes que asistirán al taller.   |
| <b>Que son los medios de comunicación digitales.</b>            | Los medios de comunicación digitales aparecieron con la llegada de la nueva era digital y desde ese momento han tenido gran acogida por parte de la humanidad, son todos aquellos medios que se los puede visualizar a través del internet y por medio de esta red transmiten su información o noticias que ellos crean necesario difundir para la sociedad que los visita. |
| <b>Quienes laboran en los medios de comunicación digitales.</b> | Se dice que en un medio de comunicación digital deberían de trabajar profesionales en periodismo personas que han estudiado y se han esforzado por obtener su título universitario; pero sin embargo se puede visualizar que en la actualidad cualquier persona empírica en la rama que emite información y crean sus   |

|   |  |
|---|--|
|   | páginas de comunicación digital para compartir información.  |
| <b>Cuáles son los diferentes medios de comunicación digitales</b> | Entre los diferentes medios de comunicación digital podemos encontrar varios como: la televisión digital, la radio digital, el cine digital, los blogs y las redes sociales que en la actualidad son unas de las más visitadas.  |
| <b>Ventajas de los medios de comunicación digitales</b>           | <p>Son varias las ventajas que poseen los medios de comunicación digitales entre esas tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Ayudan a que las personas se mantengan informadas de los sucesos y noticias de una manera más rápida.</li> <li>*El acceso a la información publicada en los medios de comunicación digital es fácil.</li> <li>*Interactúan con sus seguidores de manera instantánea.</li> </ul> |
| <b>Desventajas de los medios de comunicación digitales</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Copia de la información compartida sin autorización.</li> <li>*Emisión de noticias no verificadas; esto puede ocasionar la distorsión de una mala información.</li> <li>*Fuentes no verificadas.</li> <li>*Las noticias emitidas por estos medios no suele vistas por todos ya que no todas las personas poseen un aparato electrónico para visualizar lo publicado.</li> </ul>   |

## **Tema 2: Cultura.**

**Tabla 14.-** Desarrollo del tema 2.

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Concepto de cultura.</b> | <p>Cuando se habla de cultura se hace referencia a todas las costumbres, valores, creencias y habilidades que posee cada individuo que forma parte de una sociedad; cada persona adquiere diferente cultura. La cultura esta relacionado con todo lo que el ser humano realiza como por ejemplo las fiesta, la forma de pensar de cada uno de nosotros, su vestimenta, las modas, la política entre otras. Todo esto es cultura ya que son creados por el hombre. Es por ello que es de suma importancia que sociedad no pierda el</p> |
|-----------------------------|--|

|   |  |
|---|--|
|   | <p>interés cultural es por ello que los medios de comunicación deben de fomentar cultura ya que con la aparición de la tecnología se están olvidando todos estos buenos hábitos.</p> <p>Existen varios conceptos de cultura según algunas ciencias como para la filosofía la cultura se basa en la creación de ideas del hombre que da una transformación a su entorno.</p>  |
| <p><b>Ampliación de la palabra cultura.</b></p> | <p>La palabra cultura es amplia puesto que la cultura se la puede denotar en forma individual y social. Cuando hablamos de cultura individual nos referimos a los gustos propios de una persona, los valores la forma de ser, todo esto distingue un individuo de otro.</p> <p>En lo social se refiere al medio social en el que se involucra las creencia y costumbres creadas por el ser humano y todo lo relación con lo que practica la sociedad entera</p>                                  |
| <p><b>Que considera la cultura</b></p>          | <p>La cultura no es una ciencia o una disciplina, este concepto es estudiado por varios campos para ver de que manera impacta a la sociedad, es por ello la importancia cultural en las personas.</p> <p>Como se ha mencionado anteriormente la cultura se centra en las costumbres, valores y creencias que diferencia un grupo social de otro.</p>   |
| <p><b>Elementos de la cultura</b></p>           | <p>Los elementos culturales son todas las expresiones que diferencia una sociedad, su comportamiento o forma de ser, todo esto incluye lo antes anteriormente mencionado, pero todos esto va cambiando a medida que se va evolucionando y esto se ha podido visualiza aún más con la llegada de las nuevas tecnologías.</p> <p>Entre los elementos culturales encontramos:</p> <p>La religión.</p> <p>La lengua.</p> <p>Su vestimenta.</p> <p>Sus creencias.</p> <p>Rituales.</p> <p>Música.</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>Comida.</p> <p>Juegos.</p> <p>Artesanía.</p>   |
| <b>Aspectos individuales de la cultura.</b> | <p>Los aspectos de la cultura no son solo lo individual también abarca en el aspecto social.</p> <p>Las personas poseen aspectos individuales individuales, es decir estos aspectos son propios de ellos, sus valores, su forma de ver la vida, sus gustos, su manera de pensar, pero sin embargo algunos de estos aspectos van cambiando a medida que pasa el tiempo.</p> <p>Todos estos aspectos culturales del ser humano lo adquiere a través de la sociedad con la que se involucra y esta forma va creando aspectos culturales propios.</p> |
| <b>Clasificación de la cultura.</b>         | <p>Debido a que la cultura tiene diferentes conceptos hay varias clasificaciones de ella.</p> <p>Una de las clasificaciones en las cuales se derivan son la: tónica, simbólica, mental y estructural.</p> <p>Por otra parte también se la puede clasificar por medio de su extensión es decir en:</p> <p>Particular</p> <p>Universal</p> <p>Total</p> <p>Así mismo con su desarrollo esta se clasifica en:</p> <p>Primitiva</p> <p>Alfabeta</p> <p>Civilizada</p>   |
| <b>Identidad Cultural.</b>                  | <p>La identidad cultural viene apoderándose del ser humano desde hace ya millones de años se basa en todas las creencias y vivencias propias que hablan de una persona en particular, estas particularidades suelen ser fijas y no cambiantes.</p> <p>La identidad transmite a los individuos que integran un grupo</p>   |

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | <p>social el sentido de pertenencia y procedencia, pero también de diferencia. El sentimiento de pertenencia a un grupo, un pueblo o una sociedad, que emana de la conciencia de la identidad, surge no solo del reconocimiento de la semejanza, sino también, y al mismo tiempo, de la toma de contacto con lo extraño y lo diferente. La identidad se cimenta en la constatación de analogías y coincidencias, e, igualmente, en la conciencia de la desemejanza. Los miembros de una comunidad se identifican entre sí gracias a su similitud cultural y los valores que sostienen los componentes de otros grupos o colectivos (...) (Maldonado, 2009)</p> |
| <b>Cultura Quevedeña.</b> | <p>Identidad cultural Quevedeña comprende todo aquello como costumbres, tradiciones, arte, creencias, música con identidad propia de artistas de Quevedo, los relatos del pueblo montubio que en la actualidad muchos desconocen por la escasa información visualizada acerca de estos temas.</p>  |

### **Tema 3: Identidad Cultural.**

**Tabla 15.-** Desarrollo del tema 3.

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>¿Qué es identidad cultural?</b> | <p>Por su propia naturaleza el ser humano aparece predispuesto a vivir en sociedad. Los seres humanos no son individuos autosuficientes; más bien se encuentran inmersos en un amplio cúmulo de relaciones y conexiones con otros seres humanos, sin las cuales no podrían sobrevivir. Cada ser individual se vincula a un “nosotros”, del que obtiene unos fundamentos imprescindibles de su propia personalidad e identidad (...) (Maldonado, 2009)</p> <p>La sociedad y la cultura son condiciones indispensables de la vida huma. La existencia huma, tal como la conocemos hoy en día, sólo es imaginable en el marco de una cultura y de una sociedad. Sobre la base de esos dos pilares el ser humano</p> |
|------------------------------------|--|

|   |  |
|---|--|
|   | <p>construye su identidad, sea ésta individual, personal o colectiva (...) (Maldonado, 2009)</p>   |
| <p><b>Construcción de identidad.</b></p>                                  | <p>La construcción de identidad se lo realiza mediante las experiencias vividas de cada una de las personas y con el pasar del tiempo cada uno de nosotros va construyendo su propia identidad, que es lo que ayudara a identificarnos todos estos temas relacionados con la identidad cultural van ligados en común ya que tienen como propósito no perder el interés cultural en las personas.</p> <p>Para poder construir una identidad propia se debe de tener en claro cuáles son sus fortalezas y propias de la persona y así mismo tener en cuenta la valoración ya que todo estos van sujeto a la autoestima que el individuo posee.</p> |
| <p><b>¿Existe identidad cultural en el país?</b></p>                      | <p>Todo país posee identidad cultural propia de se basan en todo aquello que conforman las costumbre y tradicionales que lo identifica por ende Ecuador adquiere de identidad cultural propia que muchos aun desconocen por uno u otro motivo. Ecuador tiene de cuatro regiones y en cada una de ellas existen diferentes culturas que como ciudadanos debemos de conocer.</p>   |
| <p><b>¿Por qué los jóvenes están perdiendo identidad cultural?</b></p>    | <p>A medida que el mundo ha ido evolucionando han legado las nuevas tecnologías y con ello la curiosidad de conocer cosas nuevas debido que la era digital persuade a la juventud y en su mayoría los centra en los video juegos y videos innecesarios que no aportan temas positivos a la sociedad. Es por ello que la mayoría de los adolescentes no tienen interés en temas culturales ancestrales relevantes que les ayudaran al desarrollo humano para formarse como futuros profesionales.</p>   |
| <p><b>¿Por qué es importante conocer y difundir información sobre</b></p> | <p>La difusión de información de temas culturales es de suma importancia por lo que los seres humanos deben estar informados sobre su cultura que es lo que los identifica en una sociedad así</p>   |

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>identidad cultural?</b> | mismo cuando se emite contenido cultural se da conocer la diferencia de culturas que un país puede tener con otro y que la sociedad no adquiriera términos que no son propios de ellos y puedan seguir conservando su cultura. |
|----------------------------|--|

#### **Tema 4: ¿Qué es periodismo cultural?**

**Tabla 16.-** Desarrollo del tema 4.

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>¿Qué es periodismo?</b>         | El periodismo ciudadano como fenómeno organizado, se está desarrollando especialmente en Reino Unido, aunque en todo el mundo aparecen cada vez mas experiencias similares. En España, la web periodismociudadano.com ha llevado la iniciativa de otorgar a la ciudadanía los medios para difundir sus mensajes. Aunque sus creadores declaran que los ciudadanos deben tomar posición activa para controlar (y en su caso contrarrestar) el efecto de los medios de comunicación convencionales, todos son periodistas o tienen relación con el periodismo profesional. Animam a la participación colectiva, a tomar conciencia del potencial ciudadano, y a ejercer como periodistas ciudadanos organizados (...) (Suárez Serrano, 2017) |
| <b>Quienes ejercen periodismo.</b> | Probablemente el periodismo ciudadano, no profesional, ha contado tantas noticias relevantes en los últimos conflictos armados como los reporteros mas experimentados. En ocasiones el improvisado informador estaba en el lugar por pura coincidencia y se convirtió en testigo excepcional fruto del azar; pero en muchas otras acudió voluntariamente en busca de la noticia y logró difundirla incluso anticipándose a las grandes empresas de comunicación. En un caso o en otro, alguna de las imágenes más destacadas de este siglo ha sido captadas por ciudadanos anónimos con sus teléfonos móviles, cámaras de vídeo o fotografía, para difundirlas por internet y luego a través de los  |



|   |   |
|---|---|
|   | principales medios de comunicación, que no dudan en publicarlas conscientes de su valor periodístico (...) (Suárez Serrano, 2017)   |
| <b>Que es el periodismo cultural.</b>             | <p>Existen muchas teorías sobre la cultura e incontables definiciones de periodismo, y sobre todas ellas podríamos discutir durante años. No vamos a hacerlo. En cambio, la bibliografía sobre periodismo cultural resulta en general bastante escasa. Aquí vamos a proponer una breve introducción histórica a la disciplina. Para ello primero nos vemos obligados a definirla. (Vila-Sanjuán, 2015)</p> <p>Entendemos de forma pragmática por periodismo cultural el que se ocupa de difundir las actividades habitualmente consideradas culturales: literatura, pensamientos, artes plásticas, arquitectura, teatro, música, danza, cine, televisión (...) (Vila-Sanjuán, 2015)</p> <p>(...); El periodismo cultural es una puerta excelente para entrar a conocer una ciudad y percibir su forma de ver el mundo. Siempre, claro, que quien nos abra esa puerta sea un caminador dotado de una cultura tan grande como su curiosidad. (Vila-Sanjuán, 2015)</p> |
| <b>Quien puede emitir un periodismo cultural.</b> | El periodismo cultural lo puede ejercer todo aquel que se ha inclinado por la profesión de ser un periodista y quiera difundir en sus medios temas de cultura que serán temas que aportaran de manera positiva a la sociedad, pero también hoy en día se puede visualizar a varios comunicadores empíricos, es decir que no poseen un título profesional pero que trabajan en un medio de comunicación y ejercen un periodismo cultural.  |
| <b>Temas relacionados con periodismo cultural</b> | El periodismo cultural es amplio y depende de cada periodismo el tema que desea emitir en su programación siempre y cuando este dentro de las temáticas culturales, entre unos de los temas podemos encontrar:  |

|  |  |
|--|--|
|  | Arte, literatura, cine, teatro, música, valores, moda, costumbres de determinados lugares, historia de pueblos etc.  |
| <b>Características del periodismo cultura</b>                        | <p>Una de las características del periodismo cultural es que el periodista debe de emitir temas que aporten de manera positiva a la sociedad y a su vez tratar de persuadir a las personas para que aumenten el interés sobre dichos temas.</p> <p>El periodista debe de saber que sus contenidos serán visualizados por otras profesionales en la rama por lo cual debe de difundir criterios propios fundamental y profundamente argumentados.</p> |
| <b>Interpretación del Art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación</b> | En este tema tendremos la ayuda de la Ley Orgánica de Comunicación para trabajar mas a fondo el articulo 36 analizarlo e interpretador y darnos cuenta sobre lo que dicho documento pide los medios de comunicación.   |
| <b>Existe periodismo cultural en el cantón Quevedo.</b>              | En la actualidad en el cantón Quevedo se visualiza escasas de temas o periodismo cultural, especialmente en los medios de comunicación digitales, es por ello es de gran importancia tener conocimientos sobre temas y periodismo cultural.  |
| <b>Aportes del periodismo cultural.</b>                              | Los aportes que realiza un periodismo cultural en la sociedad son de aspectos positivos ya que la humanidad en general tendrá más conocimientos sobre aquello y los jóvenes como futuros profesionales podrán adquirir saberes importantes relacionados con la cultura en general.   |

### **Tema 5: Redes sociales como medio de comunicación.**

**Tabla 17.-** Desarrollo del tema 5.

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| <b>Que son las redes sociales.</b> | Las redes sociales son pagina web que permite a la humanidad comunicarse de una manera rápida e instantánea incluso con personas de otras partes del mundo, para crear una red social solo se necesita de ingresar al tipo de red social que se pretende tener y |
|------------------------------------|--|

|   |   |
|---|---|
|   | constar una serie de preguntas que se requiere para formar parte de dicha comunidad.  |
| <b>Que son los medios de comunicación.</b>        | Los medios de comunicación son todo aquello donde las personas se pueden comunicar los unos a los otros, compartir una idea, emitir una noticia y a su vez todas estas ideas pueden ser retransmitidas a la sociedad.   |
| <b>Medios de comunicación tradicionales.</b>      | Los medios de comunicación tradicionales son esos que desde hace ya mucho tiempo han permitido mantener a la comunidad informada como son:<br>La radio<br>La televisión<br>El periódico   |
| <b>Redes sociales como medio de comunicación.</b> | En la actualidad las redes sociales son las más visitadas, por lo que en su gran mayoría ha optado por llevar sus noticias hasta este medio ya que así pueden dar a conocer mas su medio de comunicación y obtener mas seguidores que se interesen por su trabajo.  |
| <b>Características de las redes sociales.</b>     | Las redes sociales han cautivado a la sociedad y entre las características que pueden poseer es que el mundo se puede comunicar de una forma más rápida dejando a tras las formas antiguas de comunicarse como lo son las cartas, fax o el telégrafo.<br>Por medio de las redes sociales las personas pueden interactuar los unos con otros de manera instantánea.<br>Su conectividad es facial y rápida, basta tan solo con tener un aparato electrónico poseer de internet y listo. |
| <b>Importancia de las redes sociales.</b>         | Con la llegada de las redes sociales se ha podido visualizar que la forma de comunicarse de las personas son las redes sociales, pero si nos ponemos a pensar antes de su llegada estas no eran indispensables e importantes y con esto nos podemos dar cuenta una vez mas que los seres humanos somos adaptables a cualquier cambio y entre más novedosos sean estos cambios más   |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>posesionados estarán en las personas. Hoy en días una de la red social mas utilizada es Facebook.</p>   |
| <p><b>De qué manera influyen las redes sociales a los comunicadores sociales.</b></p>                   | <p>Las redes sociales como medios de comunicación ha influenciado de varias maneras a los periodistas tanto como positivas y negativas.</p> <p>Una de las formas positivas es que ellos pueden hacer que su información se disperse por todo el mundo y a su vez interactúen de una forma cercana con sus seguidores.</p> <p>Por otra parte, se pueden visualizar aspectos negativos tales como cuando un periodista visualiza información compartida en una red social, pero sin verificar fuente y éste lo comparte sin saber en ocasiones si dicha información es verídica.</p> |
| <p><b>¿Los medios de comunicación social en las redes sociales impactan en la sociedad?</b></p>         | <p>Los medios de comunicación social en las redes sociales aportan contenidos noticiosos que hace la comunidad los siga e se interesen por ello y estos de una u otra forma están impactando a la sociedad emitiendo información que ayuda a las personas a mantenerse informados, pero a su vez se requiere que toda esta información impacte a la sociedad solo de forma positiva.</p>   |
| <p><b>¿Se considera que los profesionales de comunicación hacen buen uso de las redes sociales?</b></p> | <p>Saber si todos los profesionales que laboran en los medios de comunicación y estos lo hacen por medio de las redes sociales hacen buen uso de aquello será un poco complicado de saber puesto que no todos los periodistas utilizan una red social como medio de comunicación ni como fuente de información, pero sin embargo se ha podido visualizar algunos comunicadores que comparten información en su medio de comunicación digital en la red social no verificada y en ocasiones adulterada.</p>   |
| <p><b>Ventajas y desventajas del periodismo al momento de utilizar las redes sociales.</b></p>          | <p>Son varias las ventajas y desventajas que tiene el periodismo al momento de emitir información por las redes sociales entre una de las ventajas se puede mencionar que se puede visualizar información y noticias de todas las partes del mundo basta solo con seguir a un medio de comunicación digital de otro país para</p>  |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>estar enterados lo que se acontece en esa parte del universo.</p> <p>Por otro lado, podemos mencionar una de las desventajas que un periodista puede tener al ser uso de las redes sociales es valerse de información encontrada en dicha red social y compartirla sin ser comprobada.</p>   |
| <b>Como atraen los medios de comunicación digital en las redes sociales a su audiencia.</b>     | Una de las formas de los medios de comunicación digitales que operan en las redes sociales para atraer audiencia es la innovación de su página digital, creación de contenidos novedosos y publicación de información verídica.   |
| <b>Las redes sociales como medio de comunicación han sustituido a los medios tradicionales.</b> | Las redes sociales llegaron al mundo a posesionarse de una manera gigantesca y es por ello que varios medios de comunicación han optado por llevar su contenido hasta las redes sociales debido a que son las mas visitadas por las personas, sin embargo, los medios de comunicación tradicionales no han sido sustituidos por estos ya que la televisión, radio y prensa son medios que están impregnados en la sociedad. |

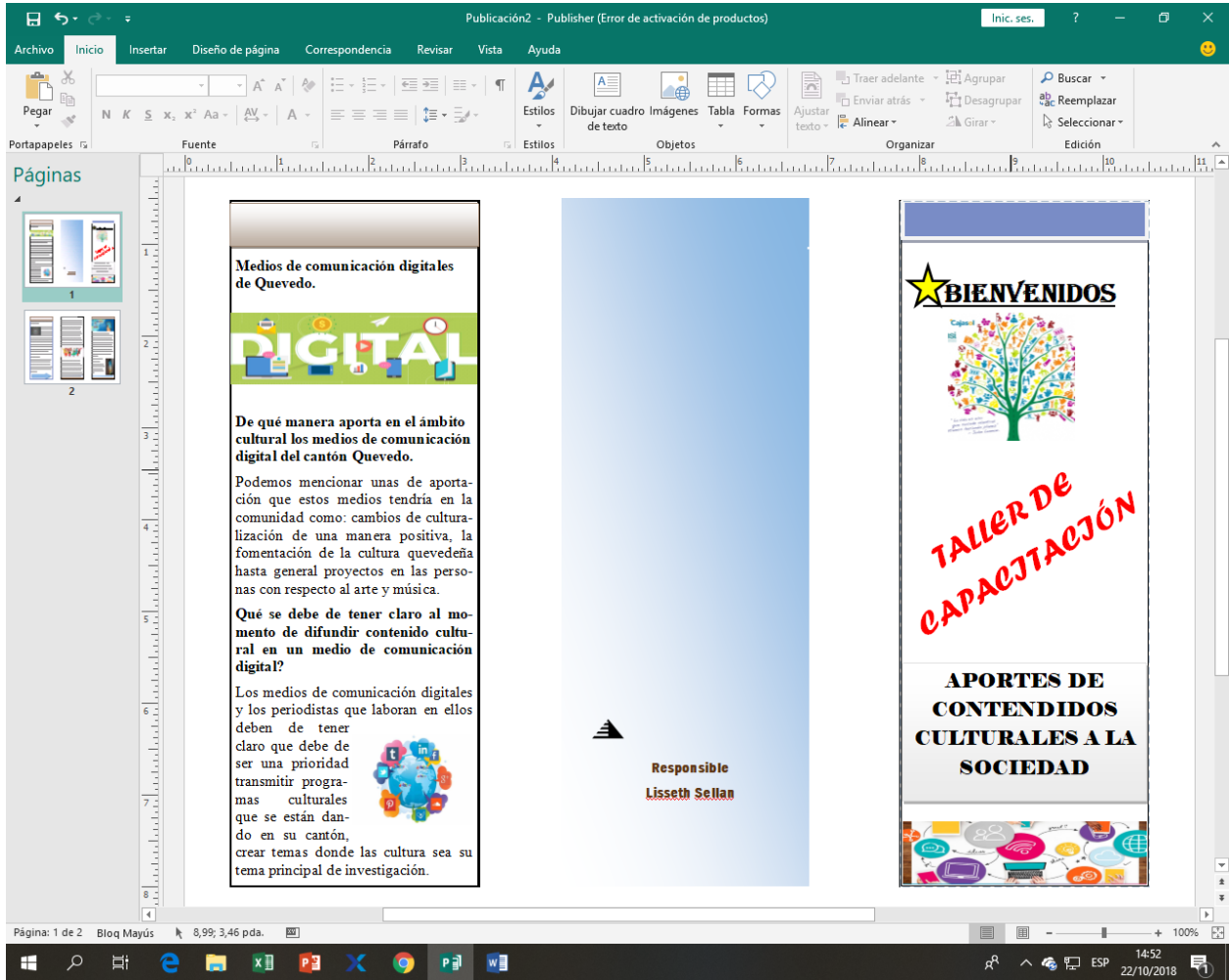
## **Tema 6: Medios de comunicación digitales de Quevedo.**

**Tabla 18.-** Desarrollo del tema 6.

|  |   |
|--|---|
| <b>De qué manera aporta en el ámbito cultural los medios de comunicación digital del cantón Quevedo.</b> | En los medios de comunicación digital del cantón Quevedo no se ha podido visualizar con gran magnitud temas con contenido cultural lo cual no permite aportaciones culturales a la sociedad , pero sin embargo podemos mencionar unas de aportación que estos medios tendría en la comunidad como: cambios de culturalización de una manera positiva, la fomentación de la cultura quevedeña hasta general proyectos en las personas con respecto al arte y música. |
| <b>Cuáles son los intereses de los medios de comunicación digitales</b>                                  | La mayoría de los medios de comunicación digital del cantón Quevedo tiene como prioridad aumentar la cantidad de seguidores darse a conocer y crecer como profesionales adquirir ingresos   |

|   |  |
|---|--|
| <b>del cantón Quevedo.</b>  | económicos y a su vez aportar de manera positiva a la sociedad.  |
| <b>Cuáles son las cualidades que debe de tener un profesional de comunicación para ejercer la profesión.</b>        | <p>Todo periodista que ejerce su profesión debe ser investigativo.</p> <p>Poseer sentido crítico.</p> <p>Ética.</p> <p>Ser audaz.</p> <p>Ser analítico.</p> <p>Tener un lenguaje apropiado.</p> <p>Tener actitudes y sin miedo realizar preguntas sobre alguna información que necesite saber.</p>   |
| <b>¿ Existe crisis de identidad cultural en la ciudadanía del cantón Quevedo?.</b>                                  | <p>Con la llegada de los nuevos aparatos electrónicos y el internet la sociedad ha tenido grandes cambios y con ello se ha ido perdiendo identidad cultural propia ya que todo lo novedoso se ha apoderado de nosotros dejando a un lado el interés por nuestra cultura y en ocasiones adquiriendo comportamientos ajenos a nuestra identidad cultural.</p>                          |
| <b>¿Qué se debe de tener claro al momento de difundir contenido cultural en un medio de comunicación digital?</b>   | <p>Los medios de comunicación digitales y los periodistas que laboran en ellos deben de tener claro que debe de ser una prioridad transmitir programas culturales que se están dando en su cantón, crear temas donde las cultura sea su tema principal de investigación, y así mismo darle la atención y la importancia necesario a la cultura de nuestro país</p>                   |
| <b>¿Cómo medio de comunicación digital del cantón Quevedo creen ustedes que están aportando contenido cultural?</b> | <p>En este punto nos centraremos en preguntales a nuestros participantes del taller cuales son sus ideas personales con respecto al contenido cultura y al periodismo cultura, si éste es o no importante e indicándoles los resultados obtenidos por las encuestas realizadas si ellos como medio de comunicación digital están aportando con contenido cultural a la sociedad.</p> |

Ilustración 1.- Modelo del tríptico, parte frontal.



## Ilustración 2.-Modelo del tríptico, parte posterior.

**Que son los medios de comunicación digitales.**

Los medios de comunicación digitales aparecieron con la llegada de la nueva era digital y desde ese momento han tenido gran acogida por parte de la humanidad, son todos aquellos medios que se los puede visualizar a través del internet y por medio de esta red transmiten su información o noticias que ellos crean necesario difundir para la sociedad que los visita.


**Ventajas de los medios de comunicación digitales.**

\*Ayudan a que las personas se mantengan informadas de los sucesos y noticias de una manera más rápida.

\*El acceso a la información publicada en los medios de comunicación digital es fácil.

**¿Qué es identidad cultural?**

Por su propia naturaleza el ser humano aparece predispuesto a vivir en sociedad. Los seres humanos no son individuos autosuficientes; más bien se encuentran inmersos en un amplio cúmulo de relaciones y conexiones con otros seres humanos, sin las cuales no podrían sobrevivir. Cada ser individual se vincula a un "nosotros", del que obtiene unos fundamentos imprescindibles de su propia personalidad e identidad (...) (Maldonado, 2009)



**¿Que es el periodismo cultural?.**


(...); El periodismo cultural es una puerta excelente para entrar a conocer una ciudad y percibir su forma de ver el mundo. Siempre, claro, que quien nos abra esa puerta sea un caminador dotado de una cultura tan grande como su curiosidad. (Vila-Sanjuán, 2015)

**¿Qué son las redes sociales?.**

Las redes sociales son pagina web que permite a la humanidad comunicarse de una manera rápida e instantánea incluso con personas de otras partes del mundo, para crear una red social solo se necesita de ingresar al tipo de red social que se pretende tener y constar una serie de preguntas que se requiere para formar parte de dicha comunidad.

**Importancia de las redes sociales.**

**Como atraen los medios de comunicación digital en las redes sociales a su audiencia.**





#### **4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.**

Una vez terminada la investigación se llegó a la conclusión que la propuesta que se planteó resulto factible para los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec para que ellos tengan conocimientos sobre un periodismo cultural y la importancia de transmitir contenido cultural en su medio digital y como estos impactarán de manera positiva a la sociedad.

Que los periodistas que trabajan en el medio digital Aldia.com.ec tengan los conocimientos necesario sobre un periodismo cultural es importante puesto que ello podrán difundir de una manera más fácil todo lo relacionado con temas culturales ya que su medio es una de los más visitados en la actualidad por ende podrán revivir el interés de la ciudadanía sobre su cultura y tener un gran impacto en ellos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Aladro, E., & Padilla, G. (2015). Aplicaciones actuales de la comunicación e interacción digitales. Madrid: ACCI.
- Arroyo, R., Olivetti, M., Beard, R., Balpinar, Z., & Silva, J. (2009). Desarrollo intercultural de la composición escrita. *Revista educación inclusiva*, 2(1), 103-121.
- Ballesta, J. (2012). Medios de comunicación para una sociedad global. España: Universidad de Murcia.
- Barrio, J. (2017). La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Bengoa, J. (2018). La comunidad perdida: Identidad y cultura: desafíos de la modernización en Chile. Santiago de Chile: Catalonia.
- Bruguera, E. (2007). Los blogs. Barcelona: UOC.
- Bueno, G. (2016). El mito de la cultura. Oviedo: Pentalfa.
- Cabrera, M. (2010). Evolución tecnológica y cibermedios. España: Comunicacion Social.
- Camaton, A. d. (2018). Análisis del periodismo digital y su influencia comunicacional, en los estudiantes del sexto semestre de la facultad de comunicación social, de la Universidad de Guayaquil, año 2018. Guayaquil: UG.
- Carrasco, J. (2010). CINE Y Y TELEVISION DIGITAL Manual Técnico. Barcelona : Universitat de Barcelona .
- Carvajal, A. (2007). DESARROLLO Y CULTURA Elementos para la reflexión y la acción. Santiago de Cali: Facultad de Humanidades Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano.
- Chaparro, H., & Guzmán, C. (2016). Jóvenes y consumo cultural. Una aproximación de los aportes mediáticos a preferencias juveniles. *Anagramas-Universidad de Medellín*, 15(30), 121-142.

- Coronel-Salas, G. (2012). Anuario de las Empresas de Comunicación del Ecuador. Loja: ISBN.
- Crovi Druetta, D. (2016). Redes sociales digitales: lugar de encuentro, expresión y organización para los jóvenes. Mexico: La Biblioteca, S.A de C.V.
- Escalera, I. (2014). Las instituciones educativas y su cultura. Madrid: Narcea S.A.
- Fanfani, E. T. (2018). Culturas juveniles y cultura escolar. Revista Colombiana de Educación(40-41), S/N.
- García Avilés, J. A. (2018). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. S/N: S/N.
- García, A., & Rupérez, P. (2007). Aproximaciones al periodismo digital. Madrid: DYKINSON.
- Giménez, G. (2015). Identidades en Globalización. Espiral Estudios sobre Estado y Sociedad, 7(19), 27-47.
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M., & Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. Signo y pensamiento, XXIX(57), 268-265.
- López, R., Fernández, F., & Vilar, F. (2003). RADIO Y TELEVISIÓN EN EL ÁMBITO LOCAL. España: UNIVERSITAT JAUME- I.
- Maldonado, M. (2009). Literatura e identidad cultural. Berlin: Peter Lang SA.
- Marta-Lazo, C., & Gabelas Barroso, J. (2016). Comunicación digital: Un modelo basado en el Factor R-relacional. S/N: UOC.
- Martínez, M., & Sierra, F. (2012). Comunicación y Desarrollo. Barcelona: Gedisa, S.A.
- Marzal, J., & Casero, A. (2007). El desarrollo de la televisión digital en España. España: Gesbiblo, S. L.
- Masip, P. (2015). Medios de comunicación digitales en 2014: un balance alternativo. Barcelona: Anuario ThinkEPI, 1, 149-148.

- Medina, E., López, N., Tapia, A., & Gomez, P. (2015). La televisión digital terrestre, protagonista del panorama audiovisual en España. S/N: Comunicación y sociedad, (6), 105-29.
- Organización de Naciones, U. (2010). Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural. París: UNESCO.
- Pérez-Ugena, Á., & Utray Delgado, C. (2005). TV DIGITAL E INTEGRACIÓN ¿TV PARA TODOS? Madrid: DYKINSON, S.I. .
- Punín, M. I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Comunicar*, 21(42),199-2017.
- Quevedo, Universidad Técnica de Babahoyo Extensión. (13 de abril de 2017). Universidad Técnica de Babahoyo Impulsando el Talento Humano. Obtenido de Universidad Técnica de Babahoyo Impulsando el Talento Humano: <http://extensionquevedo.utb.edu.ec/content-12>
- Quiles, A., & Monreal, I. (2018). Producción de cine Digital. S/N: Robinbook.
- RISSOAN, R. (2016). Redes sociales Comprender y dominar estas nuevas herramientas de comunicación. Barcelona: Andrea García Vega .
- Rivera Costales, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*(122), 112-117.
- Rodríguez, L. (2015). Periodismo cultural, un campo desafiante. *Nova et Vetera*, 1(02), S/N.
- Rojas, O., Alonso, J., Antúnez, J., Orihuela, J., & Varela, J. (2006). Blogs La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas, políticos y ciudadanos. Madrid: ESIC.
- Rojo, P. (2005). Prensa y Sociedad de la Información (I) Convergencia y Diversificación de los Medios Impresos en la Nueva era Digital. Madrid: VISION NET.
- Romero, R. (2005). ¿Cultura y Desarrollo?¿Cultura y Desarrollo? Propuesta para un debate abierto. Lima: Cuadernos PNUD.

- Salaverría, R. (2015). Ideas para renovar la investigación. El profesional de la investigación . España: 24(3), 223.
- Sotelo, F. S. (2015). El concepto de cultura y los cambios culturales. Sociología México, 6(17), S/N.
- Suárez Serrano, C. (2017). PERIODISMO Y DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO: Un análisis para el siglo 21. Madrid: DYKYNSON, S.L.
- Vila-Sanjuán, S. (2015). Una crónica del periodismo cultural. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Yunquera Nieto, J. (2016). Revistas y diarios digitales en España: Historia de una evolución. Barcelona: UOC.

**ANEXOS**



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



**MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.**

**TEMA:** MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL ALDIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO.

| <b>PROBLEMA GENERAL</b>  | <b>OBJETIVO GENERAL</b>   | <b>HIPOTESIS GENERAL</b>  | <b>VARIABLES</b>  | <b>SUBPROBLEMAS DERIVADOS</b>  | <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>   | <b>HIPOTESIS ESPECÍFICOS</b>   |
|--|---|---|---|--|--|--|
| ¿De qué manera el medio de comunicación digital Aldia.com.ec incide en el ámbito cultural de los estudiantes del tercer semestre | Determinar el impacto del medio de comunicación digital Aldia.com.ec en el ámbito cultural de los estudiantes del tercer semestre | Definir de qué manera el medio de comunicación digital Aldia.com.ec ejerce impacto en el ámbito cultural en los estudiantes del | <b>Variable independiente</b><br><br>Medio de comunicación digital<br><br><b>Variable</b> | ¿Cómo el medio de comunicación digital Aldia.com.ec inciden en el ámbito cultural en los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social? | Identificar cómo el medio de comunicación digital Aldia.com.ec incide en el ámbito cultural en los estudiantes del tercer semestre de la | Identificando el medio de comunicación digital Aldia.com.ec se detectara su incidencia en al ámbito cultural en los jóvenes del tercer semestre de |

|  |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|
| <p>de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo?.</p> | <p>de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.</p> | <p>tercer semestre de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo.</p> | <p><b>dependiente</b><br/><br/>Ámbito cultural.</p> | <p>¿De qué manera influyen los contenidos culturales en el desarrollo cultural de los estudiantes del tercer semestre de la carrea de comunicación social?</p> <p>¿De qué forma se debe de capacitar a los profesionales de comunicación para que realicen un buen aporte sobre temas culturales?</p> | <p>carrera de comunicación social.</p> <p>Detectar cuáles son los contenidos culturales que influyen en el desarrollo de los estudiantes del tercer semestre de la carrea de comunicación social.</p> <p>Designar un plan de capacitación hacia los profesionales que laboran en el</p> | <p>la carrera de comunicación social.</p> <p>Determinando cuales son los contenidos culturales se lograra analizar el desarrollo cultural de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de comunicación social.</p> <p>Diseñando un plan de capacitación hacia los</p> |
|--|---|---|---|---|---|---|



|  |  |  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|--|--|---|
|  |  |  |  |  | medio de comunicación digital<br>Aldia.com.ec para que realicen un buen aporte sobre temas culturales. | profesionales de comunicación se podrán dar a conocer temas culturales. |
|--|--|--|--|--|--|---|





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



**ENCUESTA APLICADA EN EL TRABAJO DE INVESTIGACION.**

**TEMA:** MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL ALDIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, EXTENSIÓN QUEVEDO.

**GÉNERO** F ( ) M ( )

**Marque con una X la respuesta que considere correcta.**

**1.- ¿Cree usted que el medio de comunicación digital Aldia.com.ec desarrolla un impacto cultural en la sociedad actual?**

- ❖ Si
- ❖ No
- ❖ Tal vez

**2.- ¿Piensa usted que los medios de comunicación digitales Aldia.com.ec difunden información sobre temas culturales?**

- ❖ Siempre
- ❖ A veces
- ❖ Nunca

**3.- ¿Cree usted que los profesionales que trabajan en los medios de comunicación digitales publican investigación veraz a la ciudadanía?**

- ❖ Siempre
- ❖ A veces
- ❖ Nunca

**4.- ¿Visita usted páginas de medios digitales?**

- ❖ Siempre
- ❖ A veces

❖ Nunca

**5.- ¿Piensa usted que los medios de comunicación digitales son causantes de los cambios de identidad cultural en la personas?**

❖ Si

❖ No

❖ Tal vez

**6.- ¿Cree usted que los expertos que laboran en los medios de comunicación digitales se basan en la Ley Orgánica de Comunicación al momento de emitir información?**

❖ Si

❖ No

❖ Tal vez

**7.- ¿Considera usted que se debe capacitar a los profesionales que operan en los medios digitales para que publiquen contenidos culturales?**

❖ Si

❖ No

❖ Tal vez

**8.- ¿Conoce usted sobre temas culturales?**

❖ Si

❖ No

❖ Tal vez

**9.- ¿Conoce usted un medio de comunicación digital que transmita periodismo cultural?**

❖ Si

❖ No

❖ Tal vez

**10.- ¿Ha visualizado usted contenido cultural en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec?**

❖ Siempre

❖ A veces

❖ Nunca

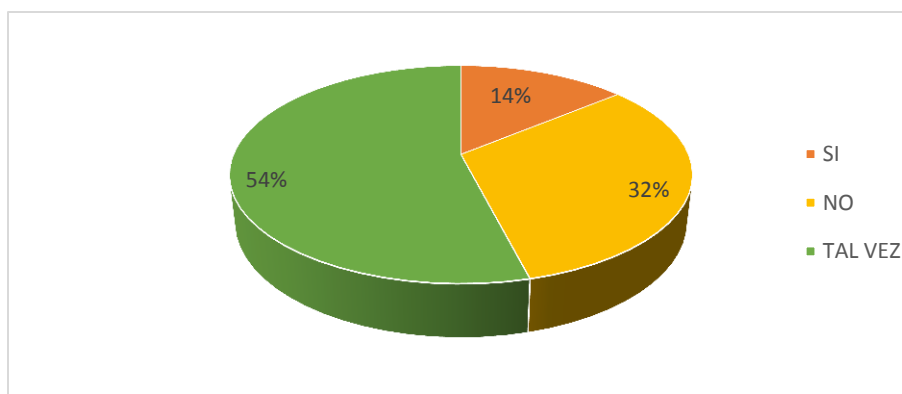
**6.- ¿Cree usted que los expertos que laboran en los medios de comunicación digitales se basan en la Ley Orgánica de Comunicación al momento de emitir información?**

**Tabla 19.-** Ley Orgánica de Comunicación.

| <b>ALTERNATIVA</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| <b>SI</b>          | 10                | 14%               |
| <b>NO</b>          | 23                | 32%               |
| <b>TAL VEZ</b>     | 38                | 54%               |
| <b>TOTAL</b>       | 71                | 100%              |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 6.-** Ley Orgánica de Comunicación.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** De acuerdo a la encuesta realizada el 54% de los estudiantes opina que tal vez los expertos que laboran en los medios de comunicación digitales se basan en la Ley Orgánica de Comunicación al momento de emitir una información, el 32% respondió que no se basan en la Ley de Comunicación y un 14% manifestó que los periodistas de comunicación digitales si lo hacen.

**Interpretación.-** La mayoría de los encuestados responde que los medios de comunicación digitales no se basan en la Ley Orgánica de Comunicación al momento de emitir información.

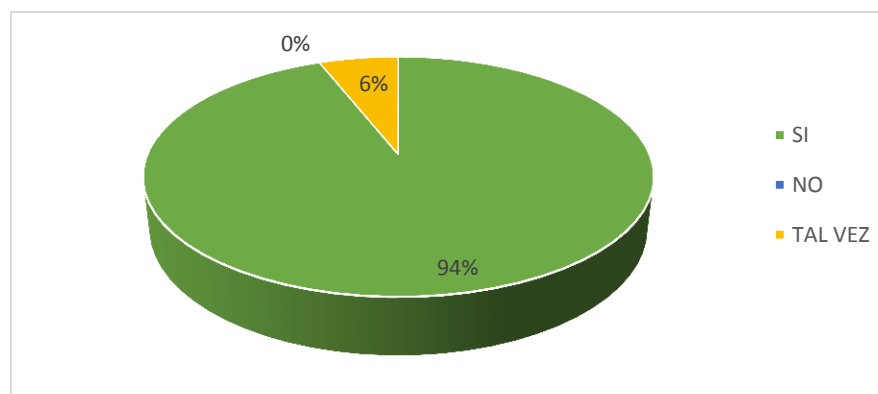
**7.- ¿Considera usted que se debe capacitar a los profesionales que operan en los medios digitales para que publiquen contenidos culturales?**

**Tabla 20.-** Capacitar a los profesionales.

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 67         | 94%        |
| NO           | 0          | 0%         |
| TAL VEZ      | 4          | 6%         |
| <b>TOTAL</b> | 71         | 100%       |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 7.-** Capacitar a los profesionales.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** Los datos obtenidos por la encuesta realizada arrojaron que un 94% de los estudiantes considera que si se debe capacitar a los profesionales que operan en los medios digitales para que publiquen contenidos culturales, el 32% manifestó que tal vez de los deba capacitar y el 0% respondió que no es necesario.

**Interpretación.-** El 94% de los encuestados responde que si se debe de capacitar a los profesionales que trabajan en los medios de comunicación digitales.

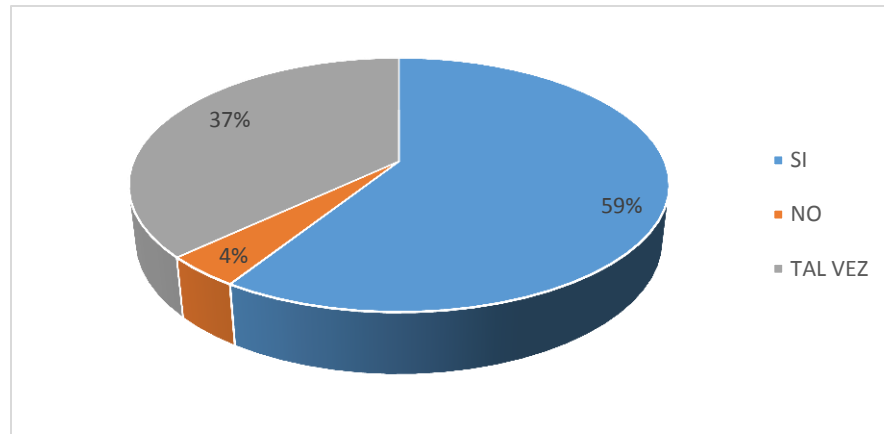
## 8.- ¿Conoce usted sobre temas culturales?

**Tabla 21.-** Temas culturales.

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 42         | 59%         |
| NO           | 3          | 4%          |
| TAL VEZ      | 26         | 37%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>71</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 8.-** Temas culturales.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** Los resultados obtenidos en la encuesta realizada proyectaron que el 59% de los encuestados si conoce sobre temas culturales mientras que el 37% declaró que tal vez conoce sobre temas culturales, sin embargo un 4% confesó que no tiene conocimientos de temas culturales.

**Interpretación.-** La mayoría de los encuestados responde que no tiene conocimientos sobre temas culturales.

## 9.- ¿Conoce usted un medio de comunicación digital que transmita periodismo cultural?

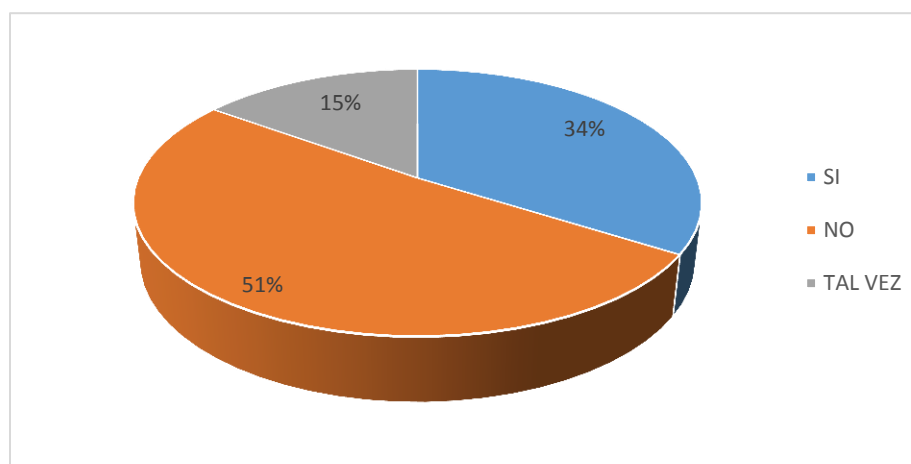
**Tabla 22.-** Periodismo cultural.

| ALTERNATIVA  | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 24         | 34%         |
| NO           | 36         | 51%         |
| TAL VEZ      | 11         | 15%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>71</b>  | <b>100%</b> |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo

**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 9.-** Periodismo cultural.



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo

**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta se supo que el 51% de los estudiantes no conoce un medio de comunicación digital que transmita periodismo cultural, el 34% expuso que si conoce, pese a un 15% que manifestó que tal vez conoce un medio de comunicación digital que transmita periodismo cultural.

**Interpretación.-** La mayoría de los estudiantes responde que no conoce un medio de comunicación digital que transmita periodismo cultural.



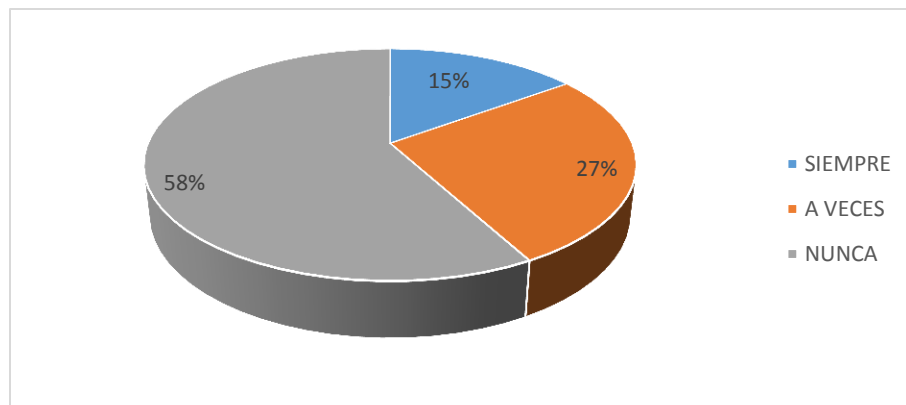
**10.- ¿Ha visualizado usted contenido cultural en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec?**

**Tabla 23.-**Contenido cultural en el medio digital Aldia.com.ec

| <b>ALTERNATIVA</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| <b>SIEMPRE</b>     | 11                | 15%               |
| <b>A VECES</b>     | 19                | 27%               |
| <b>NUNCA</b>       | 41                | 58%               |
| <b>TOTAL</b>       | 71                | 100%              |

**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Gráfico 10.-**Contenido cultural en el medio digital Aldia.com.ec



**Fuente:** Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo  
**Elaborado por:** Lisseth Sellan

**Análisis.-** Los resultados obtenidos en la encuesta realizada se logró saber que el 58% de los alumnos nunca ha visualizado contenido cultural en el medio digital Aldia.com.ec, mientras que el 27% declaró que a veces ha visualizado y un 15% manifestó que siempre ha visto contenido cultural en el medio digital Aldia.com.ec

**Interpretación.-** La mayoría de los estudiantes encuestados contestó que no ha visualizado contenido cultural en el medio digital Aldia.com.ec.



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



ACTA DE APROBACIÓN DEL PERFIL DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN

N001 COD11660 29-06-2018

En la ciudad de Quevedo, provincia de los Ríos, República del Ecuador a los 28-06-2018 a las 9h00, siendo el día dentro de la hora señalada por el Coordinador de la carrera **Comunicación Social**, se instala los señores miembros de la Comisión de especialistas para examinar el perfil de investigación de la Srta. **Sellan Anchundia Lisseth Estefanía**, de la carrera **Comunicación Social**

Con el tema "MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES Y SU IMPACTO EN EL AMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE TERCER SEMESTRE D E LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTB EXTENSION QUEVEDO" la Comisión queda integrada de la siguiente manera:

**Liliana Urquiza Mendoza** (Coordinador/Delegado del Coordinador)  
**Freddy Holguín Diaz** (Área de Investigación)  
**Jaime Navia Álava** (Docente del Área específica)

En consecuencia, se declara aprobado el Perfil de investigación, para desarrollar el proyecto de investigación.

Para constancia y validez firman por triplicado en unidad de acto con los señores.

Miembros de la comisión, egresada(o) y secretaria que certifica.

**Liliana Urquiza Mendoza**

**Freddy Holguín Diaz**

**Jaime Navia Álava**

**Egresado (a)**

**Secretaria**



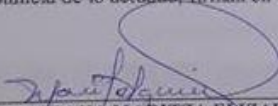


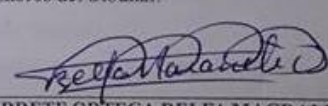
EXTENSION - QUEVEDO  
COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
UNIDAD DE TITULACIÓN  
SECRETARÍA GENERAL

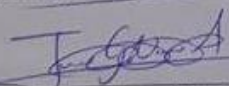
ACTA DE SUSTENTACIÓN PROYECTO DE INVESTIGACION

En la ciudad de Quevedo, a los tres días del mes de Septiembre del dos mil dieciocho, siendo las doce horas con cuarenta minutos, se instala el tribunal examinador de proyectos de investigación, integrado por AGUIRRE ARANA MARITZA ELIZABETH DELEGADA DEL DECANO, NAVARRETE ORTEGA RELFA MAGDALENA DELEGADA DEL CIDE, NAVIA ALAVA JAIME GERARDO PROFESOR ESPECIALISTA, para escuchar la sustentación de titulación del egrasado(a) SELLAN ANCHUNDIA LISSETH ESTEFANIA, con el tema: "MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES Y SU IMPACTO EN EL AMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE TERCER SEMESTRE D E LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTB EXTENSION QUEVEDO..", previo a la obtención del título de COMUNICACION SOCIAL, una vez presentado el trabajo de titulación, bajo la modalidad de PROYECTO DE INVESTIGACIÓN el jurado ha tenido a bien dar como APROBADO el proyecto, lo que lo HABILITA para avanzar al informe final.

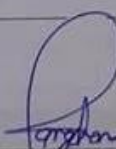
Para constancia de lo actuado, firman en unidad de acto, los miembros del tribunal:

  
AGUIRRE ARANA MARITZA ELIZABETH  
DELEGADA DEL DECANO

  
NAVARRETE ORTEGA RELFA MAGDALENA  
DELEGADA DEL CIDE

  
NAVIA ALAVA JAIME GERARDO  
PROFESOR ESPECIALISTA

  
SELLAN ANCHUNDIA LISSETH ESTEFANIA  
EGRESADO(A)

  
ABG. EMILIA ISABEL YONG CHANG  
SECRETARÍA DE LA FACULTAD





FECHA: 29/10/2018  
HORA: 17:37

EXTENSION - QUEVEDO  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO  
COMUNICACION SOCIAL  
UNIDAD DE TITULACIÓN

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

DOCENTE TUTOR: HOLGUIN DIAZ FREDDY MARCOS  
ESTUDIANTE: SELLAN ANCHUNDIA LISSETH ESTEFANIA  
PERIODO ACADÉMICO: MAYO 2018 - OCTUBRE 2018  
MODALIDAD DE TITULACIÓN: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
FASE DE MODALIDAD: INFORME FINAL  
PROYECTO DE TITULACIÓN: MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL AL DIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTB EXTENSIÓN QUEVEDO....

INFORMACIÓN DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

MEDIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL AL DIA.COM.EC Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTB EXTENSIÓN QUEVEDO....

| FASE          | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
|---------------|------------|------------|-----------|-------|------------|
| INFORME FINAL | 2018-09-14 | 2018-10-28 | TERMINADO | 100%  | HABILITADO |

INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO

| ACTIVIDAD |             | INTRODUCCIÓN                           |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
|-----------|-------------|--|--|------------|------------|-----------|-------|------------|
| ACTIVIDAD |             | CAPITULO I- DEL PROBLEMA               |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| ACTIVIDAD |             | 1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN      |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| ELABORAR  | IDEA O TEMA | DE                                     |  | 2018-10-02 | 2018-10-03 | TERMINADO | 80%   | HABILITADO |
| ACTIVIDAD |             | 1.2. MARCO CONTEXTUAL (NO SE RESUELVE) |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| ACTIVIDAD |             | 1.2.1. CONTEXTO INTERNACIONAL          |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| ACTIVIDAD |             | 1.2.2. CONTEXTO NACIONAL               |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| ACTIVIDAD |             | 1.2.3. CONTEXTO LOCAL                  |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| ACTIVIDAD |             | 1.2.4. CONTEXTO INSTITUCIONAL          |  | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |



| 1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.  |            |            |           |       |            |
|---|------------|------------|-----------|-------|------------|
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| SITUACION PROBLEMÁTICA  | 2018-10-02 | 2018-10-03 | TERMINADO | 90%   | HABILITADO |
| 1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. (NO SE RESUELVE)                       |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| 1.4.1. PROBLEMA GENERAL.  |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| PROBLEMA GENERAL  | 2018-10-03 | 2018-10-04 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |
| 1.4.2. SUBPROBLEMAS O DERIVADOS.  |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| SUBPROBLEMAS O DERIVADOS  | 2018-10-03 | 2018-10-04 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |
| 1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACION.                                  |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| 1.6. JUSTIFICACIÓN  |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| JUSTIFICACION   | 2018-10-05 | 2018-10-07 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |
| 1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACION. (NO SE RESUELVE)                       |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| 1.7.1. OBJETIVO GENERAL.  |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| OBJETIVO GENERAL  | 2018-10-09 | 2018-10-11 | EN CURSO  | 90%   | HABILITADO |
| 1.7.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.   |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS   | 2018-10-09 | 2018-10-11 | EN CURSO  | 90%   | HABILITADO |
| CAPITULO II- MARCO TEORICO O REFERENCIAL.                               |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| 2.1. MARCO TEÓRICO. (NO SE RESUELVE)                                    |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| 2.1.1. MARCO CONCEPTUAL.  |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| MARCO CONCEPTUAL  | 2018-10-10 | 2018-10-12 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |
| 2.1.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE INV. (NO SE RESUELVE) |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| 2.1.2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.                                   |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS   | 2018-10-11 | 2018-10-12 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |
| 2.1.2.2. CATEGORIAS DE ANÁLISIS.  |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| CATEGORIAS DE ANÁLISIS  | 2018-10-12 | 2018-10-14 | EN CURSO  | 90%   | HABILITADO |
| 2.1.3. POSTURA TEÓRICA.   |            |            |           |       |            |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |
| POSTURA TEÓRICA   | 2018-10-15 | 2018-10-16 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |

| 2.2. HIPÓTESIS. (NO SE RESUELVE)                                |            |            |           |       |            |  |
|---|------------|------------|-----------|-------|------------|--|
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| 2.2.1. HIPÓTESIS GENERAL.                                       |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| HIPOTESIS GENERAL   | 2018-10-15 | 2018-10-16 | EN CURSO  | 90%   | HABILITADO |  |
| 2.2.2. SUBHIPÓTESIS O DERIVADAS.                                |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| 2.2.3. VARIABLES.   |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.                  |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| 3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN. (NO SE RESUELVE) |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| MODELO DE ENCUESTA  | 2018-10-01 | 2018-10-03 | TERMINADO | 80%   | HABILITADO |  |
| 3.1.1. PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS.                          |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS                                  | 2018-10-01 | 2018-10-03 | TERMINADO | 80%   | HABILITADO |  |
| 3.1.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.                      |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS                              | 2018-10-15 | 2018-10-17 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |  |
| 3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES (NO SE RESUELVE)      |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| 3.2.1. ESPECÍFICAS.   |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| CONCLUSIONES ESPECIFICAS  | 2018-10-15 | 2018-10-17 | EN CURSO  | 90%   | HABILITADO |  |
| 3.2.2. GENERAL.   |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| CONCLUSIÓN GENERAL  | 2018-10-16 | 2018-10-17 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |  |
| 3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES (NO SE RESUELVE)   |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| 3.3.1. ESPECÍFICAS.   |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| RECOMENDACIONES ESPECIFICAS                                     | 2018-10-16 | 2018-10-17 | EN CURSO  | 80%   | HABILITADO |  |
| 3.3.2. GENERAL.   |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| RECOMENDACIONES GENERAL   | 2018-10-16 | 2018-10-17 | EN CURSO  | 90%   | HABILITADO |  |
| CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN.                  |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| 4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS. (NO SE RESUELVE)    |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |
| 4.1.1. ALTERNATIVA OBTENIDA.                                    |            |            |           |       |            |  |
| ACTIVIDAD   | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO   | PORC. | ESTADO     |  |

|                      |            |            |          |     |            |
|----------------------|------------|------------|----------|-----|------------|
| ALTERNATIVA OBTENIDA | 2018-10-16 | 2018-10-17 | EN CURSO | 90% | HABILITADO |
|----------------------|------------|------------|----------|-----|------------|

4.1.2. ALCANCE DE LA ALTERNATIVA.

| ACTIVIDAD                 | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO  | PORC. | ESTADO     |
|---------------------------|------------|------------|----------|-------|------------|
| ALCANCE DE LA ALTERNATIVA | 2018-10-17 | 2018-10-18 | EN CURSO | 90%   | HABILITADO |

4.1.3. ASPECTOS BÁSICOS DE LA ALTERNATIVA. (NO SE RESUELVE)

| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|

4.1.3.1. ANTECEDENTES.

| ACTIVIDAD    | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO  | PORC. | ESTADO     |
|--------------|------------|------------|----------|-------|------------|
| ANTECEDENTES | 2018-10-17 | 2018-10-18 | EN CURSO | 80%   | HABILITADO |

4.1.3.2. JUSTIFICACIÓN

| ACTIVIDAD     | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO  | PORC. | ESTADO     |
|---------------|------------|------------|----------|-------|------------|
| JUSTIFICACIÓN | 2018-10-17 | 2018-10-18 | EN CURSO | 90%   | HABILITADO |

4.2. OBJETIVOS. (NO SE RESUELVE)

| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|

4.2.1. GENERAL.

| ACTIVIDAD        | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO  | PORC. | ESTADO     |
|------------------|------------|------------|----------|-------|------------|
| OBJETIVO GENERAL | 2018-10-17 | 2018-10-18 | EN CURSO | 90%   | HABILITADO |

4.2.2. ESPECÍFICOS.

| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA. (NO SE RESUELVE)

| ACTIVIDAD                          | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO  | PORC. | ESTADO     |
|------------------------------------|------------|------------|----------|-------|------------|
| ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA | 2018-10-17 | 2018-10-18 | EN CURSO | 80%   | HABILITADO |

4.3.1. TÍTULO.

| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|

4.3.2. COMPONENTES.

| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA. (NO SE RESUELVE)


| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|

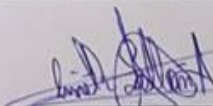
BIBLIOGRAFIA.

| ACTIVIDAD | F. INICIO | F. FIN | PROCESO | PORC. | ESTADO |
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|
|-----------|-----------|--------|---------|-------|--------|

ANEXOS.

| ACTIVIDAD | F. INICIO  | F. FIN     | PROCESO  | PORC. | ESTADO     |
|-----------|------------|------------|----------|-------|------------|
| ANEXOS    | 2018-10-18 | 2018-10-18 | EN CURSO | 90%   | HABILITADO |

  
 HOLGUIN DIAZ FREDDY MARCOS  
 DOCENTE TUTOR

  
 SELLAN ANCHUNDIA LISSETH ESTEFANIA  
 ESTUDIANTE



Quevedo 19 de junio del 2018

Msc.

Hugo García García

**COORDINADOR ACADEMICO DE LA UTB EXTENSIÓN QUEVEDO**

Presente.

De mis consideraciones

Yo Sellan Anchundia Lisseth Estefanía con C.I 210077253-8 egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo solicito a usted se me permita realizar encuestas a los alumnos del tercer semestre de comunicación social para poder elaborar mi proyecto de investigación cuyo tema es " **MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES Y SU IMPACTO EN EL ÁMBITO CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, EXTENSIÓN QUEVEDO**"

Por la atención que le brinde a la presente, le reitero mis sinceros agradecimientos.

Atentamente

  
SELLAN ANCHUNDIA LISSETH  
EGRESADA



*2018-06-21*  
*Hugo García*  
*Coordinador*





Institución donde se realizó mi trabajo de investigación



Entrega de oficio al Director Académico de la Institución



Alumnos del tercer semestre donde aplique las respectivas encuestas



Socializando con los estudiantes mi tema de investigación

