



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



CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL
AMBITO CULTURAL DE LOS JÓVENES DEL BARRIO 10 DE
AGOSTO, PARROQUIA 24 DE MAYO, DEL CANTÓN
QUEVEDO.

AUTORA:

CHENCHE PONCE ALLISSON CAROLINA

TUTOR

LCDO. ELISEO EFRAIN TORO TOLOZA. MSC

QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2019



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



DEDICATORIA

Dedico esta tesis a todos aquellos que me apoyaron en mis estudios.
A mis padres, por todo su esfuerzo y sacrificio que han hecho para lograr mis estudios y
alcanzar esta meta.

A mis compañeros de estudio a mis maestros, especialmente al Lcdo. Eliseo Toro
Tolosa, MSc. Quién me brindó todo su apoyo y su ayuda para realizar esta tesis.
A los miembros del tribunal. A todos ellos se lo agradezco desde el fondo de mi alma y
para todos hago esta dedicatoria.

Allisson



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



AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme la vida.

A mis padres, por todo su esfuerzo y sacrificio que han hecho para lograr mis estudios y
alcanzar esta meta.

A mis Docentes, que lograron con paciencia impartir sus conocimientos para que pueda
alcanzar esta meta y ser una profesional

A mí querida Universidad Técnica de Babahoyo y sus Directivos por ser el espacio donde
pude alcanzar mis conocimientos.

A mis amigos y familiares que de una u otra manera me han apoyado para culminar mis
estudios con éxito

Allisson

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
PORTADA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	IV
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	V
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO	VI
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD	VII
ÍNDICE GENERAL	IX
RESUMEN	XIII
ABSTRAC.....	XIV
INTRODUCCION.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1.1. IDEA O TEMA DEIGACIÓN	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL	3
1.2.1. Contexto Internacional	3
1.2.2. Contexto Nacional	4
1.2.3. Contexto Local	5
1.2.4. Contexto Institucional	6
1.3. Situación Problemática	7
1.4. Planteamiento del Problema	8
1.4.1. Planteamiento general o básico	8
1.4.2. Sub-problemas o derivados	8
1.5. Delimitación de la investigación	8
1.6. Justificación	9
1.7. Objetivos de la Investigación	10
1.7.1. Objetivo general	10
1.7.2. Objetivo específicos	10
CAPITULO II	
2. MARCO TEORICO	11

2.1 Marco Conceptual	11
2.1.1. Comunicación	11
2.1.2. Elementos de la comunicación	11
2.1.3. Objetivos de la comunicación	13
2.1.4. Niveles de comunicación	14
2.1.5. Características de la comunicación	15
2.1.6. Comunicación digital	16
2.1.7. Características de la comunicación digital	17
2.1.8. Comunicación de red	18
2.1.9. Redes sociales	18
2.1.10. Características de las redes sociales	19
2.1.11. Ámbito cultural.....	20
2.1.12. La comunicación digital y cultura	21
2.1.13. Uso del internet en la sociedad	22
2.1.14. Influencia de las redes sociales	23
2.1.15. Efectos la comunicación en el ámbito cultural	24
2.2. Marco Referencial	25
2.2.1. Antecedentes investigativos: La comunicación digital y cultura	25
2.2.2. Categorías de análisis.....	27
2.2.3 Postura teórica.	28
2.2.4. Políticas de la información pública.....	31
2.2.5. Análisis referencial:	33
2.2.6. Antecedentes investigativos:	34
2.3. Categoría de Análisis:	37
2.4. Postura Teórica	37
2.5. HIPÓTESIS	39
2.5.1 Hipótesis general o Básica	39
2.5.2 Sub-hipótesis o derivadas	39
2.6. Variables	39
2.6.1. Variable Dependiente	39
2.6.2. Variable Independiente	39
CAPITULO III	
3.1 Metodología de la investigación	40
3.2. Modalidad de Investigación	40

3.3 Tipo de investigación.....	40
3.4. Métodos de investigación:	40
3.4.1. Analítico	40
3.4.2. Deductivo	40
3.4.3. Inductivo	41
3.4.4. Sintético	41
3.5. Técnicas de la investigación	41
3.5.1 Observación	41
3.6. Instrumentos de la investigación.....	41
3.6.1 Entrevista	41
3.6.2 Encuesta	42
3.7. Recolección de la información	42
3.8. Análisis e interpretación de los resultados	42
3.9. Población y muestra de investigación	42
3.9.1. Población	42
3.9.2. Muestra	43
3.10. Presupuesto	44
3.11. RESULTADOS	45
3.11.1. Análisis e interpretación de datos	45
3.11.2 Conclusiones específicas y generales	55
3.11.3 Recomendaciones específicas y generales	56
CAPÍTULO IV	
4.1. Propuesta de aplicación	57
4.1.1. Alternativa Obtenida	57
4.1.2. Alcance de la alternativa	57
4.1.3 Aspectos básicos de la alternativa	57
4.2. Justificación	58
4.3. Objetivos	59
4.3.1. General	59
4.3.1. Población Universo	59
4.3.2. Específico	59
4.4. Estructura general de la propuesta	59
4.4.1. Título.....	59
4.4.2. Componentes	60

4.5. Resultados de la propuesta.....	62
Bibliografía	63
Anexos	65
Anexo2 Fotografías de encuestas	66
Anexo3 Encuesta realizada a los jóvenes	68
Anexo4 Operacionalización de las variables	69
Anexo4 Operacionalización de las variables	70

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Influencia de la comunicación digital.....	45
Tabla 2 Relación de la violencia y la comunicación digital	46
Tabla 3. Incidencia de las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes	47
Tabla 4. Significado de las redes sociales para los jóvenes	48
Tabla 5. Nivel de importancia a las redes sociales para los jóvenes	49
Tabla 6. Redes sociales de mayor utilización en los jóvenes	50
Tabla 7. Uso de los medios digitales y el estilo de vida	51
Tabla 8. Incidencia de la comunicación digital en los jóvenes	52
Tabla 9. Regularización del uso de redes sociales	53
Tabla 10. Participación en programas de uso de medios de comunicación	54
Tabla 11. Componentes de la propuesta	60

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico1. Influencia de la comunicación digital.....	45
Gráfico 2 Relación de la violencia y la comunicación digital	46
Gráfico 3. Incidencia de las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes	47
Gráfico 4. Significado de las redes sociales para los jóvenes	48
Gráfico 5. Nivel de importancia a las redes sociales para los jóvenes	49
Gráfico 6. Redes sociales de mayor utilización en los jóvenes	50
Gráfico 7. Uso de los medios digitales y el estilo de vida	51
Gráfico 8. Incidencia de la comunicación digital en los jóvenes	52
Gráfico 9. Regularización del uso de redes sociales	53
Gráfico 10. Participación en programas de uso de medios de comunicación	54



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



RESUMEN

Este proyecto tiene por objeto determinar la influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo, del cantón Quevedo. La influencia de la comunicación digital, se hace más relevante en términos de difusión, distribución y socialización de los programas audiovisuales. La creciente digitalización que impregna la experiencia virtual, favorece que los espacios de vida en línea se presten para promover el intercambio de información, así como su producción. Para la realización de esta investigación se desarrolló en diferentes capítulos, así tenemos que en el primer capítulo se detalla la problemática encontrada a partir de diversas formas de interacción social y comunicacional de los jóvenes que están expuestos a un flujo constante de mensajes de toda índole. También se señala las causas, los objetivos y la justificación. En los capítulos siguientes se investigó en diferentes fuentes bibliográficas el sustento teórico relacionado con la comunicación y con su influencia en el ámbito cultural. De la metodología aplicada en este estudio, es cuantitativo y cualitativo, cuantitativo por que se aplicó la técnica de la encuesta a un grupo muestral de jóvenes del sector 10 de Agosto, para obtener datos acerca de la problemática planteada, los mismos que luego son analizados e interpretarlos cualitativamente. De los resultados obtenidos se ha logrado determinar las expectativas e inquietudes de los jóvenes respecto al uso de las redes sociales, así como los conocimientos y experiencias ligadas al uso de las redes sociales. Existe un mayor impacto especialmente en el uso de la web a través de las redes sociales como Facebook, Whatsapp, Instagram que influyen directamente en las relaciones socio-culturales de los jóvenes del sector.

Palabras clave:



Comunicación digital, ámbito cultural, redes sociales, jóvenes, Web

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



ABSTRAC

The purpose of this project is to determine the influence of digital communication in the cultural field of young people in the August 10 neighborhood of the 24 de Mayo parish, in the Quevedo canton. The influence of digital communication becomes more relevant in terms of dissemination, distribution and socialization of audiovisual programs. The growing digitalization that permeates the virtual experience. It favors that online living spaces be provided to promote the exchange of information, as well as its production. For the realization of this research it was developed in different chapters, so we have that in the first chapter the problem found is detailed from various forms of social and communicational interaction of young people who are exposed to a constant flow of messages of all kinds. The causes, objectives and justification are also indicated. In the following chapters, theoretical support related to communication and its influence in the cultural field was investigated in different bibliographical sources. Of the methodology applied in this study, it is quantitative and qualitative, quantitative because the survey technique was applied to a sample group of young people from the August 10 sector, to obtain data about the problem posed, which are then analyzed and interpret them qualitatively. From the results obtained, it has been possible to determine the expectations and concerns of young people regarding the use of social networks, as well as the knowledge and experiences linked to the use of social networks. There is a greater impact especially in the use of the web through social networks such as Facebook, Whatsapp, and Instagram that directly influence the socio-cultural relationships of young people in the sector.

Keywords:

Digital communication, cultural field, social networks, young people, Web

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación trata acerca de la influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto de la parroquia 24 de Mayo, cantón Quevedo.

El impacto de la tecnología a nivel mundial ha producido que la sociedad participe de forma directa, siendo creadora y consumidora de una información cada vez más globalizada. El internet y las redes sociales son los medios de comunicación preferidos por los jóvenes, por tal motivo el presente proyecto tiene como población objetivo a jóvenes, cuya edad está comprendida entre 18 y 28 años para realizar el análisis de la influencia de las redes sociales.

La comunicación tiene un carácter social que incluye todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus compañeros para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa compartir e implica compartir en un contexto social específico y con una historia particular, en otras palabras, es un proceso vinculado al comportamiento humano y las estructuras de la sociedad.

Para determinar ese impacto la investigación se realizó en diferentes capítulos, el primer capítulo corresponde al marco contextual, el contexto internacional, nacional, local, e institucional, la situación problemática, el planteamiento del problema que refiere a la influencia de los medios de comunicación digitales, y sus programas audiovisuales que invaden los espacios más variados de la vida, afectando las relaciones familiares, educativas, sociales, el contacto interpersonal, a menudo están mediados por el desempeño inconsciente de los medios de comunicación. De esta problemática se plantean Subproblemas o derivados, delimitación de la investigación, justificación, objetivos generales y específicos.

En el capítulo dos encontramos la fundamentación teórica de la investigación, el marco conceptual y marco referencial con base en el análisis de diversos autores que tratan acerca de la influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural, se señala los

conceptos y teorías que refuerzan el sentido científico de esta investigación. Definición de la hipótesis general, sub-hipótesis, indicando las variables de investigación.

En el tercer capítulo se detalla los resultados obtenidos de la investigación, diseño, población y muestra, datos que se analizarán por medio de tablas estadísticas aplicadas, para obtener fundamentos acerca de la influencia de los medios de comunicación digital en la población. Conclusiones y recomendaciones del proceso de investigación

En el cuarto capítulo se define la propuesta como solución a la problemática, en este caso se realizarán varias capacitaciones acerca de la influencia de los medios de comunicación en los jóvenes, se muestra el alcance de la alternativa, los objetivos, componente y los resultados esperados en todo el proceso de investigación contrastando con los objetivos e indicadores de este estudio

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, cantón Quevedo

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1 Contexto Internacional.

Los medios de comunicación se encuentran entre las fuerzas sociales más poderosas de nuestro tiempo y, si hablamos de política, economía o cultura, no podemos evitar considerar el impacto de los medios. (Albornoz M. , 2016)

La división de población según la ONU. Los niños y los jóvenes representan más de un tercio de la población mundial. La relación varía según el área. En los países menos desarrollados, los jóvenes alcanzan el setenta por ciento, mientras que en las regiones más industrializadas del mundo el número se reduce a menos del veinticinco por ciento (ONU, 2018)

El acceso variado a los servicios de medios, telefonía e Internet es un factor vital para el desarrollo político, económico, social y cultural. Los medios independientes y plurales son cruciales para el correcto funcionamiento y fortalecimiento de la política, al tiempo que contribuyen a la mejora del desarrollo social.

La sociedad de la comunicación tiene un enorme potencial, especialmente para los más jóvenes. Pero en muchas partes del mundo existe el temor de que la globalización represente una amenaza mortal para la originalidad, que los medios de comunicación se apoderen de la esfera cultural globalizada. (Alsina, 2015)

Los jóvenes dedican una cantidad creciente de tiempo a diversas actividades de Internet, pero eso no significa que dejen la televisión a un lado. Los medios tradicionales y convencionales, como la televisión, la radio, los periódicos, los libros y las revistas, siguen ocupando una buena parte diaria en las vidas de los ciudadanos y los jóvenes, no son una excepción.

Internet ofrece campos de comunicación, información, conocimiento, compras, entretenimiento, juegos, formación de opinión, creatividad, arte y mucho más. La web mundial ofrece medios conocidos como radio, televisión, cine, música y periódicos en varias plataformas web y, en algunos casos, en nuevos formatos que interactúan. Pero lo que llamamos "redes sociales" es algo totalmente diferente que permite la combinación de tecnología, interacción social y contenido generado por el usuario. (Bretones, 2015)

Las actividades en línea que muestran el crecimiento más rápido entre los jóvenes son aquellas que permiten la interacción de las personas, por lo tanto, llamadas "redes sociales", como Facebook y Myspace, es decir, la conversación interactiva y los medios de entretenimiento.

1.2.2. Contexto nacional

Según el Censo de Población y Vivienda de 2010. El Ecuador presenta el mayor porcentaje de jóvenes en su historia. Un total de 3.043.513, lo que corresponde al 21,0% de la población. De esa cifra, el 12.7% son jóvenes entre 18 y 24 años y el 8.28% corresponde a jóvenes entre 25 y 29 años (INEC, 2010).

El lugar central de los medios de comunicación en la vida de las personas y especialmente en las vidas de los jóvenes es incuestionable. De la misma manera, se acepta socialmente que son los jóvenes los que muestran mayor preocupación por los problemas sociales: desempleo, ecología, violencia y, en general, la violación de los problemas de derechos sociales que todos pasan por la política. (Alencastro, 2016)

Alrededor del 85% de los hogares ecuatorianos posee al menos una televisión, de hecho, en la mayoría de los hogares hay más de un televisor, dos como regla más general (INEC, 2010)

Los jóvenes enfrentan sus problemas a partir de diversas formas de interacción social y comunicacional, incluidos los medios de comunicación; Así se organizan, y se expresan en una amplia producción de lenguaje, símbolos, códigos que se ajustan a los comportamientos y hábitos de consumo diario.

El 29% de los ecuatorianos usa internet, de los cuales más de la mitad lo hacen diariamente. En el caso particular de los jóvenes, el 52% de las personas entre 16 y 24 años lo usan al menos una vez al día, mientras que el 42% lo hace al menos una vez por semana (INEC, 2010)

Respecto al número de horas y días de la semana en que los jóvenes pasan frente a la televisión, según datos del Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (2011): de lunes a viernes, el 28% de los jóvenes se dedica a la televisión. Menos de una hora, 28% entre una y dos horas, 25% más de 2 horas, 15% nada y 4% no lo sé. En el fin de semana, el 23% ve la televisión menos de una hora, el 26% entre 1 y 2 horas, el 28% más que 2 horas, el 15% nada y el 7% no lo sabe. En resumen, el tiempo de consumo de televisión se concentra durante el fin de semana, llegando a más de dos horas en el 28% de los jóvenes.

Esto evidencia una tendencia al aumento del consumo / uso de medios que está acelerando el aumento del consumo en Internet y otras pantallas: teléfonos celulares, computadoras, videojuegos. El uso de pantallas ya no está restringido a la televisión como los estudios de años anteriores, de hecho, los estudios indican una tendencia de cambio en la cual la televisión no será la pantalla favorita para los más jóvenes en los próximos años. (Alencastro, 2016).

1.2.3. Contexto local

Los medios locales son aquellos que informan lo que sucede en el vecindario en el que vivimos, mostrando la realidad de varios lugares específicos. Estos medios son un puente ideal entre las necesidades de un individuo y las comunidades oficiales que deben monitorear su atención, respeto y seguridad en todas sus formas, contribuyendo a que la comunidad resuelva las situaciones que aquejan a los individuos a través de notas periodísticas con espacios para la difusión de eventos locales.

Hoy en día, la prensa en línea escrita en la ciudad de Quevedo ha aumentado desde que hay varios periódicos digitales: el primer periódico digital escrito es Diario Aldia.com.ec, creado el 1 de junio de 2012, que sigue vigente a pesar de los inconvenientes que ha presentado. Este periódico es el más visitado por los ciberlectores quevedeños a nivel provincial, ya que proporciona noticias cada diez minutos dependiendo de su información a toda una comunidad. De la misma manera, está la revista revistalaplana.com.ec, que tiene una radio en línea, ya que la misma página digital ofrece a sus usuarios el funcionamiento de una radio normal, aparte de las noticias.

Estos dos periódicos digitales siguen vigentes en la ciudad de Quevedo, siendo los primeros en informar y dar a conocer los eventos de nuestro territorio de Quevedo. Actualmente, la ciudad cuenta con otros medios digitales escritos que hoy en día son un auge o una gran cantidad de información para La sociedad que anuncia noticias de todo lo que sucede en esta parte importante de Ecuador que también ofrece investigación internacional al público.

Los periódicos digitales se refieren a los periódicos en línea que se encuentran en una gran evolución, ya que su formato es diferente al de la prensa impresa. Esto significa que tanto local como mundial se aprovechan de su forma de transmisión, ya que es a través de la red que pueden comunicarse con el usuario. (Albornoz M. , 2016)

1.2.4. Contexto Institucional.

En el contexto institucional que se presenta en este estudio, son los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, del cantón Quevedo, para obtener información, se debe tener una visión muy cercana de la realidad que viven los jóvenes y su relación con los medios de comunicación.

Los jóvenes están expuestos a un flujo constante de mensajes de toda índole, dirigidos a ellos en particular, a pesar del hecho de que los anuncios dirigidos a niños menores de doce años están prohibidos en los programas que se difunden. Muchos programas de televisión, páginas web, juegos de computadora y dibujos animados constituyen una forma de inducción y de cambios culturales. La publicidad, es el eje central, ya que son los

vehículos del comercio y del consumismo. Las marcas de productos y los logotipos son casi un lenguaje universal, un vocabulario compartido por jóvenes en una buena parte del sector.

También hay una tendencia a temer las características desconocidas de las nuevas tecnologías y, de hecho, muchos padres, y maestros han expresado su preocupación por las influencias negativas de los medios de comunicación en los niños y los jóvenes.

Centrarse en temas relacionados con los jóvenes y los medios de comunicación con solo regulaciones no es suficiente. Para lograr un marco completo, se deben tener en cuenta las perspectivas de los espectadores y usuarios. Se necesita una mayor comprensión de los medios de comunicación en toda la sociedad.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Los medios de comunicación, en sus diversas formas, tienen un papel indispensable como actores en el desarrollo y la promoción de las relaciones entre los pueblos, fomentando el reconocimiento y el respeto de la identidad cultural, la diversidad cultural y lingüística, las tradiciones y las religiones, fundamentales para el desarrollo sostenible.

En la sociedad, hay una presencia excesiva de los medios de comunicación digitales, con programas audiovisuales que invaden los espacios más variados de la vida, afectando las relaciones familiares, educativas, sociales, el contacto interpersonal, a menudo están mediados por el desempeño inconsciente de los medios de comunicación. Lo más serio es que la mayoría de la población no toma conciencia de este problema, y la actitud hacia los programas que emiten los medios de comunicación es totalmente pasiva y sumisa.

La población, actúa como receptores pasivos ya que, en ningún momento se considera reaccionar a las manipulaciones ideológicas que conlleva la comunicación digital. Un objetivo de ello es la de distraer, y eso influye directamente en el comportamiento de las personas.

La situación que origina este problema en el Barrio 10 de Agosto existe una población en mayor porcentaje joven, y la influencia de la comunicación, en especial de la música, ha llevado que su comportamiento cambie su forma de vida, se observa grupos de jóvenes y

adolescentes en la calle, en algunos casos están consumiendo alcohol y drogas, esto ha incrementado la inseguridad de los habitantes, por los actos de violencia, en algunos casos asaltos, riñas y muerte.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema general o básico

¿De qué manera influye la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, cantón Quevedo?

1.4.2. Sub-problemas o problemas derivados

- ¿Cuáles son las principales fuentes de comunicación digital que influyen en el desarrollo socio cultural de los jóvenes?
- ¿De qué manera incide las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes?
- ¿Qué se necesita para mejorar la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, cantón Quevedo?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Área:

Comunicación social

Campo:

Comunicación digital

Línea de investigación de la Universidad:

Educación y Desarrollo Social

Línea de Investigación de la Facultad:

Talento Humano, Educación y Docencia

Línea de investigación de la carrera:

Comunicación social

Sub línea de investigación:

La influencia de los medios de comunicación digital en el ámbito cultural

Delimitador temporal:

Esta investigación se efectuó en el año 2019

Delimitador geográfico:

El proyecto tiene por objeto determinar la influencia de los medios de comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, cantón Quevedo que pertenece a la provincia de los Ríos.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación acerca de la comunicación digital y su influencia en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, es muy importante, ya que a través de su estudio se demuestra los niveles de impacto que tienen los programas audiovisuales que se emiten por los medios de comunicación digitales, Además de esta manera se puede determinar si esta influencia es positiva o negativa para los jóvenes del barrio 10 de Agosto.

En las últimas dos décadas hubo transformaciones que modificaron significativamente la mayoría de los aspectos de la vida humana, desde las formas de comunicación y generación de conocimiento, a las formas de producir y consumir. El análisis desde el punto de vista cultural y social de la influencia de los medios de comunicación, es un aporte significativo para crear programas positivos que rescaten este valor cultural de la sociedad.

La influencia de la comunicación digital, se hace más relevante en términos de difusión, distribución y socialización de los programas audiovisuales. La creciente digitalización que impregna la experiencia virtual favorece que los espacios de vida en línea se presten para promover el intercambio de información, así como su producción. Las redes sociales, específicamente, juegan un papel muy importante en estas dinámicas de difusión.

La cultura es un área del desarrollo integral de la persona y como este es un derecho humano que ha sido reconocido en todo el mundo, pero más que eso, la cultura impregna todas las áreas de nuestra vida y hoy se ha convertido en un motor del crecimiento

económico, social, y educativo, y que está conectado directamente a los medios de comunicación.

Los beneficiarios directos de esta investigación son los jóvenes que utilizan con frecuencia los medios de comunicación digitales, a quienes está dirigido este estudio, los beneficiarios indirectos, son las familias de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, del cantón Quevedo.

1.7. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, cantón Quevedo

1.7.2. Objetivos específicos

- Identificar las principales fuentes de comunicación digital que influyen en el desarrollo socio cultural de los jóvenes.
- Determinar la incidencia de las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes del barrio 10 de Agosto, parroquia 24 de Mayo, cantón Quevedo
- Desarrollar charlas y talleres para un mejor uso de la comunicación digital y su entorno en los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO CONCEPTUAL

2.1.1. Comunicación

La comunicación es cada proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye cada proceso en el que el comportamiento de un ser humano actúa como un estímulo para el comportamiento de otro ser humano. Puede ser verbal o no verbal, interindividual o intergrupala. (Alsina, 2015)

La comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones.

Todos los conceptos anteriores coinciden en que la comunicación es una interacción hecha por el hombre. Donde el sistema de comunicación puede ser verbal u oral, ya sea por símbolos o palabras. A través de esta interacción, el hombre busca dar a conocer sus emociones, ideas, sentimientos, la comunicación no puede ser realizada por una sola persona, necesita al menos dos o más personas para ser lograda.

2.1.2. Elementos de la comunicación

(Benarte, 2015). Afirma que, al comunicarnos, tratamos de lograr objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro entorno y en nosotros mismos; Sin embargo, la comunicación puede reducirse invariablemente al cumplimiento de un conjunto de comportamientos, a la transmisión o recepción de mensajes.

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes involucradas, un remitente y un receptor. Se requieren varios pasos, independientemente de si las dos partes hablan, se usan señales manuales o usan otro medio de comunicación.

Estos pasos corresponden al remitente y los restantes al receptor. Un remitente comienza el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, que a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, que servirán para sintetizar la información recibida. El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza y construye significados y se convierte en remitente cuando responde al mensaje que se le envía. (Benarte, 2015).

- **Emisor**

El emisor es el que abre el proceso de comunicación, el que da a conocer el mensaje y lo emite. Esto se hace eligiendo, codificando y enviando el mensaje. En una conversación, el remitente es quien inicia la conversación. (Benarte, 2015)

- **Mensaje**

El mensaje representa la información que el remitente desea transmitir al receptor, y que contiene los símbolos verbales (orales o escritos) y las señales no verbales que representan la información que el remitente desea transmitir al receptor. El mensaje enviado y recibido no es necesariamente el mismo, ya que la codificación y decodificación del mensaje puede variar debido a los antecedentes y las opiniones tanto del remitente como del destinatario.

Según (Alsina, 2015). Los mensajes son eventos conductuales que están relacionados con los estados internos de las personas: garabatos de papel, sonidos aéreos, marcas de piedras, movimientos corporales, etc. Son productos del hombre, el resultado de sus esfuerzos para codificar, que es decir, encriptar o compartir sus ideas.

- **Receptor**

El receptor es el que recibe el mensaje y, a su vez, cierra el proceso de comunicación al recibir, decodificar y aceptar el mensaje que se transmitió, y enviar comentarios al remitente. En una conversación, el destinatario es el que responde a la conversación. (Albornoz M. , 2016)

- **Percepción**

Es el significado atribuido al mensaje por el remitente o el receptor. La forma en que cada persona organiza los elementos y significados que se le atribuyen, influye en la percepción del mensaje, el pasado de la persona, así como sus actitudes, también influyen en la percepción de los mensajes. Algunos problemas de comunicación pueden derivarse de la percepción. (Benarte, 2015)

- **La percepción selectiva**

Es el proceso de eliminar información que una persona no quiere o debe evitar. Es decir, solo vemos o escuchamos lo que queremos y negamos el resto. Por otro lado, la creación de estereotipos es otra forma de percepción, donde se aceptan suposiciones sobre individuos basados en pertenecer a algún género, raza, edad, etc. Estos estereotipos distorsionan la realidad y pueden causar problemas de comunicación. (Alsina, 2015)

- **Canales**

El canal es el medio por el cual se transmite el mensaje. Puede ser una conversación, un medio escrito, electrónico, etc. No todos los canales tienen la misma capacidad para transmitir información. (Fernández, 2015)

- **Decodificación**

Es el proceso final de comunicación. Significa: que el receptor encuentra el significado e interpreta el mensaje enviado por el remitente. Algo que no debe olvidarse es que el mensaje será interpretado por el destinatario en función de sus experiencias. (Paoli, 2016)

2.1.3. Objetivos de la comunicación

La comunicación es uno de los comportamientos importantes que el ser humano lleva a cabo a diario, por lo que es importante saber que este comportamiento se utiliza para diferentes propósitos, en diferentes situaciones, de diferentes maneras, lo que merece un

estudio sistemático por parte de los estudiantes y profesionales para usar la comunicación en su vida diaria, en su trabajo y en su desarrollo continuo (Fernández, 2015)

La comunicación es efectiva cuando alcanzas tus metas; Es apropiado cuando se ajusta a lo que se espera en una situación. Se crea la percepción de que somos comunicadores competentes a través de los mensajes verbales que enviamos y los comportamientos no verbales que los acompañan.

La comunicación es un proceso de transmisión de estructuras de las partes de un sistema en el tiempo y el espacio. Es el mecanismo a través del cual las relaciones humanas existen y se desarrollan, es decir, todos los símbolos de la mente a través del espacio y preservados en el tiempo. (Castro, 2016)

2.1.4. Niveles de comunicación

Intrapersonal: La comunicación intrapersonal es, quizás, una de las ramas comunicativas más vinculadas al conocimiento y uso del lenguaje, pero desde una perspectiva interna. Es decir, se refiere a la forma en que los individuos seleccionan y articulan cada uno de los signos del lenguaje, pero no necesariamente para comunicar una idea a otra, sino también para reflexionar.

Los diálogos con uno mismo, en los que uno apela a una voz interior que a veces pregunta y a veces responde sobre el significado de la vida o los acontecimientos cotidianos, son ejemplos de la forma en que hacemos un uso íntimo e intrapersonal de la comunicación. (Paoli, 2016)

Interpersonal: Como en los casos anteriores, la descripción de la comunicación interpersonal parece un ejercicio fácil cuando, de hecho, presenta sus propias trampas. Aunque nadie puede negar que este proceso ocurre entre dos o más personas que intercambian mensajes a través de un canal, el principal problema ha sido delimitar el resultado de tales reuniones en función de las características de los remitentes / receptores, su número y el canal utilizado.

El debate se ha enriquecido en los últimos tiempos, gracias a la inclusión de factores como el papel social, la cultura y la forma en que los participantes construyen sus mensajes en función de su conocimiento del otro. (Paoli, 2016)

2.1.5. Características de la comunicación

A continuación se enumera las diferentes características de la comunicación: (Castro, 2016)

Dos o más personas: La primera de las características importantes de la comunicación es que debe haber al menos un mínimo de dos personas, ya que para intercambiar ideas y datos se necesita un remitente y un receptor. Aunque algunos filósofos puristas, indican la posibilidad de hablar consigo mismo.

Intercambio de ideas: La comunicación se basa principalmente en el intercambio de ideas. Estas ideas pueden ser sentimientos, datos objetivos, datos subjetivos. Aunque también es posible que exista comunicación a través del intercambio de gestos. A veces dos personas se comunican solo con lenguaje no verbal.

Entendimiento mutuo: Esta característica se basa en el hecho de que el receptor debe recibir la información dentro del mismo contexto con el que el remitente la está proporcionando. Dentro de un proceso de comunicación, generalmente es más importante comprender la información transmitida que los datos en sí.

Comunicación directa e indirecta: Para llevar a cabo un proceso de comunicación, no es necesario que el receptor y el remitente estén cerca uno del otro, cara a cara. La comunicación puede definirse como directa o como indirecta. La comunicación directa se refiere a lo que ocurre cuando los interlocutores se unen, cara a cara. Por otro lado, la comunicación indirecta será aquella que se realiza a través de otros medios: Internet, correo, otras personas. (Castro, 2016)

Proceso continuo: La comunicación es un proceso continuo, no tiene fin. Por ejemplo, tenemos el caso de los negocios, donde un jefe asigna trabajo a sus subordinados,

será necesario que haya una comunicación para tratar de conocer el progreso del trabajo y poder asignar nuevas órdenes.

Uso de palabras o símbolos: Hay muchos medios de comunicación, quizás los más extendidos son aquellos que usan palabras, como es el caso de la comunicación escrita y oral. Pero también podemos usar los símbolos para expresarnos. Un ejemplo de comunicación por símbolos es el sonido de una campana para anunciar el cierre de la escuela, o el hecho de fruncir el ceño cuando no estamos de acuerdo con nuestro interlocutor, mostrar ira a través de los ojos o indicar nuestras intenciones con el movimiento de nuestra mano. (Castro, 2016)

2.1.6. Comunicación digital

La comunicación digital está sumergida en todas las áreas, es un proceso de producción y distribución que se lleva a cabo con la ayuda de tecnologías digitales, lo que permite el desarrollo de un soporte digital analógico, sin excluir lo que se conoce como periódicos impresos (Martínez, 2014)

La comunicación digital en la sociedad del conocimiento, tema de esta investigación, está orientada hacia el descubrimiento de las capacidades de las nuevas tecnologías, lo que ha permitido que el conocimiento se considere una base fundamental en el desarrollo de los individuos; siendo un requisito ineludible para la industria de consumo, los medios de comunicación y las empresas de comunicación, así como los poderes regulatorios.

La comunicación tiene un carácter social que incluye todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus compañeros para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa compartir e implica compartir en un contexto social específico y con una historia particular. En otras palabras, es un proceso vinculado al comportamiento humano y las estructuras de la sociedad. (Hummanes, 2015)

El crecimiento de Internet permite nuevas formas de comunicación que permiten un cambio en la forma y sustancia del discurso. Se afirma la necesidad de estudiar la interacción no solo con el área comercial, sino que también vincula una parte importante,

como el ser humano, su inclusión y, especialmente, los cambios admitidos en la sociedad en la que se desarrolla y desarrolla. Esto ha abierto la posibilidad de intercambio de culturas, eventos, noticias, eventos que involucran a una sociedad etiquetada como "sociedad de la información", un término acuñado por filósofos, sociólogos y estudiantes del comportamiento humano dentro de su capacidad de interacción.

2.1.7. Características de la comunicación digital

Los medios en versión en línea son y siempre han sido multimedia o bimedia. Estos han fusionado los componentes de la prensa escrita con los de los medios audiovisuales. Lo primero que se incorporó fueron las imágenes; Ahora la hipertextualidad de los medios incluye videos, lo que hace de Internet una fuente confiable llena de contenido audiovisual. La configuración digital utiliza una serie de recursos para complementar y respaldar las noticias que se han expuesto anteriormente. Esta técnica es una herramienta complementaria a los datos que también enriquece la información. (Albornoz M. , 2016)

A continuación, se presenta algunas características de la comunicación digital:

Constantemente actualizado: El valor agregado que los medios digitales ofrecen requiere una actualización incesante. Los usuarios de Internet quieren ver nuevos contenidos, noticias actualizadas, especialmente en las noticias de seguimiento, así como noticias informativas acompañadas de contenido audiovisual que aporta verdad a los textos. Una página en línea debe tener una naturaleza dinámica para actualizarse constantemente en comparación con otras páginas. (Albornoz M. , 2016)

Interactividad: Hoy, se envía una gran cantidad de datos que se transmiten a todo el planeta. Como resultado, se producen intercambios de información simultáneos. De esta manera, todos quieren participar al instante.

La fácil accesibilidad al medio digital permite a millones de personas interactuar en páginas web, blogs, foros, chats, redes sociales, conferencias, etc. Los usuarios son los que permiten que el medio y el mensaje crezcan.

Hipertextualidad: Gracias al hipertexto, las noticias impactan mucho más a los lectores. La hipertextualidad es el elemento que permite la incorporación de diferentes capas de información para que aquellos usuarios que lo deseen puedan profundizar los diferentes niveles de información: título, hipervínculo que conduce a información detallada, informes, recursos u oraciones y contenido audiovisual. (Albornoz M. , 2016)

Multimedia: Es la forma de interactuar en las redes sociales junto con los nuevos formatos digitales ha permitido el uso de Internet para adquirir nuevas dimensiones y objetivos. (Milwood, 2016)

En el momento en que los medios van más allá de lo físico para configurarse con el mundo electrónico se puede leer una historia en un periódico impreso o en su versión digital, así como escuchar el último minuto o en la radio, verlo en la televisión o verlo en las redes sociales. Estos modos diferentes se unen y, en lugar de estar separados, están sintonizados en el mismo lugar. (Alencastro, 2016)

2.1.8. Comunicación de red

Es una comunicación informal que se establece con el estado regular de los miembros de la organización. Las redes estimulan la identificación laboral y sirven como unidades de socialización. (Cabrera, 2015)

2.1.9. Redes sociales.

Las redes sociales son una estructura social representando por individuos (a veces llamados actores) interrelacionado entre sí. Las relaciones pueden ser de diferentes tipos, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales o rutas aéreas. También es el medio de interacción de diferentes personas, como juegos en línea, chats, foros, espacios, entre otros. (Herrera, 2014)

Las redes sociales facilitan enormemente esta interacción, se pueden clasificar en redes sociales personales, que agrupan un conjunto de contactos y amigos con intereses comunes, y redes sociales profesionales, redes que se centran más en la creación de contactos profesionales relacionados con cada usuario.

En la actualidad, los medios pasan de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Es decir, los medios ya involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, que incluyen las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología.

Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceros, conocidos y desconocidos ", dice Celaya (2008). Se define como una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios gráficos donde los nodos representan a los individuos y las relaciones entre ellos (Herrera, 2014)

Una red social consiste en un número variable de nodos, que pueden ser sujetos u organizaciones, vinculados a otros nodos, definidos como agentes de intercambio de información. Estos procesos de comunicación tienen una cierta densidad, un factor determinante en la estructura de una red.

Estas redes están conectadas a través de diferentes canales y distribuidas en diferentes planos determinados por su naturaleza o distribución espacial, formando así una red compuesta de diferentes nodos, que a su vez se conecta con otros nodos de otras redes ubicadas en otros planos, de tal manera que sea posible localizar una red dentro de otras redes, en un complejo sistema de interconexiones, con diferentes niveles de conectividad. El mejor ejemplo de esto lo da la red de Internet, que es, por definición, la red de redes.

2.1.10. Características de las redes sociales.

(Herrera, 2014). Reconoce como características definitorias de las Redes Sociales, Rango, centralidad y roles.

Rango: El rango de las redes sociales varía según el tamaño y la heterogeneidad de la red. Las grandes redes tienen una gran heterogeneidad, sus miembros tienen diversas características sociales, lo que se traduce en una mayor complejidad en la estructura de la red, esto los hace más innovadores y exitosos en lograr cambios en las estructuras.

Las redes pequeñas tienden a ser más homogéneas, generalmente corresponden a grupos con una naturaleza más conservadora, lo que las hace más exitosas en la conservación de los recursos existentes.

Centralidad: La centralidad se define por las relaciones dentro de una red, por lo que hay quienes serán el centro de la red y quienes estarán en la periferia o aislados dentro de la red. (Albornoz M. , 2016)

La investigación en Redes Sociales ha determinado sistemas de medición que permiten establecer la geografía de las relaciones dentro de una red, determinando la distribución de los nodos de acuerdo con el número y la dispersión de las conexiones que establecen, permitiendo definir qué nodos son puentes de contacto fundamentales para la existencia de la red, ya sea por ser titulares de ella o por ser nodos de contacto con otros nodos externos. La salida o bloqueo de estos nodos significa la destrucción de la red.

Roles: Hay diferentes roles tipificados entre los miembros de una red, que pueden identificarse a partir de los patrones de relaciones establecidos por los miembros de la red. Esto ocurre tanto en redes cara a cara como en aquellas que operan con comunicación mediada por computadora. (Herrera, 2014)

2.1.11. Ámbito cultural.

Es la difusión de la cultura, a través de los medios de comunicación: estaciones de radio y televisión, Internet, prensa alternativa, cine, comunidad y otros medios, prensa escrita, eventos culturales y deportivos, etc., tienen un papel muy importante. Entre la cultura y los medios de comunicación hay una relación dialéctica. Forman parte del aparato ideológico del estado y ambos se encargan de presentar a la gente la "realidad" y los valores concordantes con la ideología de la clase dominante. (Herrerros, 2015)

En los últimos tiempos ha existido un desarrollo y progreso en los medios de comunicación mayor que hace unos años. Este progreso ha tenido lugar paralelamente al proceso de globalización en el desarrollo social. La globalización abarca todas las esferas y esferas de la sociedad, desde la base económica hasta la superestructura de la sociedad.

La superestructura en la que la cultura es una parte importante y el hecho de que sea un concepto tan amplio y que abarque tantas esferas y áreas de la vida, es lo que más llega a las personas.

En este sentido, es importante que los valores y conceptos culturales que se recibe a través de los diferentes medios sean una contribución al desarrollo del ser social, es decir, del individuo y promueva el enriquecimiento de la conciencia social de la humanidad. (Martinell, 2014)

2.1.12. La comunicación digital y cultura

La comunicación es muy importante en una sociedad ya que constituye algo fundamental en el momento de una conversación entre dos o más personas que comprenden lo que el emisor manifiesta. (Bretones, 2015)

La tecnología es el motor principal del progreso, y se remonta a un futuro que todos los países del mundo buscan. El desarrollo de un sub-territorio y así lograr la aceptación de las nuevas generaciones. Los seres humanos realizan sus actividades diarias de forma menos cansada y forzada con su influencia en los medios digitales, especialmente los escritos.

Cada aplicación de tecnología, ahora es más actual, lo que hace que los medios sean masivos y ricos en información, porque desde que se usó la imprenta, el hombre ha tratado de actualizarlo cada vez más hasta que sea el momento de no depender de ello.

En estos tiempos el uso de las nuevas tecnologías, en cibermedia, se ha convertido en una alternativa para dar información a diferentes audiencias que en todo momento actualizan su contenido a miles de usuarios.

Gracias a las nuevas tecnologías, los medios digitales tienen la posibilidad de transmitir información en varios formatos: audio, video, texto y fotografía, incluso si están en la matriz, ya sean de radio, periódicos o televisión.

Internet sigue siendo un territorio inexplorado y en rápida evolución. Las generaciones actuales pueden comunicarse y compartir información de manera instantánea

y en mayor escala que nunca. Las redes sociales permiten que la información se extienda por todo el mundo a toda velocidad.

2.1.13. Uso del internet en la sociedad

Según (García, 2014) Gran parte del éxito de las empresas que utilizan medios digitales radica precisamente en eso: han podido identificar qué canales, medios y recursos son más favorables para su oferta y el tipo de producto y los han explotado al máximo.

Las herramientas de este nuevo contexto son tantas que es difícil agruparlas todas en una lista. Sin embargo, dentro de los más importantes son:

Plataformas multimedia: Internet no solo es una herramienta para difundir textos digitales. ¡Las posibilidades son infinitas y los formatos son infinitos! Intente publicar contenido con plataformas como Youtube, Flickr o SoundCloud.

AdWords de Google: Es uno de los pilares de Internet y una herramienta esencial para cualquier empresa que quiera posicionarse en el mercado digital. Ayuda a seleccionar el contenido de mayor calidad y los coloca en los primeros lugares de los motores de búsqueda.

Prezi: Especializada en presentaciones no lineales o vinculadas a otro contenido, es una herramienta indispensable en estos tiempos. Se puede incorporar en estrategias de marketing de productos o servicios.

Grupos de Facebook: No se trata solo de usar esta red social como un recurso para sus opciones de mercado. En este caso, lo que se busca es tener un espacio digital privado para compartir contenido o enviar actualizaciones y mensajes.

La gran ventaja de este recurso es que los contenidos llegarán a las audiencias que desea que alcancen. Como se puede ver, las posibilidades que ofrece la comunicación digital para comercializar productos y posicionar su marca son infinitas.

2.1.14. Influencia de las redes sociales

(Herrera, 2014). Menciona que las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre ellos para comunicarse e intercambiar información. Las personas no necesariamente tienen que conocerse antes de entrar en contacto a través de una red social, pero pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.

El correo electrónico es un medio de comunicación ampliamente utilizado en las organizaciones por la rapidez y facilidad en el intercambio de información.

Según (Martínez, 2014). El internet y las redes sociales han hecho que el aprendizaje sea atractivo, dinámico, interactivo y versátil. En el foro, se pueden exponer puntos de vista sobre diversos temas, además de publicar nuevos temas que generan otras opiniones.

Actualmente Facebook es una red social donde las personas y las empresas pueden comunicarse a través de un muro de publicaciones.

Twitter es un sitio donde los usuarios expresan sus ideas en 140 caracteres o menos. Los portales son sitios en la red que permiten a la parte interesada acceder fácilmente a los recursos y servicios relacionados con el mismo tema.

Las bibliotecas digitales ofrecen diversos servicios, tales como: búsqueda de información, orientación sobre temas específicos, sugerencias bibliográficas, consulta de diccionarios, anuarios, entre otros.

Los periódicos, revistas y libros, incluidos sus procesos de difusión de información, digitalizaron sus publicaciones o crearon medios digitales de información, una de sus ventajas es la actualización inmediata de sus contenidos o notas. (Martínez, 2014).

2.1.15. Efectos la comunicación en el ámbito cultural

Según (Calvo, 2016). En el siglo XXI, en el que el desarrollo de los medios de comunicación y el proceso de globalización marcan la tendencia del desarrollo social, las ideas y los conceptos que contienen juegan un papel fundamental. Es en este sentido que se necesita una cultura donde los derechos de las mujeres en igualdad con los derechos de los hombres deben estar a la vanguardia, y donde los derechos de los niños deben ir de la mano con los derechos de las mujeres.

Se debe ofrecer una cultura en la que la tolerancia, la comprensión, el respeto y la aceptación de la diversidad sexual sean fundamentales y que otorguen el derecho a la libre elección de la opción sexual el estado y la connotación de uno de los principales derechos humanos.

La humanidad necesita una cultura donde los valores del amor hacia los demás, la igualdad social, la solidaridad y la democracia sean los elementos que contribuyen a la formación de las nuevas generaciones del siglo XXI. En la entrega de esta cultura, los medios juegan un papel importante y de primer orden. Por eso existe una relación dialéctica entre cultura y medios de comunicación. (Paoli, 2016)

Esta relación dialéctica también se produce entre la base económica y la superestructura de la sociedad. La superestructura depende de la base económica en que es esto lo que determina la superestructura política e ideológica de la sociedad.

La función social de la superestructura es defender, proteger, fortalecer y desarrollar la base. En la sociedad capitalista dividida en clases antagónicas, la superestructura asegura el dominio político e ideológico de la clase capitalista, que ocupa la posición dominante en la economía.

En la vida y en un sistema social, nada es tan rígido y determinado. La superestructura tiene una dependencia relativa de la base. La base económica influye en la superestructura a través de la conexión de intereses económicos y políticos representados en las diferentes ideologías, clases y organizaciones políticas que los representan.

La historia de la humanidad y el desarrollo de la sociedad es el producto de la lucha de clases, es a través de la lucha de clases que se puede cambiar la base económica de la sociedad. (López, 2014). Las características de la comunicación en el ámbito cultural son:

- Administración, aunque generalmente se refiere a dirigir la economía de una persona o entidad, el sentido más aplicado de la gestión cultural (especialmente la gestión cultural pública) es cuidar los intereses de una comunidad.
- Recursos, que se refieren a recursos financieros, tecnológicos, comerciales, materiales e intangibles (por ejemplo, una marca), así como a personas: artistas, técnicos, colaboradores.
- Organizaciones, eventos o infraestructuras culturales. (Zubiría, 2015)

2.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Antecedentes investigativos

(Alsina, 2015). En su publicación acerca de “las teorías de la comunicación, ámbitos, métodos y perspectivas” menciona que la comunicación digital en la sociedad del conocimiento representa hoy una relación simbiótica. Al final de la década de los 90, nos mostraba un mundo que parecía un desafío, pero que básicamente significaba apostar por nuevas prácticas culturales y nuevos medios tecnológicos; Lo que evidenció la movilización de la comunicación al servicio de la cultura.

Hoy todos quieren tener la ventaja competitiva del conocimiento porque es un rango de apertura hacia muchas posibilidades. Es comprensible que los medios tradicionales intenten descubrir y posicionar su nueva identidad y funciones en el nuevo escenario de la red; espacio por otro complejo y dinámico, donde las reglas se hacen sobre la marcha. Las nuevas tecnologías han producido, y aún lo hacen, capacidades insospechadas para la transformación en la sociedad de este siglo.

Existen diferentes definiciones de cultura, pero todos están de acuerdo en que la cultura es una creación social que nos permite crear comunidades. (Albornoz M. , 2016).

Señala que convertirse en humano es convertirse en un individuo y nos convertimos en individuos guiados por esquemas culturales creados históricamente que constituyen marcos de referencia para dirigir nuestras vidas.

De esta definición se deduce que hay tantas culturas como comunidades existentes. Y la comunicación no está fuera de esta clasificación, en la que encontramos la superposición de culturas, antagonistas y / o complementarios según el punto de vista desde el que se aborda este problema. Sin embargo, para desvelar una cultura es necesario internalizar las expresiones sociales, desentrañando sus unidades de significación desde la visión del actor social.

Frente al impacto generado por la inserción de la tecnología en términos de su manifestación a través del fenómeno de las redes sociales, existen varias posiciones al respecto: miedo, rechazo o aceptación y / o uso.

Visiones relacionadas con el concepto de redes sociales que, a pesar de tener varias definiciones, todas coinciden en el intercambio comunicativo como pilar fundamental.

(López, 2014). Los define como "servicios basados en la web que permiten a sus usuarios interactuar, compartir información, coordinar acciones y, en general, mantenerse en contacto".

Por su parte, (Martinell, 2014). Propone tres tipos de redes sociales en línea:

Redes masivas, que cubren una gran cantidad de usuarios en torno a diversos temas en torno a lo privado o lo público. Aquí están Facebook, Twitter, Tuenti, entre otros.

Redes abiertas para compartir archivos en diferentes formatos: YouTube (para videos), Flickr (para fotografías), Slideshare (presentaciones), entre otros.

Redes temáticas o comunidades de aprendizaje, donde se encuentran Ning, Elgg, Socialgo, entre otras, por lo que las redes sociales se consideran todas aquellas plataformas que permiten la transmisión o el intercambio de diversos tipos de información a través del

uso de Internet, a lo que se agrega la incorporación de telefonía móvil en constante desarrollo tecnológico.

Sin embargo, existe una diferencia entre los diferentes tipos de redes según los diferentes usuarios, clasificando las redes en informales o personales, como Facebook o Whatsapp; o laboral o académico, como algunas bases de datos (por ejemplo, Online Journalism Research), también de acuerdo con el propósito para el que se utilizan

Porque "el hecho de que algunas personas utilicen una red social u otra depende de los amigos y las redes que se establecen entre ellos y no tanto de la herramienta, la tecnología que ofrece" (Herrerros, 2015)

Esto nos permite inferir que existen diferentes tipos de redes sociales que sustentan el nacimiento de una comunidad virtual. En el que es posible el surgimiento de lazos emocionales, especialmente cuando hablamos del mundo de los jóvenes. Sin embargo, hay dos posibilidades: que las personas que comparten intereses similares y capital cultural estén vinculadas, lo que también podría ocurrir en la realidad, o individuos anónimos que solo se vinculan a través del ciberespacio y no pueden establecer vínculos comunicativos en la realidad.

La web y dentro de ella, las redes sociales, se posicionan como una nueva forma de comunicación donde puede haber información de gran valor, pero también existe el riesgo de exceso de información e información de baja calidad, donde el rumor puede tener una gran fuerza porque "los mensajes no solo se deforman, acortan y condensan, sino que debido a la velocidad a la que fluye la información en las redes sociales, a menudo hay una falta de tiempo para que las personas involucradas intervengan y, sobre todo, hay una reflexión sobre la información que se está consumiendo" (López, 2014)

2.2.2. Categorías de análisis.

Categorías de análisis 1: La comunicación digital

Definición: La comunicación digital es un concepto que ha ganado importancia en los últimos años. Es una modalidad de diseño cuyo objetivo es comunicar información a

través de las últimas tecnologías y las tendencias que más llaman la atención. (Albornoz M., 2016)

Este concepto abarca todos los métodos y herramientas utilizados para transmitir mensajes a través de un medio digital. Los diferentes emisores y receptores de dicha comunicación, y el efecto que produce el mensaje en ellos, también son parte de este concepto. En resumen, la comunicación digital es algo que está presente en todos los medios actuales, y es responsable, del desarrollo de la sociedad.

Operacionalización de las subcategorías

- Importancia de la comunicación digital
- Influencia de las redes sociales
- Uso del internet en la sociedad

2.2.3 Postura teórica

Según (Benarte, 2015) menciona que, los medios de comunicación fueron concebidos exclusivamente como una herramienta de información. El desarrollo de las sociedades y especialmente los avances tecnológicos, amplió las funciones de los medios de comunicación convirtiéndolos en ejes esenciales de la actual vida común globalizada de la humanidad.

En tal historia, los efectos que primero se dieron por sentados se consideraron luego efectos limitados, cuestionando la persuasión que se atribuyó a los medios de comunicación, la sumisión a su influencia y el famoso poder de los medios, lo que ha llevado a repensar las últimas décadas, lo que se podría llamar «los efectos y su público». (Benarte, 2015)

Los efectos que los medios masivos producen en el público (destinatarios, lectores, espectadores) han centrado el desarrollo de la investigación en comunicación, en la más abundante literatura sobre el tema, donde los diferentes esquemas y modelos se repiten hasta el final, olvidando un principio básico de la teoría: que la redundancia no proporciona información.

Para (García, 2014). La sociedad va de la mano con los medios de comunicación, facilitan la vida cotidiana y ayudan en todos los sentidos, la influencia ejercida por los medios de comunicación en la sociedad actual es innegable, en algunos casos esta capacidad de intervenir en el individuo y, por lo tanto, en la comunidad social puede ser beneficiosa, sin embargo, en otros momentos, puede tener un efecto realmente dañino.

Los medios de comunicación de masas tienen una enorme gravedad en la vida social de todas las personas, hasta tal punto que en nuestros días nadie puede vivir sin información.

La comunicación digital es muy importante hoy en día debido a su gran eficiencia. Además de ser un método muy simple, le permite transmitir y compartir mensajes mucho más rápido. La evolución constante de las tecnologías significa que la comunicación también cambia constantemente.

Categoría de análisis 2: La comunicación y su influencia en el ámbito cultural

Definición Ámbito Cultural puede definirse como: Es todo proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de una comunidad o sociedad. Por lo tanto, un elemento sociocultural tendrá que ver exclusivamente con los logros humanos que pueden servir tanto para organizar la vida comunitaria como para darle sentido. La administración de los recursos de una organización, evento o infraestructura cultural, con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que alcance el mayor número de público o consumidores, brindando la máxima satisfacción, donde los diferentes componentes tienen implicaciones específicas para los profesionales de la gestión cultural. (Martinell, 2014)

Operacionalización de las categorías

- Efectos de la comunicación en la cultura
- Políticas de información
- Fomento de la cultura en la comunicación

Postura teórica:

Para (Cabrera, 2015). En un sentido antropológico, ampliamente difundido y aceptado por la comunidad científica, la cultura se entiende como la totalidad de las formas

de vida de una sociedad: "la cultura es el conjunto integral constituido por los utensilios y bienes de los consumidores, por el conjunto de normas que rigen diversos grupos sociales, para ideas, manualidades, creencias y costumbres"

La concepción moderna de la relación entre comunicación y cultura busca rescatar las expresiones populares del olvido o el menosprecio y otorgarles el reconocimiento de que anteriormente fueron negadas como procesos de producción cultural. En esta línea se registran como procesos de producción cultural.

Las concepciones en las que se basa esta perspectiva son:

- La comunicación se entiende en su naturaleza democrática y, por tanto, transformadora.
- Es un proceso (el resultado obtenido no es, por lo tanto, lo fundamental).
- Implica diálogo, comunidad, horizontalidad.
- El criterio de efectividad es la reflexión, la acción.
- La comunicación es siempre bidireccional, participativa y al servicio de la mayoría.

"La retroalimentación se transmite al concepto de alimentación previa: búsqueda inicial entre los destinatarios para que los mensajes los representen y reflejen. Es el punto de partida de toda acción comunicativa. La función del comunicador es recopilar las experiencias de la comunidad, Selecciónelos, solicítelos y devuélvalos a los destinatarios, de manera que puedan hacerlos conscientes, analizarlos y reflexionar" (López, 2014)

También se ajusta al paradigma cultural que establece que la comunicación es hacer que los hombres reconozcan a los demás y esto en un doble sentido, es decir, reconocen el derecho a vivir y pensar de manera diferente, siempre que se reconozcan a sí mismos como hombres en esa diferencia.

Para el análisis de este paradigma es necesario tener en cuenta varios elementos:

- Negociación y naturaleza transaccional de toda comunicación: la comunicación se concibe como apropiación, experimentación, activación de la competencia cultural de las personas, socialización de la experiencia creativa, reconocimiento de las diferencias.

- Relación entre cultura popular y cultura de masas: el núcleo principal de esta concepción radica en considerar que la masa no es una degeneración de la alta cultura, sino una deformación de lo popular.
- Concepción del proceso de recepción: la prioridad dada al receptor es uno de los componentes clave de este paradigma. La recepción es un proceso activo de identificación y reconocimiento.

Desde la conceptualización de estos paradigmas, la relación compleja entre cultura y comunicación se puede entender de una manera más completa, ya que este no es un proceso que solo tenga en cuenta la posibilidad de informar, difundir, propagar, de un remitente a un receptor, sino de un proceso dialéctico que se expresa en la dinámica de las relaciones humanas, en la necesidad de que los hombres tengan que ser entendidos, reafirmar su identidad e intercambiar sus experiencias con otros hombres en la sociedad que han tenido que vivir. (Martín, 2013)

2.2.4. Políticas de la información pública

Según la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública señala lo siguiente en relación a las políticas de información en general:

Tomado del: 24 Suplemento del Registro Oficial 337 del 18 de mayo de 2004 Estado: Válido

Art °. 1.- Principio de publicidad de información pública. - El acceso a la información pública se basa en las personas que garantizan el estado. Toda la información que emana o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho.

La ley orgánica de la Contraloría General del Estado; Las organizaciones de trabajadores y los funcionarios de las instituciones del estado, las instituciones de educación superior que reciben rentas del estado, las llamadas organizaciones no gubernamentales (ONG), están sujetas al principio de publicidad; Por lo tanto, toda la información es posible, excepto las excepciones establecidas en esta Ley.

Segundo título de la información pública y su divulgación art. 5.- Información pública. - Se considera información pública, cualquier documento en cualquier formato, que esté en poder de las instituciones públicas y las personas jurídicas, que esté relacionado con la ley, los contenidos, que se utilizan para las personas, que están bajo. Su responsabilidad o si han sido producidos con los recursos del Estado.

Es importante señalar que los recursos audiovisuales deben ser un medio y no un fin. Por este motivo, debe tenerse en cuenta que su uso sistemático no garantiza que el proceso de aprendizaje tenga lugar, sino que es un medio que lo favorece en función de las características del grupo, el contexto y los intereses de los estudiantes. (García, 2014)

Por lo tanto, el profesor debe haber definido la intencionalidad del uso de los recursos audiovisuales y evaluar qué recurso, a qué hora, para qué estudiantes y con qué contenido se utiliza. De esta manera, un recurso audiovisual adquiere la calidad de un recurso educativo, siempre que se haya diseñado para lograr un objetivo didáctico.

Los profesores que poseen el conocimiento que les permite lograr un uso didáctico de los recursos audiovisuales pueden decir que dominan el TAC (tecnologías de aprendizaje y conocimiento).

Estas tecnologías de aprendizaje y conocimiento no se entenderían sin las TIC (tecnologías de la información y la comunicación), a través de las cuales se han logrado notables avances en diferentes recursos audiovisuales, como videos, audios, imágenes en movimiento, gifs, etc. La simbiosis entre estos recursos. y las redes sociales han significado que estas últimas se hayan convertido en parte de la escena educativa, no solo como recursos de apoyo, sino como protagonistas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

A través de la incorporación de las redes sociales a la educación, logramos fomentar la construcción compartida del conocimiento a través de la investigación en la red, la apertura de diferentes canales de aprendizaje, la participación activa de los estudiantes en el desarrollo del conocimiento y el logro del aprendizaje significativo.

2.2.5. Análisis referencial:

Fomento de la cultura en la comunicación

La globalización no es solo un proceso económico y tecnológico. Una mayor interacción entre las personas, el libre flujo de información y la interdependencia cultural son también las consecuencias de nuestro mundo en el proceso de globalización. Comunicar superar las diferencias culturales es un reto básico del mundo contemporáneo. Por lo tanto, los medios tienen un papel de auténtico "mediador" en la promoción de la conciencia global. (Bechini, 2016)

Respetar las diferencias culturales y preservar la libertad de expresión siempre como un conflicto que debe ser discutido y negociado en cualquier sociedad democrática. Tenemos derecho a una expresión franca e inclusiva, siempre que no se haga con la intención de incitar a la discriminación, la hostilidad o la violencia. Cualquier intento de restringir la libertad de expresión debe ponderarse de acuerdo con este criterio. Nuestros derechos relacionados con la religión y la cultura. No hay jerarquía de derechos humanos. Existe una interrelación y es precisamente este respeto mutuo de todos los derechos.

Es vital reconocer que la diversidad cultural se enriquece con la experiencia y las contribuciones de todas las naciones, culturas y pueblos. La diversidad cultural promueve valores universales y permanentes en un terreno común donde ninguna cultura puede reclamar el monopolio. Si la verdad es que la diversidad puede ser una causa de división, intolerancia e incluso violencia, un medio de comunicación libre, plural y profesional es un foro para la negociación no violenta de las diferencias.

Sistemas de información cultural

Los Sistemas de Información Cultural surgen en respuesta a la necesidad de contar con herramientas para guiar la toma de decisiones, formular y evaluar políticas y mostrar la importancia del sector. Este capítulo presenta algunos de los antecedentes que originan su aparición, particularmente en América Latina, los objetivos y procesos que se han propuesto, así como algunos de los factores críticos que afectan su desarrollo y continuidad. (Albornoz M. , 2016).

Este sistema constituye una plataforma informática disponible para todas y todas las partes interesadas para abordar temas relacionados con la cultura y facilitar los procesos de participación en convocatorias de fondos competitivos, patrocinios y festivales; establecer un directorio de artistas y gestores culturales; Ubicar y visualizar recursos culturales, entre otras acciones a través de subsistemas.

2.2.6. Antecedentes investigativos:

Los jóvenes en la cultura de los medios digitales.

Entre los jóvenes, internet tiende a ocupar ese papel principal. Más del noventa y cinco por ciento de los jóvenes de la región tienen acceso a internet en sus hogares y la mayoría utiliza la web a diario. (Milwood, 2016)

Las percepciones del tiempo y el espacio, de los límites entre lo público y lo privado, han cambiado. Y así tienen las funciones de los medios. Los temas recurrentes de los estudios de la cultura mediática contemporánea son la diversificación, la fragmentación y la individualización.

Se están revisando las definiciones de conocimiento e información, mientras que conceptos como la integridad personal están cambiando. Y, dado el consumismo rampante que impregna la sociedad moderna, los niños y los adolescentes son un grupo que atrae el interés de las empresas.

Los medios de comunicación se encuentran entre las fuerzas sociales más poderosas de nuestro tiempo y, si hablamos de política, economía o cultura, no podemos evitar considerar el impacto de los medios.

Uso de los medios digitales.

Los jóvenes dedican una mayor cantidad de tiempo a diversas actividades de Internet, pero eso no significa que dejen de lado los medios tradicionales y convencionales, como la televisión, la radio, los periódicos, los libros y las revistas que continúan ocupando una buena porción diaria en la vida de los ciudadanos y los jóvenes. (Valles, 2016).

Internet ofrece campos de comunicación, información, conocimiento, compras, entretenimiento, juegos, formación de opinión, creatividad, arte y mucho más.

Las "redes sociales" son algo totalmente diferente que permite la combinación de tecnología, interacción social y contenido generado por el usuario. Tienen diferentes tipos de foros de discusión: comunidades, blogs y otros tipos de comentarios. Las actividades en línea que muestran el crecimiento acelerado entre los jóvenes son aquellas que permiten la interacción de las personas, por lo que se denominan "redes sociales". (Herrera, 2014)

Regulación del uso de los medios digitales

Desde que existen los medios de comunicación modernos, se ha desatado mucho temor acerca de la influencia de los medios en los jóvenes, esta preocupación ha ido en aumento a medida que avanza la tecnología. Existe un interés especial hoy en día sobre los daños y pérdidas en el contenido de los medios que está aumentando debido a internet, juegos de computadora, teléfonos móviles y televisión por cable o satélite. (Alencastro, 2016)

Se refiere tanto a la ficción como a las historias reales de violencia o pornografía, anuncios ofensivos, descripciones estereotipadas e irrespetuosas de mujeres jóvenes, mujeres y minorías, mensajes de incitación al odio y otros.

También existen temores acerca de los riesgos a los que están expuestos los jóvenes cuando usan las redes sociales y tiene que ver con encuentros anónimos con extraños, es decir, salir con extraños que pueden hacer daño. Otros riesgos nuevos son autolesiones, suicidio, drogas, juegos de azar, adicciones y riesgos comerciales. Por otro lado, están los problemas de descargas y ramificaciones ilegales de instituciones que promueven actividades como la pornografía, la violencia, etc.

Frente a este panorama sobre los medios digitales y los medios culturales que hoy enfrentan nuevos desafíos, se necesitan leyes que equilibren los objetivos de mayores oportunidades y menores riesgos. Además, centrarse en temas relacionados con los jóvenes y los medios de comunicación con solo regulaciones no es suficiente, ya que a menudo establece serias limitaciones.

Para lograr un marco completo, se deben tener en cuenta las perspectivas de los espectadores y usuarios. Se necesita una mayor comprensión de los medios de comunicación en toda la sociedad. Los medios de comunicación deben ser alentados y regulados responsablemente, aunque algunos aspectos siguen siendo imperfectos y vulnerables. Una cultura de los medios de comunicación responsable es un tema completamente diferente, ya que depende de ciudadanos críticos y educados, especialmente con respecto a la representación de los medios de comunicación.

La educación informativa mediática

Los medios de comunicación y, sobre todo, Internet, pueden representar fuentes sociales y culturales que empoderan a los jóvenes en su desarrollo personal y en su desarrollo como miembros de la sociedad, como ciudadanos. Estos procesos de desarrollo requieren imaginación y creatividad, así como aprendizaje y conocimiento. De esta manera, los medios de comunicación y la educación de la información son cruciales para una sociedad democrática. (Bourguignon, 2015)

Un conocimiento más profundo y extenso de los medios de comunicación sería un estímulo para la participación, la ciudadanía activa, el desarrollo de la competencia y el aprendizaje significativo. Así, la educación de la información adquiere relevancia.

Es esencial que haya más competencia con respecto a los medios, es decir, más educación en los medios. También es importante que tanto los niños como los jóvenes sean competentes, pero los padres, los maestros y otros adultos también deben ser competentes. Al acceder a los medios, los jóvenes deberían entender cómo funcionan los medios, cómo crean significados, cómo está organizada la industria de los medios, cómo ganan dinero y cuáles son sus objetivos. Eso sin olvidar la importancia de la conciencia y la sensibilidad hacia la censura política y las barreras comerciales.

2.3. Categoría de Análisis

Variable Dependiente

Comunicación digital

Variable	Concepto	Indicadores	Técnicas
Comunicación digital	La comunicación digital es un proceso de producción y distribución que se lleva a cabo con la ayuda de tecnologías digitales, lo que permite el desarrollo de un soporte digital analógico.	Falta de comunicación Mal uso de las redes sociales Comportamientos inadecuados	Encuesta elaborada a los jóvenes

Variable Independiente

Ámbito cultural

Variable	Concepto	Indicadores	Técnicas
Ámbito cultural	Es la difusión de la cultura, a través de los medios de comunicación: estaciones de radio y televisión, Internet, prensa alternativa, cine, comunidad y otros medios, prensa escrita, eventos culturales y deportivos, etc., tienen un papel muy importante	Redes sociales Incidencia de las redes sociales en el ámbito socio cultural	Preguntas a los jóvenes

2.4. Postura Teórica

En la presente investigación se propuso una teoría social del uso de los medios en los jóvenes y de esta manera, entender la influencia que ejerce los medios en este grupo poblacional.

Esta investigación tiene como referencia de aportes importantes como Herrera quien manifiesta que los esfuerzos para lograr una comunicación efectiva con los jóvenes a nivel local y nacional deben reforzarse en todos sus elementos y prácticas, y también deben integrarse en los medios y planes y estrategias de educación nacionales. (Herrera, 2014)

La educación en medios es de gran importancia. Las escuelas deben reconocer su responsabilidad de incluir la cultura de los medios juveniles en el currículo en todos los niveles. Sin embargo, el éxito en este sentido dependerá de la formulación por parte de las organizaciones educativas, sobre la base de un marco más completo y unificado que abarque la educación en medios y la información, así como la regulación, la correulación y la autorregulación. . Todo para identificar necesidades y asegurar resultados positivos a nivel nacional y regional. Una sociedad del conocimiento necesita ciudadanos con educación en medios e información.

Ante esta situación, es importante contar con una programación de calidad para el público juvenil, especialmente en los programas en los que participan jóvenes y niños. A lo largo de la historia, los jóvenes a menudo han participado activamente en demostraciones que han provocado cambios sociales y, casi siempre, el uso creativo que han hecho de los medios y las prácticas innovadoras de comunicación han sido cruciales en el proceso.

El uso de los medios digitales en los jóvenes, cada día va en aumento, el acceso a nuevos móviles con nuevas tecnologías hace que la información mundial llegue de forma más rápida y las restricciones son más fáciles de vulnerar, lo que lleva como consecuencia a un uso sin control que pueden afectar el comportamiento, identidad y relaciones sociales entre los jóvenes, creando nuevos estereotipos y formas culturales de expresión.

Este proyecto asume una posición dentro del paradigma constructivista y formativo, desde el punto de vista educativo, es importante señalar que la educación del uso de los medios es una de las principales actividades a desarrollar, la explotación de las ventajas del internet en favor de crear nuevas oportunidades de emprendimiento, de vinculación social, son tareas que finalmente se propone este estudio al realizar talleres formativos para los jóvenes del barrio 10 de agosto.

Varios autores mencionan en referencia a la comunicación digital y cultura que hay una necesidad imperativa de abrirse a pensamientos progresivos y de multiplicar los enfoques interculturales. Debe aprender más de los demás y compartir conocimientos y contenido. Además, se requieren nuevos indicadores, estadísticas y otras herramientas que documenten las tendencias desde una perspectiva a largo plazo.

El desafío que existe es desarrollar políticas que equilibren dos objetivos en conflicto: maximizar el potencial de las nuevas tecnologías de la información y minimizar los riesgos que conllevan.

2.5. HIPÓTESIS

2.5.1. Hipótesis general o básica

La capacitación acerca de la comunicación digital, mejorará el ámbito cultural y social de los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo del cantón Quevedo.

2.5.2. Sub-hipótesis o derivadas

- El uso correcto de las fuentes de comunicación digital optimizará el desarrollo socio educativo de los jóvenes
- La aplicación de las redes sociales con mensajes propositivos, mejorarán el comportamiento de los jóvenes, del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo
- La propuesta de implementación de talleres de comunicación digital, optimizará la relación en el ámbito cultural de los jóvenes

2.6. Variables

2.6.1. Variable dependiente

La comunicación digital

2.6.2. Variable independiente

La influencia en el ámbito cultural, social, de los jóvenes.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología de la Investigación

Este estudio acerca de la influencia de los medios de comunicación en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de agosto tiene como base metodológica la descripción y el análisis documental, tiene un enfoque procedimental, que se basa en la recolección, análisis y procesamiento de datos para obtener finalmente los resultados de acuerdo a los objetivos planteados

3.2 Modalidad de Investigación

La modalidad de investigación cuantitativa no experimental que se basa en la aplicación de encuestas para obtener datos del estudio de las variables, los mismos que serán clasificados, analizados y evaluados, mediante tablas estadísticas con su análisis e interpretación. A través del método cualitativo se realizarán la descripción de los problemas a investigar

3.3. Tipo de investigación

Investigación explicativa: Este tipo de investigación permitió describir los programas asociados con los medios de comunicación digital, para conocer la forma como influyen en el ámbito cultural, en especial hacia los jóvenes.

3.4. Métodos de Investigación

3.4.1. Analítico:

El Método analítico nos permitió conocer la naturaleza de la comunicación digital, y el ámbito cultural, para comprender su esencia, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer resultados.

3.4.2. Deductivo

Este método permitió realizar el análisis de la investigación desde un plano general a lo particular y al aplicarlo a la investigación permitió conocer la influencia de la comunicación digital, en el ámbito cultural.

3.4.3. Inductivo

La aplicación de este método permitió la obtención de la información desde un plano particular a lo general, este método se aplicó en la encuesta para conocer las características de la comunicación digital, y su influencia en el ámbito cultural de los jóvenes.

3.4.4. Sintético

Este método se utilizó para realizar la síntesis del todo, ayudó a la comprensión cabal de la esencia de lo que se intentó conocer en todas sus partes y particularidades relacionadas con el proyecto de investigación.

3.5. Técnicas de investigación

Para la recolección de datos se emplearon las técnicas de la observación y la encuesta, herramientas básicas que fueron utilizadas para desarrollar los sistemas de información y compilar datos relevantes sobre la problemática.

3.5.1. Observación

Es la técnica que se empleó para la obtención de información real y directa de las situaciones que se presentaron durante la investigación, relacionadas con la influencia de la comunicación digital, en el ámbito cultural con los jóvenes.

3.6. Instrumentos de investigación

3.6.1. Entrevista: A través de la entrevista se investigará acerca de la influencia de los medios de comunicación digital en los jóvenes analizando los efectos de las redes sociales

en su ámbito cultural, se realizará la entrevista a profesionales de la comunicación y psicólogos

3.6.2. Encuestas.

Se realizará la encuesta a través de un cuestionario con 10 preguntas cerradas con referencia a la influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes.

3.7. Recolección de la información

Los datos se recogieron a través de:

Fuentes primarias, a través de la encuesta a jóvenes del barrio 10 de Agosto de la parroquia 24 de Mayo, y la entrevista a profesionales de comunicación y psicología

Fuentes secundarias, la información se obtuvo de textos, sitios web, artículos científicos, relacionados con la comunicación digital y ámbito cultural.

3.8. Análisis e interpretación de resultados

El proceso de análisis de resultados de la encuesta se lo realizó a través de programas como Word y Excel, para los cuadros y figuras estadísticas de la investigación

3.9. Población y muestra

3.9.1. Población Universo:

La población universo considerada para esta investigación son 1.470 jóvenes hombres y mujeres de la edad comprendida entre 18 y 29 años que pertenecen a la parroquia 24 de Mayo del Cantón Quevedo, según el INEC 2010.

3.9.2. Muestra: Para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n es el tamaño o número de la muestra =?

Z es el nivel de confianza del 95% = 1,96

p es la variabilidad positiva = 0.5

q es la variabilidad negativa = 0.5

N es el tamaño de la población = 1470 jóvenes

E es la exactitud o el margen de 5% de error = 0.05

$$\frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (1470)}{(1470) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$\frac{(0.960) \cdot (182)}{0.455 + 0.960}$$

$$\frac{174.7}{1.415} = 123.4$$

N= 123

De los resultados obtenidos al aplicar la fórmula estadística corresponde a 123 la población

Con estos resultados la muestra queda establecida de la siguiente manera:

Tabla 1. Muestra

MUESTRA	POBLACIÓN		
Jóvenes de 18 a 28 años	HOMBRES	MUJERES	%
	62	61	100
Total 123			100%

Fuente. Encuesta

Elaborado por: Autora.

3.10. Presupuesto

Tabla 2 Presupuesto.

MATERIALES		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR (USD)
Cuadernos de campo	1	3,50
Hojas papel INEN A/4 (resmas)	1	4,00
Lapiceros	2	2,00
Carpetas	2	1,00
Cámara fotográfica	1	200,00
Tinta de impresora (cartuchos color y negro)	2	60,00
EQUIPOS		
USB- memoria flash	1	15,00
Computadora	1	600,00
Impresora	1	250,00
TOTAL		1,135.50

Elaborado por: Autora

3.11. RESULTADOS

3.11.1. Análisis e interpretación de datos

Encuesta dirigida a jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo. Quevedo

1.- ¿Considera usted, qué la comunicación digital, influye en la cultura social de los jóvenes?

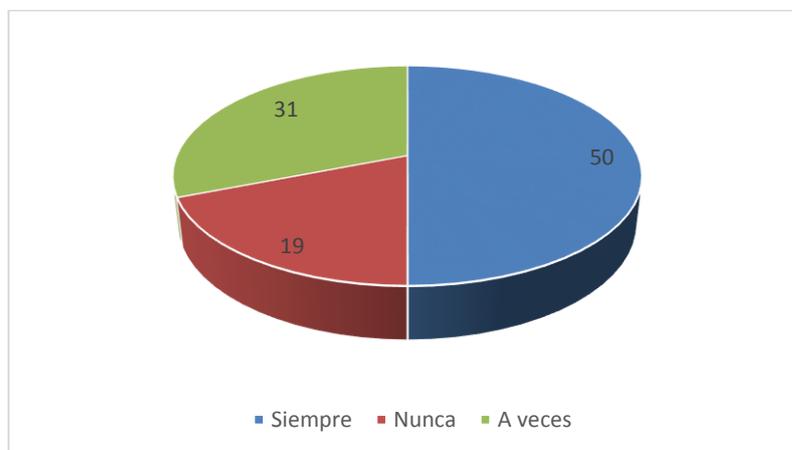
Tabla 1. Influencia de la comunicación digital.

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Siempre	62	50
Nunca	23	19
A veces	38	31
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 1. Influencia de la comunicación digital



Interpretación.

En relación a la comunicación digital, y su influencia en la cultura social de los jóvenes, las respuestas corresponden en mayor porcentaje 50% que siempre influyen, un 31% que a veces y que nunca 19%. Los resultados en esta pregunta es que los medios de comunicación digital si influye en la cultura social de los jóvenes.

2.- ¿Está usted de acuerdo que una de las causas de violencia entre los jóvenes es debido a la comunicación en redes sociales?

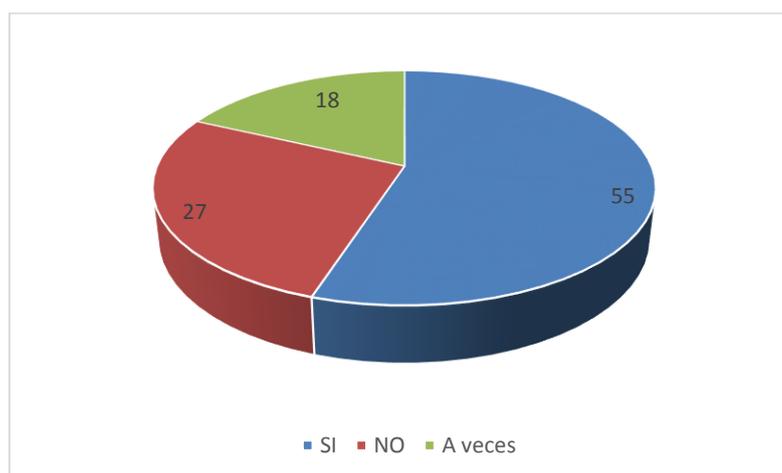
Tabla 2. Relación de la violencia y la comunicación digital

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	68	55
No	33	27
A veces	22	18
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 2. Relación de la violencia y la comunicación digital



Interpretación.

Los jóvenes encuestados responden a esta pregunta referente a una de las causas de la violencia entre los jóvenes es debido a la comunicación en redes sociales. El mayor porcentaje 55% responde que sí, el 27% responde que no, y el 18% que a veces. Los resultados hacen referencia a una de las causas de la violencia y los encuestados afirman en mayor proporción, que si hay relación de las causas de violencia, con los medios de comunicación digital en este caso a través de las redes sociales.

3.- ¿Considera usted, que el mal uso de las redes sociales, incide en el tipo de comportamiento de los jóvenes?

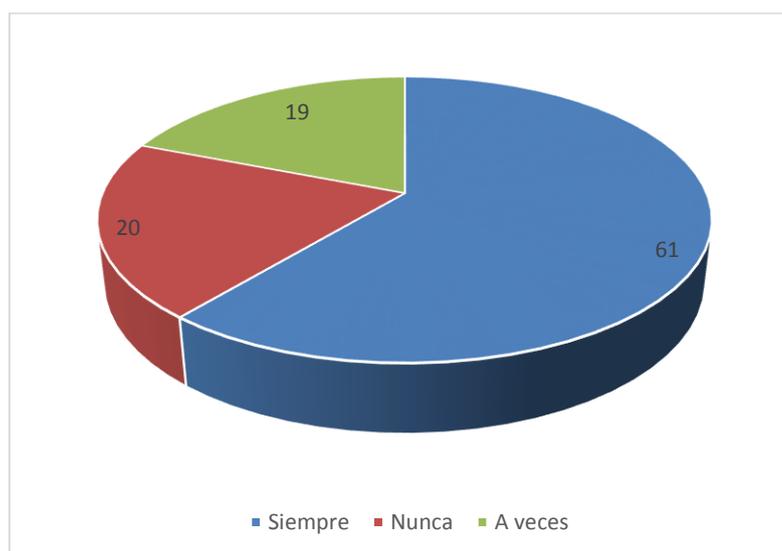
Tabla 3. Incidencia de las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Siempre	75	61
Nunca	25	20
A veces	23	19
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 3. Incidencia de las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes



Interpretación.

En relación a esta pregunta acerca de, si el mal uso de las redes sociales, incide en el tipo de comportamiento de los jóvenes, las respuestas son: en mayor porcentaje 61% responden que siempre, 20% que nunca y 19% que a veces, Los resultados de las respuestas, los jóvenes afirman que si existe una incidencia entre el mal uso de las redes sociales y el comportamiento de los jóvenes.

4.- ¿Qué significan las redes sociales para usted?

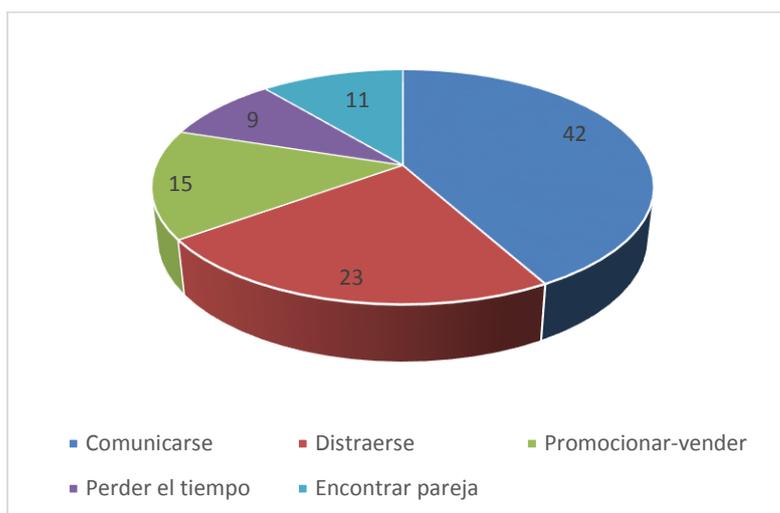
Tabla 4. Significado de las redes sociales para los jóvenes

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Comunicarse	52	42
Distraerse	29	23
Promocionar-vender	17	15
Perder el tiempo	11	9
Encontrar pareja	14	11
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 4. Significado de las redes sociales para los jóvenes



Interpretación.

Al preguntar acerca del significado de las redes sociales para los jóvenes el mayor porcentaje 42% indican que el mayor significado es para comunicarse, el 23% menciona que para distraerse, el 15% para promocionar o vender, seguido de 11% para encontrar pareja y en menor porcentaje 9% para perder el tiempo. Los resultados que se obtuvieron evidencian la importancia de las redes sociales en la comunicación en general.

5.- ¿Qué importancia le da a las redes sociales?

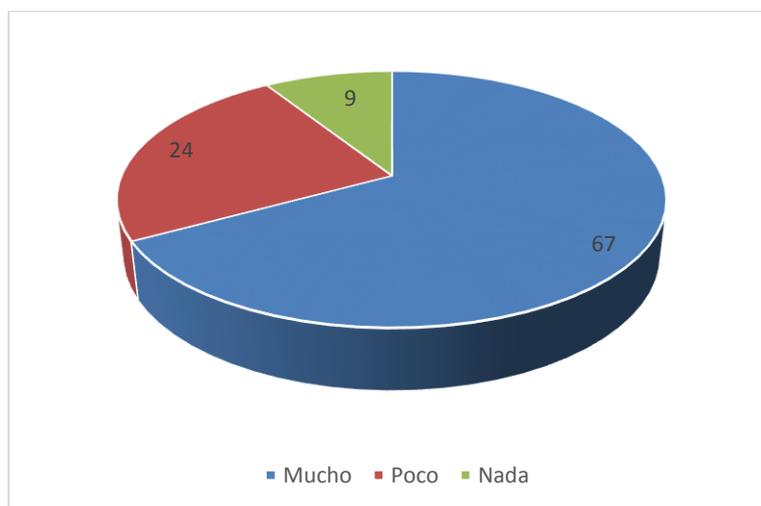
Tabla 5. Nivel de importancia a las redes sociales para los jóvenes

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Mucho	82	67
Poco	30	24
Nada	11	9
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 5. Nivel de importancia a las redes sociales para los jóvenes



Interpretación.

El nivel de importancia del uso de las redes sociales para los jóvenes en mayor proporción menciona que mucha importancia el 67%, seguido en menor porcentaje que poco 24% y nada el 9%. Esto evidencia que las redes sociales juegan un papel importante en la vida de los jóvenes.

6.- ¿Cuáles son las redes sociales que usted utiliza con mayor frecuencia?

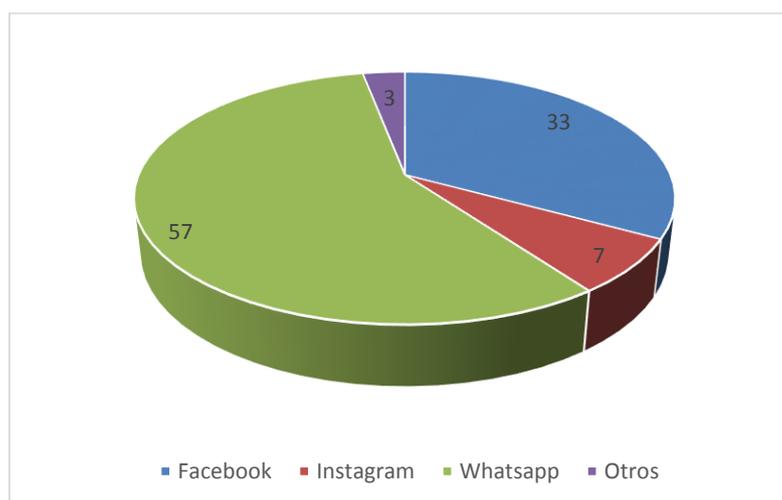
Tabla 6. Redes sociales de mayor utilización en los jóvenes

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Facebook	41	33
Instagram	9	7
Whatsapp	70	57
Otros	3	3
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 6. Redes sociales de mayor utilización en los jóvenes



Interpretación.

De las redes sociales que más utilizan los jóvenes se encuentra el WhatsApp con 57% seguido de Facebook con un 33% en menor proporción se encuentra Instagram con 7% y otros con 3%. De los resultados las redes de mayor preferencia que utilizan se evidencia que es el WhatsApp, con un valor también considerable del Facebook, lo que quiere decir que estas dos redes son las más utilizadas por los jóvenes.

7. ¿Considera usted que el uso de los medios digitales modifica el estilo de vida?

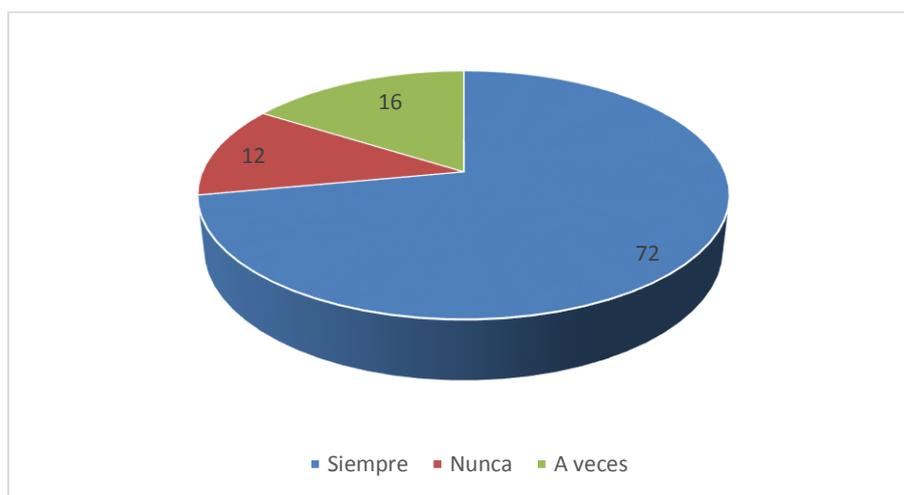
Tabla 7. Uso de los medios digitales y el estilo de vida

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Siempre	89	72
Nunca	15	12
A veces	19	16
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 7. Uso de los medios digitales y el estilo de vida



Interpretación.

En referencia a esta pregunta acerca del uso de los medios digitales y su influencia en el estilo de vida de los jóvenes, el mayor porcentaje 72% responde que siempre, el 16% que a veces y en menor porcentaje 12 % que nunca. Con estas respuestas se puede concluir que el uso de los medios digitales si modifica el estilo de vida de los jóvenes.

8.- ¿Cuáles son los aspectos en los que incide más los medios de comunicación en los jóvenes?

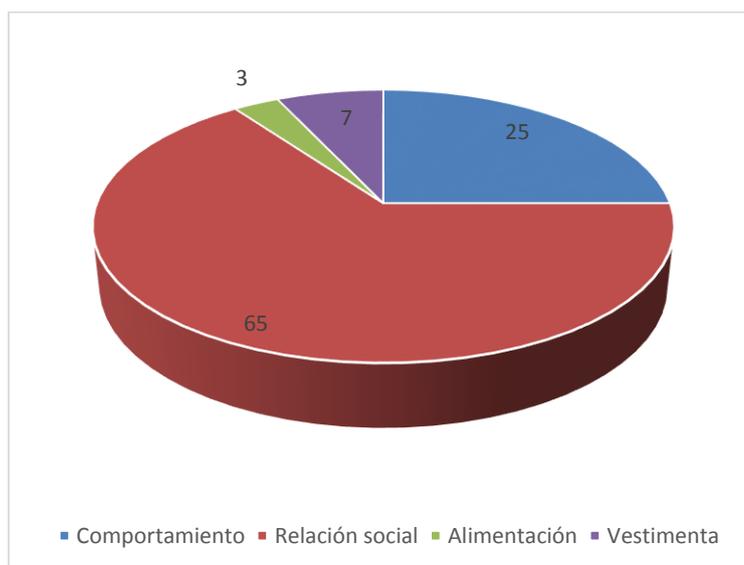
Tabla 8. Incidencia de la comunicación digital en los jóvenes

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Comportamiento	31	25
Relación social	80	65
Alimentación	4	3
Vestimenta	8	7
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 8. Incidencia de la comunicación digital en los jóvenes



Interpretación.

De los aspectos que inciden más los medios de comunicación en los jóvenes es en las relaciones sociales con 65%, en menor porcentaje con el 25% en el comportamiento, así como en la forma de vestir 7% y en la alimentación 3%. Es importante destacar de acuerdo a los datos obtenidos que el aspecto que más incide los medios de comunicación digitales es en las relaciones sociales.

9.- ¿Considera usted que es necesario regular el uso de las redes sociales?

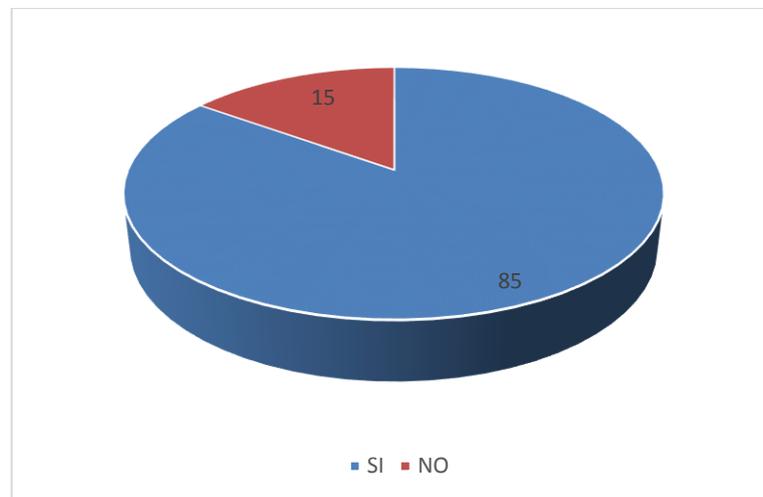
Tabla 9. Regularización del uso de redes sociales

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	105	85
No	18	15
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 9. Regularización del uso de redes sociales



Interpretación.

Los resultados obtenidos de esta pregunta relacionada con regular el uso de las redes sociales son que sí el 85% y que no el 15%. Esta respuesta destaca la importancia que tiene la regularización de los medios de comunicación en especial las redes sociales que son de mayor uso de los jóvenes.

10. ¿Usted participaría en un programa para fortalecer el uso de los medios de comunicación digital en los jóvenes?

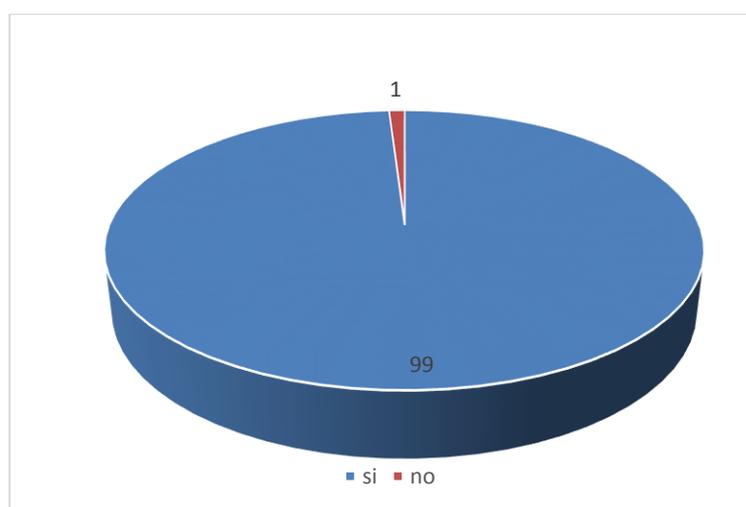
Tabla 10. Participación en programas de uso de medios de comunicación

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	122	99
No	1	1
TOTAL	123	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico 10. Participación en programas de uso de medios de comunicación



Interpretación.

Las respuestas a la pregunta acerca de si participaría en un programa para fortalecer el uso de los medios de comunicación digital en los jóvenes, en mayor porcentaje 99% mencionan que si participaría, un mínimo porcentaje 1% menciona. Esta es una respuesta favorable ya que permitirá realizar varios talleres en la propuesta del proyecto, asegurando su participación.

3.11.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

Específicas

Según la encuesta se llegó a determinar que los medios de comunicación digital a través de las redes sociales si incide en el comportamiento socio-cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto. Parroquia 24 de Mayo.

Dentro de la comunicación digital, las redes sociales de mayor preferencia que utilizan los jóvenes es el Whatsapp, con un valor también considerable del Facebook, lo que quiere decir que estas dos redes son las más utilizadas por los jóvenes

Los resultados hacen referencia en mayor proporción que una de las causas de la violencia está en relación con el mal uso de los medios de comunicación digital, a través de las redes sociales, los jóvenes, afirman que si existe una incidencia entre el mal uso de las redes sociales y el comportamiento de los jóvenes.

Generales

La comunicación digital es un avance tecnológico muy atractivo para los jóvenes, ya que la utilización de las redes sociales, es un medio propicio para la desinhibición, el chat se ha convertido en algo común a tal grado que muchos prefieren comunicarse por este medio que hablar directamente por teléfono.

Otro elemento importante es la influencia en el comportamiento y en su personalidad estos cambios se reflejan en las relaciones socio culturales, un elemento de las relaciones interpersonales es la pérdida de vínculos con su entorno familiar, educativo y social, las amistades son creadas por una red virtual, aunque no sea visible sienten que se comunican y esto implica riesgos a los que se exponen continuamente.

3.5.3. Recomendaciones específicas y generales

Específicas

Realizar actividades de fortalecimiento del uso de las redes sociales, pueden ser talleres con contenidos en función de las respuestas obtenidas en la encuesta como la influencia de los medios en las causas de violencia, de maltrato y como prevenirlos.

Brindar más espacios donde se propicie debates o diálogos acerca de la importancia de la comunicación digital y su entorno familiar, educativo, social

Mejorar el uso de las redes sociales Whatsapp, Facebook, Instagram, en actividades productivas, que se aprovechen para fomentar emprendimientos, ventas online, que mejore la calidad de vida de los jóvenes que no tienen un empleo.

Generales

Reducir el impacto que tiene una red social hacia los jóvenes para que no se conviertan en seres dependientes del internet.

Regularizar el uso de los medios digitales, incluyendo información constructiva con elementos que fortalezcan modelos de estilo de vida pro-positivos.

Concientizar el uso del chat, para reducir los riesgos al exponer su vida y de su entorno, un joven que se expone es un joven que se encuentra en estado de vulnerabilidad y de esta manera puede ocasionar daños importantes en su vida, afectándolo física o psicológicamente.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE APLICACIÓN

4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta que se plantea dentro de los objetivos es desarrollar charlas y talleres para un mejor uso de la comunicación digital y su entorno en los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo

4.1.1. Alternativa Obtenida

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, existe una alta incidencia de los medios de comunicación digitales en especial por las redes sociales, por lo que la influencia puede afectar el desempeño académico y las conexiones personales y sociales que establezca, en la actualidad el internet es una herramienta común para la vida de la mayoría de los jóvenes, es el espacio que utilizan para compartir, conocer gente, es un medio que influye porque adoptan ciertos estilos y modos de vida.

4.1.2. Alcance de la alternativa

La ejecución de procesos formativos implica añadir nuevos estilos de comunicación, con la incorporación de nuevas herramientas y formas de intervención, con planteamientos integradores que busquen crear nuevos espacios para el intercambio de ideas y que aprovechen las potencialidades de una red.

4.1.3 Aspectos básicos de la alternativa

Capacitación. Se plantea un proceso gradual compuesto en cuatro fases en el cual abarca desde la planificación de contenidos, proceso de formación hasta los resultados obtenidos tras la puesta en marcha de esta propuesta, es importante señalar que se eligieron dentro del contexto de la comunicación digital el uso de las redes sociales y de acuerdo a la encuesta se designaron a Facebook, WhatsApp, Instagram y YouTube para el desarrollo de la propuesta.

La propuesta está dirigida a los jóvenes del barrio 10 de agosto, cuya edad esta entre los 18 y 28 años, en mayor porcentaje son estudiantes de colegio y de estudios superiores, los participantes que forman parte de esta propuesta son usuarios habituales de las redes sociales, pero también están incluidas otras personas que están desarrollando experiencias en las redes sociales.

4.2. Justificación

Los objetivos que se pretenden alcanzar con esta propuesta se centran en incorporar nuevas formas de uso de las redes sociales y que genera una correcta aplicación de las mismas.

En esta propuesta, es de especial interés visibilizar los valores que los jóvenes están asumiendo como resultado del uso de las redes sociales, porque existe un trasfondo de las posibilidades que se pueden realizar, ya sea en el ámbito social o económico, existe toda una gama de nuevos valores y aprendizaje que se pueden incorporar con estas actividades.

Se de explicar el uso de una red social como una herramienta de comunicación telemática que se basa en la Web, y que se organiza en torno a los perfiles personales o profesionales de los usuarios y que tiene como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de estos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetado personal, etc., vinculados a los suyos perfil de persona o profesional

Hoy, se requieren nuevas habilidades que nos permitan desarrollarnos en la sociedad moderna. Una sociedad marcada por la enorme presencia e importancia de las tecnologías de la información y la comunicación, que, por otro lado, evolucionan a un ritmo exponencial. Estas tecnologías han dado lugar, entre muchos otros aspectos, a nuevos tipos de relaciones entre las personas. Y aquí es donde entran en juego las redes sociales

4.3. Objetivos

4.3.1. General

Desarrollar charlas y talleres para un mejor uso de la comunicación digital y su entorno en los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo

4.3.2. Específico

Conocer las experiencias del uso de las redes sociales por parte de los jóvenes participantes, para saber que valores y conductas se transmiten.

Desarrollar nuevas competencias en los jóvenes al usar las redes sociales, ampliando sus conocimientos y entregando otras herramientas para su correcta aplicación.

Fomentar un ambiente de participación con un clima de colaboración, compañerismo y comunicación, y de esta manera se establezca nuevas conexiones sociales.

4.4. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.4.1. Título

Capacitación para un mejor uso de la comunicación digital, las redes sociales y su aplicación en el entorno de los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo

4.4.2. Componentes

Tabla 11. Componentes de la propuesta

COMPONENTES		
Redes Sociales	Competencias	Propuestas
Facebook	Trabajo en equipo Capacidad crítica y reflexiva Capacidad de comunicación formal e informal	Crear un grupo común, para compartir los contenidos, realizar foros de debates de temas concretos, Realizar propuestas de mejor uso de las mismas
Whatsapp	Fomentar la comunicación entre amigos, familiares, estudiantes, analizar los contenidos Sintetizar la información Reflexionar los hechos	Elegir un mensaje representativo que se desee publicar. Realizar propuestas personales y seleccionar la mejor, publicar comentarios. Debatir temas políticos o establecer enlaces con temas interesantes
Instagram	Desarrollar la capacidad creativa, actitudes personales, autorreflexión y habilidades intrapersonales	Publicación de fotografías o collages sobre temas juveniles Crear historias de vida de algunos de los participantes, compartir y reflexionar
Youtube	Aprendizaje y trabajo autónomo Competencia de aprender a aprender Comunicación oral Gestión de la información	Creación de tutoriales con alto contenido social y dedicado los jóvenes. Elaboración de videos o portafolios virtuales de actividades sociales.

Elaboración propia.

TALLERES DE CAPACITACIÓN

Para poner en marcha esta propuesta se siguió un proceso sintetizado en cuatro fases dentro del siguiente esquema de planificación:

Fase 1. Selección de los participantes:

Se trata de seleccionar a los jóvenes que participarían de los talleres y a los capacitadores. Para ello es necesario conocer previamente las condiciones socio-educativa de los participantes para realizar una planificación de contenidos de acuerdo a su realidad.

Fase 2. Diseño y puesta en práctica la propuesta

La puesta en marcha de esta propuesta implica tener el conocimiento previo de las redes sociales que se quieren desarrollar en la capacitación, la realidad de los participantes y el contenido de los temas para aplicarse. Esta fase consiste en darle las distintas herramientas y no indicarle cómo ha de actuar. El capacitador guía con las instrucciones previas las actividades.

Fase 3. Aplicación de las redes sociales y la comunicación digital

Esta fase consiste en la integración de las redes sociales, realizar las actividades propuestas, aplicar los conocimientos de forma participativa, colaborativa, en donde se pondrá a prueba la creatividad, la imaginación y se potenciará la creación de nuevos modelos de comunicación y estilos de vida.

Fase 4. Recogida y análisis de datos

Al finalizar la capacitación se procederá a recoger los datos y al análisis de los mismos, estos resultados son los que previamente se han debatido y ejecutado en los grupos, es importante evaluar el proceso y emitir un informe con los resultados obtenidos para socializar con otros grupos de jóvenes.

Dentro de los componentes se seleccionó estas cuatro redes sociales que se consideran, según la encuesta de mayor uso por parte de los jóvenes.

4.5. RESULTADOS DE LA PROPUESTA

Luego de la aplicación de la propuesta se pudo observar que es necesario llevar a cabo un estudio más profundo que determine el uso correcto de los medios de comunicación digital con el uso del internet y las redes sociales.

Se ha logrado determinar las expectativas e inquietudes de los jóvenes respecto al uso de las redes sociales, así como los conocimientos y experiencias ligadas al uso de las redes sociales.

Con la aplicación de esta propuesta se impulsó el aprendizaje significativo a partir del desarrollo de las competencias, integrando valores y conductas mediante el uso de las redes sociales, estos aprendizajes pueden ser aplicados a otros ámbitos de la vida de los jóvenes, mejorando su capacidad comunicativa, creativa de respeto y responsabilidad.

Es importante destacar que con estas actividades se incorpora la participación de los jóvenes de una forma interactiva y propositiva a través de las redes sociales, partiendo desde sus propias experiencias, así como investigando nuevas formas de promover el uso correcto del internet, las redes sociales en otros grupos de jóvenes o adolescentes.

BIBLIOGRAFÍA

Albornoz, L. (2016). *Periodismo digital, Los grandes diarios en la red. Vol. 1*. Buenos Aires: La Crujía.

Albornoz, M. (2016). *Los usos del internet, comunicación y sociedad* . Quito: RISPGRAF.

Alencastro, J. (2016). *Regularización de internet y derechos digitales en Ecuador*. Quito : USFQ.

Alsina, M. (2015). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, Métodos y Perspectivas* . Barcelona - España: INO Reproducciones S.A.

Bechini, A. (2016). *El diferencial semántico. Teoría y práctica* . Barcelona: Hispano Europea.

Benarte, B. (2015). La globalización de la comunicación. *Revista No. 34 El Homero*.

Bourguignon, F. (2015). *El impacto de los medios de comunicación. Informe de una evaluación independiente*. Londres: DCMS, Departamento digital.

Bretones, M. (2015). *Los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Universitat.

Cabrera, C. (2015). *Periodismo digital*. Bolivia: Plural editores.

Calvo, M. (2016). *La evolución de la estrategia de la comunicación persuasiva: de la estrategia global única a las tácticas locale*. Madrid: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Castro, I. (2016). *El modelo comunicativo*. México: Trillas.

Fernández, C. (2015). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo. p 24*. México.

García, Y. (2014). *Tecnología de la comunicación e información*. Barcelona España: Síntesis.

Herrera, H. (2014). *Las redes sociales una nueva herramienta de difusión*. San José de Costa Rica : Universidad de Costa Rica.

Herreros, C. (2015). *Géneros informativos audiovisuales, radio, televisión, periodismo digital*. Madrid: Ciencia.

Hummanes, M. (2015). *Teoría e investigación en comunicación social* . Madrid: Síntesis.

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo* . Ecuador.

López, M. (2014). Cultura y Comunicación. Una relación compleja. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 15-18.

Martín, B. (2013). *Medios y cultura en el espacio latinoamericano, en pensar Iberoamericano*. La Habana -Cuba: Felix Varela.

Martinell, A. (2014). *Políticas culturales y gestión cultural: órgano sobre los conceptos clave de la práctica profesional* . Gerona: Universitaria.

Martínez, E. (2014). *El uso de los medios de comunicación digital en publicidad*. Madrid: AKAL.

Milwood, H. (2016). *Daño en el contenido de los medios. una revisión de la evidencia*. Gotemburgo: Bristol: Intelecto.

Molina, K. (2016). *La cultura en la era digital. Programa Social de la información y el conocimiento*. Costa Rica: kellin.molina@ucr.ac.cr.

ONU. (2018). *Organización de Naciones Unidas. División de la población mundial segun las edades*.

Paoli, J. (2016). *Comunicación e información, perspectivas teóricas*. México: Trillas UAM.

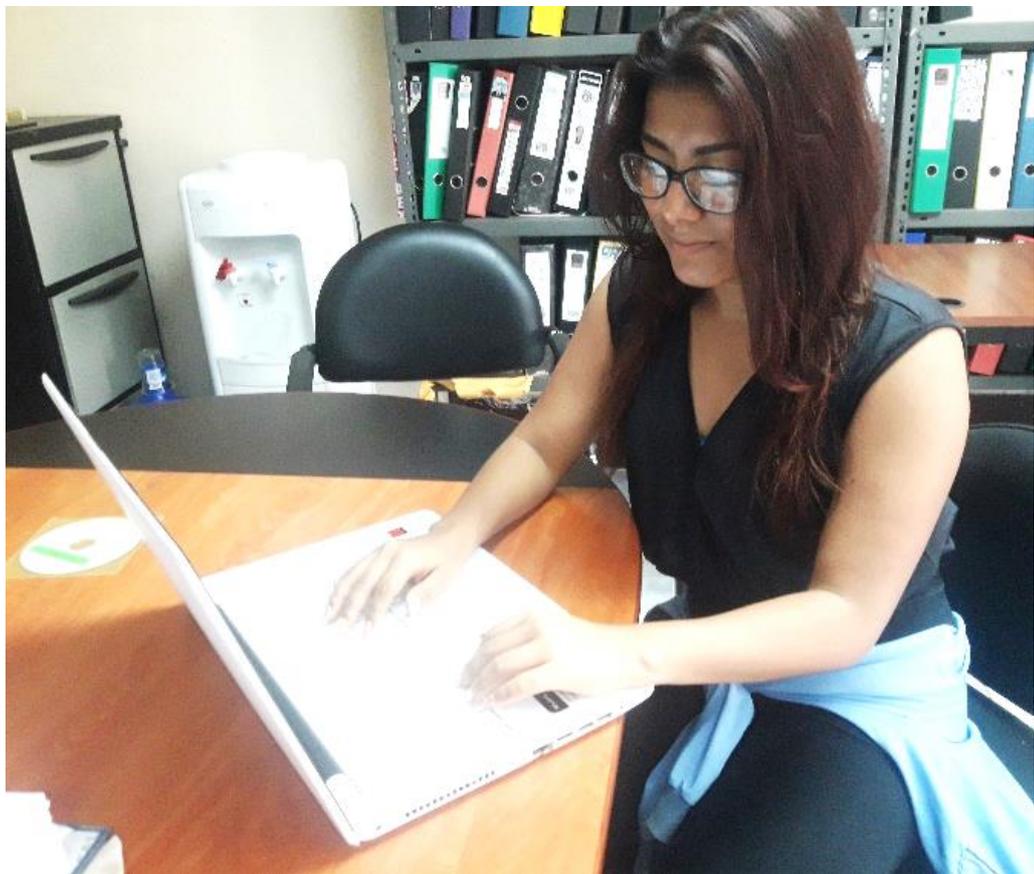
Valles, M. (2016). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.

Zubiría, S. (2015). *Conceptos básicos de administración y gestión cultural 2da Edición*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la Cultura.

ANEXOS

Anexos 2. Fotografías encuesta





Encuesta realizada a los jóvenes del Barrio 10 de agosto, Parroquia 24 de mayo, del Cantón Quevedo

1.- ¿Considera usted, ¿qué la comunicación digital, influye en la cultura social de los jóvenes?

2.- ¿Está usted de acuerdo que una de las causas de violencia entre los jóvenes es debido a la comunicación en redes sociales?

3.- ¿Considera usted, que el mal uso de las redes sociales, incide en el tipo de comportamiento de los jóvenes?

4.- ¿Qué significan las redes sociales para usted?

5.- ¿Qué importancia les da a las redes sociales?

6.- ¿Cuáles son las redes sociales que usted utiliza con mayor frecuencia?

7.- ¿Considera usted que el uso de los medios digitales modifica el estilo de vida?

8.- ¿Cuáles son los aspectos en los que incide más los medios de comunicación en los jóvenes?

9.- ¿Considera usted que es necesario regular el uso de las redes sociales?

10.- ¿Usted participaría en un programa para fortalecer el uso de los medios de comunicación digital en los jóvenes?

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

TEMA	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
Influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto. parroquia 24 de Mayo, del cantón Quevedo	¿De qué manera influye la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto. Parroquia 24 de Mayo del Cantón Quevedo?	Determinar la influencia de la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de Agosto. Parroquia 24 de Mayo del Cantón Quevedo	Determinada la influencia de la comunicación digital, mejora el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo del cantón Quevedo.	Comunicación digital.	Medios audiovisuales Información Socio- cultural Desarrollo cultural Internet y redes sociales	¿Cuáles son las principales fuentes de comunicación digital que influyen en el desarrollo socio cultural de los jóvenes	Identificar las principales fuentes de comunicación digital que influyen en el desarrollo socio cultural de los jóvenes	Identificado las principales fuentes de comunicación digital mejora el desarrollo socio cultural de los jóvenes
						¿De qué manera incide las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes?	Determinar la incidencia de las redes sociales en el comportamiento de los jóvenes	Determinada la incidencia de las redes sociales mejora el comportamiento de los jóvenes.

				<p>Ámbito cultural</p>		<p>¿Qué propuesta se empleará para mejorar la comunicación digital en el ámbito cultural de los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo?</p>	<p>Desarrollar charlas y talleres para un mejor uso de la comunicación digital y su entorno en los jóvenes del barrio 10 de agosto de la parroquia 24 de Mayo</p>	<p>Desarrollada la propuesta de mejoramiento de la comunicación digital, los jóvenes mejoran su relación en el ámbito cultural</p>
--	--	--	--	------------------------	--	---	---	--



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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



Quevedo ,20 junio del 2019

SRA.

ANGELA SOLÍS MORANTE

**DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE PLANEAMIENTO URBANO Y
ORDENAMIENTO TERRITORIAL**

PRESENTE. -

De mi consideración:

A través de la presente le hago llegar un cordial y afectuoso saludo aprovecho la oportunidad para desearle éxito en sus dedicadas funciones.

De acuerdo al plan de estudios, los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo deben cumplir con la formación, como parte de la inter – relación académica, con las empresas e instituciones, parroquias o los cantones de nuestro medio, donde el estudiante se pueda desarrollar.

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SRTA. CHENCHE PONCE ALLISSON CAROLINA

Desea realizar el informe de investigación aprobado por El Consejo Estudiantil, titulado:
INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL AMBITO CULTURAL DE
LOS JÓVENES DEL BARRIO 10 DE AGOSTO, PARROQUIA 24 DE MAYO, DEL
CANTÓN QUEVEDO.

Él cual debe cubrir una investigación formal, imparcial y ética que será presentada en un informe de 100 hojas orientadas por el tutor asignado proporcionando sus conocimientos y guía en el proyecto investigativo.

El docente delegado para la verificación del cumplimiento del estudiante, hará el seguimiento de rutina para conocer los pormenores que se presenten.

Por la atención que se sirva dar a la presente, anticipo mis sinceros agradecimientos de consideración y estima.

Atentamente

Chenche Ponce Allisson Carolina



JUNTA BARRIAL DEL BARRIO 10 DE AGOSTO
PARROQUIA 24 DE MAYO
QUEVEDO - LOS RIOS - ECUADOR

Quevedo, 12 de septiembre 2019

CERTIFICADO

El presente documento certifica que la Srta. **ALLISSON CAROLINA CHENCHE PONCE** con # de cédula de IDENTIDAD **120541711-4** ha solicitado realizar una encuesta en el Barrio 10 de agosto y recabar datos e información para su proyecto de investigación con la finalidad de diagnosticar los **"INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL ÁMBITO CULTURAL DE LOS JÓVENES DEL BARRIO 10 DE AGOSTO, PARROQUIA 24 DE MAYO, DEL CANTÓN QUEVEDO"**. Se comprueba la finalización de sus procesos en cuanto al proyecto de investigación requerido en sus estudios académicos.

Como Líder Barrial del Barrio 10 de agosto Sra. Angela Solís Morante certifica que la estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, puede hacer uso de este documento de forma legal para su beneficio propio.

SRA. ANGELA SOLÍS MORANTE
LÍDER BARRIAL DEL
BARRIO 10 DE AGOSTO

