



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



ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO INFORMACIÓN Y
DERECHO
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

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

TEMA:

“PLATAFORMAS DIGITALES Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS
CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO 2020”

AUTOR:

MELANY MICHELLE CABEZAS MEDINA

TUTOR:

MSC. FRANKLIN MONTECÉ MOSQUERA

BABAHOYO – LOS RÍOS-ECUADOR

2020

DEDICATORIA

Esta dimensión práctica del examen complejo se la dedico en primer lugar a Dios. El que me ha dado salud y vida, para continuar cada día luchando por los sueños y anhelos de mi corazón, a base de esfuerzo y sacrificio, sin él nada hubiese sido posible.

A mi familia, especialmente a mis padres, porque han estado conmigo siempre, apoyándome emocional y económicamente, dándome esas palabras de aliento en días sombríos y llenos de penumbras en los que he querido desistir a mis sueños.

A mis amigos del colegio por haberme escuchado cuando más lo he necesitado y ser ese soporte incondicional, los quiero y aprecio.

A mis compañeras de universidad que de alguna u otra forma me han enseñado aprendizajes de vida; hemos llorado y reído juntas, hemos celebrado cada logro grupal e individual, hemos crecido tanto personal como profesionalmente durante estos casi cuatro años de convivir dentro del aula, las recordaré siempre.

Melany Michelle Cabezas Medina

AGRADECIMIENTO

“Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias.”

-Ryszard Kapuscinski

A mis compañeras de trabajo, por ser ese momento de desahogo y diversión dentro y fuera del aula de clase.

A mis queridos y prestigiosos docentes. Cada uno con su personalidad, especialidad y vocación por lo que hace, me han enseñado vastos conocimientos, por ejemplo, la frase antes mencionada del querido Kapuscinski. Valor, entrega, ética y amor por lo que haces es lo que me llevo de ustedes.

Gracias padres por haberme forjado con principios, valores, y ser la persona que soy actualmente; muchos de mis logros se los debo a ustedes, entre los que este se incluye.

No ha sido fácil realizar esta dimensión práctica, pero sin duda todo lo vale. La satisfacción de sentirte orgullosa y hacer sentir orgullosos a los tuyos.

Finalmente agradezco a todos quienes han estado presente en mi crecimiento, quiero que sepan que no les defraudaré.

Melany Michelle Cabezas Medina

RESUMEN

Hoy en día vivimos la época más apasionante en el ámbito de las telecomunicaciones, ya que gracias a la innovación de los medios de comunicación electrónica (internet), ha facilitado el acceso a un sinnúmero de información de forma inmediata. Actualmente, con la revolución y masificación del internet, este se encuentra presente en la mayoría de hogares por medio de la gama de dispositivos tecnológicos. Los usuarios se han dirigido a este nuevo mundo ya sea para informarse o entretenerse. Debido a esto, en los últimos años las plataformas digitales han incrementado, al igual que los medios de comunicación digital. Es por esta razón el desarrollo de la investigación titulada “PLATAFORMAS DIGITALES Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS CULTURALES DEL CANTÓN BABAHOYO 2020” que se realiza con el objetivo de determinar mediante un análisis el nivel de cumplimiento de publicación de contenido cultural de los medios de comunicación del cantón Babahoyo durante el 26 de julio del 2020 hasta el 26 de agosto del 2020. Este estudio, se llevó a cabo mediante el tipo de investigación descriptiva con una modalidad cualitativa. Como técnicas para recopilación de información se realizaron entrevistas en línea a varios representantes de los medios de comunicación como: Canal 6 Televisión, Radio Fluminense 101.5, El Vocero, ContenidoEC, y un experto en cultura como es el director de la Casa de la Cultura Ecuatoriana – Núcleo de Los Ríos. Finalmente, los resultados reflejan que las plataformas digitales más utilizadas por los medios de comunicación, son Facebook y Twitter y que el nivel de publicación de contenidos culturales es poco frecuente.

Palabras claves: Información, Usuarios, Plataformas Digitales, Medios de Comunicación, Cultura.

ABSTRACT

Today we live through the most exciting times in the field of telecommunications, since thanks to the innovation of electronic means of communication (internet), it has facilitated access to a myriad of information immediately. Currently, with the revolution and massification of the internet, it is present in most homes through the range of technological devices. Users have turned to this new world for either information or entertainment. Due to this, in recent years digital platforms have increased, as have digital media. It is for this reason the development of the research entitled "DIGITAL PLATFORMS AND THE DISSEMINATION OF CULTURAL CONTENT OF THE CANTÓN BABAHOYO 2020" that is carried out with the aim of determining through an analysis the level of compliance with the publication of cultural content of the media of the Babahoyo canton during the July 26, 2020 to August 26, 2020. This study was carried out through a descriptive type of research with a qualitative modality. As techniques for gathering information, online interviews were conducted with various representatives of the media such as: Channel 6 Televisión, Radio Fluminense 101.5, El Vocero, ContentEC, and an expert in culture such as the director of the House of Ecuadorian Culture - Nucleus of Los Ríos. Finally, the results reflect that the digital platforms most used by the media are Facebook and Twitter and that the level of publication of cultural content is rare.

Keywords: Information, Users, Digital Platforms, Media, Culture.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORIZACIÓN DE AUTORIA INTELECTUAL	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT	VI
I. INTRODUCCIÓN	1
II. DESARROLLO	3
2.1. Justificación	3
2.2. Objetivo.....	5
2.3. Sustentos Teóricos	5
Comunicación.....	6
Medios de Comunicación Social	6
Teorías de los Medios de Comunicación.....	7
Medios de Comunicación Nativos Digitales (New Media).....	8
Plataformas Digitales.....	9
Social Media	10
Redes Sociales	12
Cibermedio	13
Cultura	14
Cultura y Comunicación	15
Normativa Vigente para la Publicación de Contenidos Culturales	15
2.4. Técnicas Aplicadas Para la Recolección de Información	17
2.5. Resultados Obtenidos de la Investigación	18
III. CONCLUSIONES	23
IV. RECOMENDACIONES.....	24
V. BIBLIOGRAFÍA	25
VI. ANEXOS	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Canal 6 Televisión (Cibermedio)	18
Tabla 2. Radio Fluminense (Cibermedio)	18
Tabla 3. ContenidoEC (Medio Digital)	19
Tabla 4. El Vocero (Medio Digital).....	19
Tabla 5. Informe de indicadores 26-jul-2020- 26-ago-2020	20
Tabla 6. Guía de Entrevistas	20

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia de la humanidad, la comunicación ha estado presente en la vida de los seres humanos, tanto que el mismo hombre ha ido creando paulatinamente medios variados para que la comunicación se realice de mejor forma, y es así como en las últimas décadas se cuenta con sistemas de comunicación más eficaces y de mayor alcance. Es decir, la comunicación se ha visto transformada por el impacto tecnológico, también conocido como ‘revolución digital’.

Los cambios actuales han obligado a que en todos los ámbitos de la sociedad se modernicen con la digitalización, en especial los medios de comunicación que de manera urgente han tenido que emigrar a las plataformas digitales, pero también han surgido nuevos medios digitales, que están tomando la delantera en la sociedad debido a sus características: inmediatez, interactividad, multimedialidad, e hipertextualidad que usuarios buscan para hacer enriquecedora la experiencia de enterarse de una noticia. Esto ha provocado que en los últimos años en el cantón Babahoyo, los medios de comunicación tradicionales hayan migrado, al mismo tiempo que también han surgido un sinnúmero de medios de comunicación digitales, unos con más acogidas que otros, pero todos siendo parte de la voz del pueblo.

Las plataformas digitales, son un medio de comunicación e interacción con los ciudadanos del cantón Babahoyo, presentan una gama de contenidos para todas las edades y gustos, pero se observa que no se da mucha cabida a los temas culturales, desplazándolos por contenidos comerciales como farándula, fútbol, y programas de variedades. En esta época de pandemia del COVID-19, pocos fueron los medios de comunicación que utilizaron sus plataformas digitales para mostrar programación cultural desaprovechando un momento histórico para culturizar a la familia babahoyense.

Sin embargo estas plataformas digitales de los medios de comunicación de la ciudad, presentan deficiencia en la gestión de sus sitios web y redes sociales para tratar contenidos

culturales, donde como causas posibles podrían ser; poca capacidad de respuesta de sus Community Manager, dominio escaso de temas culturales, desinterés en publicar temas culturales del acontecer mundial y nacional, poca demanda del público por culturizarse y poco control de las autoridades del Ministerio de Telecomunicaciones para hacer cumplir la Ley.

En consecuencia, se formula la siguiente pregunta de investigación ¿Qué medios de comunicación del cantón Babahoyo utilizan plataformas digitales para difundir contenidos culturales que exige la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) del Ecuador? La sublínea de investigación que pertenece el estudio es “Influencia de los Medios de Comunicación e Identidad Cultural”, relevante debido a la necesidad imperante de identificar que plataforma digital es la más empleada para la difusión de contenidos culturales, y qué medio de comunicación es el que cumple con el 5% de contenido cultural establecido en la LOC. Para comprobar esta problemática, se realizará un análisis de la programación de los medios de comunicación, además se ejecutará entrevistas para corroborar el impacto e importancia de la difusión de los contenidos culturales por estos medios no tradicionales.

Este estudio que sigue una modalidad cualitativa, cuenta con seis capítulos, distribuidos de la siguiente manera: El capítulo uno, presenta el contexto y planteamiento del problema. En el segundo capítulo, se desarrolla el tema. Luego se detalla el proceso metodológico empleado y los resultados obtenidos. El tercer capítulo, trata acerca de las conclusiones más relevantes de la investigación, el cuarto capítulo recoge las recomendaciones del estudio, el quinto y sexto bibliografía y anexos.

II. DESARROLLO

2.1. Justificación

En el siglo XXI el auge y apogeo que están recibiendo las diferentes plataformas digitales es exorbitante, debido al tiempo que se invierte en cada una de ellas. El periodo ‘online’ es equitativo al tiempo que las personas realizan actividades diarias. Según el informe del Instituto Nacional Estadísticas y Censos (INEC), en Ecuador el 17,11% de la población utiliza redes sociales en su teléfono inteligente, esto quiere decir que 2,8 millones de ecuatorianos son usuarios activos. De igual manera, Ponce (2020) de la corporación *Mentinno Innovation & Lifetime Value Partners* destaca que los ecuatorianos pasan un tiempo considerable en redes “el consumo de contenidos es de 24 horas los 7 días de la semana accediendo a velocidades máximas promedio de conexión de 3,8 Megabytes por segundo” (p.5).

En la actualidad, la sociedad ha sustituido la forma en que se informa, educa y entretiene, por es necesario el desarrollo de este estudio, que pretende saber que plataformas digitales son las más utilizadas para la difusión de contenido cultural y cuál es el medio de comunicación que aporta en este sentido, para de esta manera generar conciencia en los medios y conozcan de la importancia de fortalecer y mantener viva la cultura del cantón Babahoyo, y así mantener viva la sapiencia popular, y que los ciudadanos tengan más opciones para culturizarse desde la comodidad de su hogar, con contenidos relevantes.

Los medios de comunicación en sus plataformas digitales tienen poco interés en la difusión de temas culturales, por ello se ven limitados a publicar solo lo necesario o básico de información relevante para fortalecer la educación y conocimiento de cultura general de los habitantes de Babahoyo.

El estudio tiene exigencias en la búsqueda de respuestas al planteamiento del problema, para resolverlo se establecen entrevistas a los actores, es decir a los comunicadores de varios medios de la ciudad, de igual manera se analizó la parrilla de programación para verificar la difusión de temas de cultura. El beneficio del estudio será para los medios de comunicación y la ciudadanía de Babahoyo, puesto que, los medios al publicar más contenido cultural a través de las plataformas virtuales, tendrán mayor audiencia y podrán llegar a más lugares, y con ello tener mayor notoriedad, al mismo tiempo que los ciudadanos tendrán la oportunidad de informarse y aprender de la cultura local, nacional y mundial.

Existe un impacto directo en la transmisión de información hacia los habitantes por parte de los medios de comunicación digitales, tan influyentes como los tradicionales. Es por esto que Ulloa (2007) indica que “es importante revalorar la historia como un trabajo de todos, pero con mayor relevancia el de los medios de comunicación, dándole relevancia como una forma de transmitir y compartir valores, reconstruyendo la historia de lo que somos”. Un buen contenido cultural aporta tanto al desarrollo, intelectual, y transformación de la sociedad. La identidad y riqueza cultural de cada lugar es lo que nos caracteriza y diferencia de los demás pueblos, y es algo que no debemos perder jamás.

2.2. Objetivo

Determinar mediante un análisis el nivel de cumplimiento de publicación de contenido cultural de los medios de comunicación web del cantón Babahoyo durante el 26 de julio del 2020 hasta el 26 de agosto del 2020.

2.3. Sustentos Teóricos

Hablar de comunicación es remontarnos a la historia de la humanidad, porque es ahí en donde surgió el inicio de la misma, y continúan apareciendo más y mejores formas de comunicación con lo que conocemos y utilizamos hoy por medio del internet, que con sus plataformas digitales nos permiten tener acceso rápido al entretenimiento, educación, compra y venta, comunicación e información. Son más eficaces, de mayor alcance, más potentes y prácticos (Rivera, 2012).

Gracias a la aparición de medios de comunicación digital y cibermedios, los nativos digitales y las demás generaciones se mantienen informadas en la actualidad. Es así que mediante el informe realizado por *Mentimmo – Innovation and Lifetime Value Partners*. Ponce (2020) revela las altas cifras de ecuatorianos que tienen acceso al internet, especialmente redes sociales, y de la misma forma la evidente reducción de brecha digital, mostrando la realidad del sistema:

En Ecuador, existe un 80% de usuarios que tienen acceso a Internet, a pesar de ello, no se logra todavía reducir la brecha digital, y prevalece el consumo y creación de contenido e información para las redes sociales y videos de entretenimiento, en lugar de noticias e información relevante para el progreso del país, como se considera en mayor grado en países en desarrollo (Ponce, 2020).

Comunicación

Según la Real Academia de la Lengua Española RAE (2014) la palabra ‘comunicación’ proviene del lat. *communicatiōnis*, como la acción y efecto de comunicar, en una correspondencia de dos o más personas.

La comunicación es indispensable y forma parte de la supervivencia de vida. Por naturaleza el hombre es un ser social, busca el modo de dar a conocer lo que piensa y siente a los demás. Para Parzianello (2009) la comunicación se conformó para que la afinidad con los nuestros, permitiese vivir a los más débiles; y ésta ha sido en última instancia la razón por la que tenemos valores y cultura. Entre tanto lo consiguieron por medio del sonido como primer forma de comunicación. Estos primeros ‘pininos’ lo llevaron hasta lo que en la actualidad se consideran los medios de comunicación de masas (Mass Media) como: periódico, radio, televisión, revistas, internet y cine.

La digitalización se asocia, con todos los medios de comunicación tradicionales, comensando por el libro (e-books), los periódicos (periódicos on-line y portales de grandes grupos de editoriales), la radio (los sitios web de las radios no sólo le han dado un rostro a las emisoras, que antes vivían sólo de voces y sonidos, sino que han permitido, además, la difusión casi global de emisoras locales y artesanales), la televisión (plataformas digitales, canales satélites, difusión web o webcasting, etc.) (Boni, 2006).

Medios de Comunicación Social

Los medios de comunicación son aquellos instrumentos empleados para poder generar contenido y enviarlo, con el fin de que el mensaje que se envía sea receptado por un grupo de personas en particular, a quienes se los denomina: audiencia. A nivel mundial los medios utilizados para compartir contenidos, son; la televisión, las redes sociales, periódicos, radios, etc. Todas estas herramientas como también las podemos definir, tienen un objetivo en

particular y es enviar un mensaje claro, persuasivo, informativo y contundente respecto a un acontecimiento en especial (Domínguez, 2012).

Para Gutierrez (2010) los medios de comunicación en la actualidad representan el poder que más influencia tiene en el mundo, debido a que estos son el mecanismo para poder informar todos los acontecimientos que se generan y desarrollan. De no contar con estas herramientas y sobretodo con los espacios para transmitir la información, las personas no conocerían los eventos suscitados en su entorno o fuera del mismo.

Por otra parte, “Los Medios de Comunicación Social o Medios de Comunicación de Masas, son medios informativos que, utilizando medios tecnológicos, difunden información de manera simultánea e indiscriminada a muchos destinatarios, generalmente desconocidos” (Mass Media y Sociedad, 2020, p.3).

Teorías de los Medios de Comunicación

La investigación etnográfica del consumo de los medios de comunicación ha demostrado que algunos contenidos mediáticos constituyen auténticos recursos sociales, es decir, que activan una serie de procesos de identificación que contribuyen a producir, reproducir o reforzar un sentido de identidad de los individuos, y de pertenencia a determinados grupos sociales o comunidades (Vargas, 2008).

Socolari (2008) manifiesta que “las teorías de la comunicación de masas constituyen un espacio donde se confrontan discursos que, en mayor o menor medida, se inspiran y recrean debates de las ciencias sociales” (p.33).

La teoría funcionalista, estudia todos los mensajes a través de los medios de comunicación masiva. En este sentido, Cadena (2016) adopta un modelo organicista de sociedad, donde el concepto de función sirve para explicar las relaciones entre un todo (organismo) y sus partes diferenciadas (órganos). Ambas relaciones se convergen, debido a la

“necesidad” imperante de que la una satisfaga a la otra, mediante tareas diferenciadas sin responder a la eficacia, sino, a transmitir mensajes y efectos.

El paradigma de Laswell indica que “una forma de describir convenientemente un acto de comunicación es la que surge de la respuesta a las siguientes cuestiones: ¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efectos?” (Laswell, 1948, p.19). Además, Laswell considera que “la comunicación masiva se explica mediante la fórmula E-R(estímulo-respuesta), en donde E (mensaje o estímulo) y R (respuesta inmediata) del receptor. Tanto que Bisbal (2005) apoya esa premisa enfatizando que “el objetivo de cualquier tipo de mensaje consistirá en provocar una relación-efecto a corto plazo en el receptor-audiencia. Se espera la transmisión de suficientes estímulos masmediáticos para generar las respuestas esperadas por la entidad emisora” (p.156).

Medios de Comunicación Nativos Digitales (New Media)

En el marco de la web 2.0 conocida como la web social o participativa, empiezan a aparecer los denominados medios “nativos”, que son netamente digitales sin antecedentes en medios tradicionales. Estos medios son numerosos y son iniciativas de periodistas o empresas de comunicación que se consolidan como alternativas a los medios tradicionales. El internet ha otorgado a la comunicación un papel protagonista (Pérez, 2011).

En Ecuador el diario Hoy a finales de 1994 fue el primer medio de comunicación que puso en marcha una web para sus lectores dando el servicio online que apunto a ser también el primer diario digital en América Latina. Las herramientas tecnológicas que actualmente se manifiestan con rapidez, permiten a los medios digitales tener la facultad para poder dar a conocer datos e información de forma variada, es decir; mediante audios, textos, fotografías, cápsulas informativas, periódicos, emisoras de radio, televisión, etc. El primer proyecto digital que emprendieron en Ecuador fue el boletín informativo que el diario Hoy realizo en el año 1995 y permitió que los ecuatorianos que se encontraban en otras partes del mundo tengan un

nexo con su país a la distancia, conociendo en gran parte la situación que acontecía en ese momento (Rivera, Medios, periodismo, y responsabilidad social, 2013).

Plataformas Digitales

Las plataformas digitales son espacios en la internet, direccionados para la creación y el empleo de tecnología que tenga un fin común, como por ejemplo las aplicaciones que actualmente se usan mediante un teléfono celular, etc. Además, en ella también se pueden encontrar programas que sean de uso masivo, y logren satisfacer las necesidades de los usuarios, facilitando mecanismos de trabajo o a su vez interactuando con el internauta. Esto se da mediante distintos canales que son personalizados en cada plataforma digital y que representa en algunos casos un valor tanto afectivo, de interés, monetario, etc. Por otra parte, a mayor número de personas que usan la plataforma, mayor será la representación económica que le traera a una empresa que ha creado dicha aplicación o programa (Morales, 2016).

Por otra parte, Muñoz (2017) señala que las plataformas digitales es “todos aquellos medios de comunicación propios y que se encaminan a la transmisión de contenidos a través de las nuevas tecnológicas, buscando como fin el contacto de varias personas a través de una publicación o varias. Esta transmisión de información se puede dar de forma instantánea o permanente, facilitando la interacción entre quien la realiza y la recibe. Actualmente, el mundo tecnológico ha tenido tal alcance mediante las plataformas virtuales que hasta las instituciones bancarias permiten a sus usuarios realizar pagos o transferencias mediante estos medios.

En cambio, Manfredi, De la Casa y Pérez (2016), consideran a las plataformas digitales como herramientas que “individualizan los mensajes y que evitan los medios masivos (televisión o radio)”; estos instrumentos son diversos e incluyen a los boletines, mensajes electrónicos, redes sociales y medios digitales (p.966).

La evolución en el campo periodístico es constante por lo tanto la forma de comunicar distintos acontecimientos se actualizan con rapidez, en especial en el entorno digital donde se

han integrado nuevos espacios que facilitan la interacción social como el marketing digital y redes sociales. En consecuencia, es importante saber que la lógica comunicativa del mundo digital es distinta a lo analógico por la sencilla razón de la señal como primer punto. Por esta razón, el tiempo en los textos que se dan en las publicaciones son determinados dependiendo del contenido que se va a mostrar. La interacción, el desenvolvimiento y la aceptación que se tiene dentro de los medios digitales se basa en el tipo de operación comunicativa en el que estemos inmersos, sin embargo se debe tomar en cuenta que para llevar a cabo la efectividad de algo, se necesita comunicar de forma efectiva y agradable (Carrera, Limón, Herrero y Sainz de Baranda, 2013; p.539).

Social Media

Los medios sociales son las plataformas sobre las que interactúan y socializan personas y comunidades, con el fin de compartir ideas, noticias e intereses particulares. A diferencia de los medios tradicionales donde el contenido es generado por una gran emisor, en los medios sociales el contenido es generado mayoritariamente por la misma comunidad y es precisamente su participación lo que los convierte en medios sociales. Si no hay interacción no es un medios social (Gómez, 2012).

Según Gershon (2016) los Social Media, son herramientas digitales que conectan a la organización con el público que han determinado son sus clientes de una manera más personalizada y activa. Uno de los punto a favor que tiene este tipo de comunicación, es que se interactua en tiempo real, y su duración puede ser incluso permanente, sin limites de tiempo o geograficos. Esto quiere decir que su alcance puede ser global, maximizando su nivel de expansión y desarrollo, cambiando el nivel de cultura o incluso llegar a las personas de una forma más inteligente y concientizadora, como por ejemplo; el networking, un mecanismo que apunta más a la motivación y persuación en el cliente por medio de la difusión de contenido.

Además, se ha convertido en una forma menos costosa, más sencilla y con altos estándares de aceptación por su forma rápida y corta de comunicar un mensaje en particular.

La importancia de la irrupción de los Social Media, se percibe en el fenómeno de la democratización de información frente a los medios tradicionales, y que se comunica por los nuevos principios: confianza del público y transparencia (Rojas, 2012).

Auger (2013) recalca el rol positivo de los Social Media (a través del uso de las redes sociales) en los procesos de fomentar la comunicación, ya que facilitan la democratización de los intereses y fomentan la expresión pública de las ideas. El impacto de los Social Media se hace visible también a nivel institucional, cuyos públicos internos y externos están conformados en su mayoría por generaciones nativas digitales.

Gracias al empoderamiento del público como resultado de la irrupción de Social Media, los medios de comunicación tiene que trabajar mucho más por una participación e interacción activa y recíproca en cuanto a su forma de informar y comunicar. Por ello, es importante que se mantenga una cultura constructiva para mantener las relaciones positivas con los consumidores que son fieles a consumir la información consecuentemente (Moreno, 2015). Esta afirmación aporta los siguientes enfoques:

Necesidad de una comunicación y relación a través de Social Media: es aquel tipo de comunicación que se basa en la necesidad que se tiene de informar en las redes mediante influenciadores, utilizando esta herramienta como el centro de datos e información que envía contenidos y son difundidos por canales propios.

Influenciadores que forman públicos claves: es lo que se considera una fuente de datos veraz y confiable para la audiencia, dejando a un lado el tema político, marketing, límites económicos, etc. La comunicación dialógica radica su importancia en la escucha activa, haciendo de este un componente fuerte de la misma.

Redes Sociales

Las redes sociales, son un mecanismo de comunicación dedicado a los usuarios que deseen interactuar mediante sus intereses, conocimientos, actividades diarias o datos. Además su fin, también se traduce en emitir información para que los usuarios de las distintas plataformas digitales como; facebook, instagram, twitter entre otras, puedan relacionarse en línea, sin importar el lugar donde estén (Moreno, 2015).

Para Canelo (2011), las redes sociales, son todos los espacios web que están destinados a un intercambio de información o intereses de cualquier persona en particular, indiferentemente de la posición social o sexo. Sin embargo, Canelo da a conocer que este tipo de redes solo pueden ser usadas por mayores de 18 años en adelante, lo que lo lleva a concluir que el segmento de personas que más utilizan las redes son jóvenes y adultos.

Según Ron, Álvarez y Núñez (2013) las redes sociales permiten publicar contenidos de todo tipo, por ello cuando se publica información de cultura general se puede llegar a culturizar de forma rápida a muchos de sus suscriptores, pero también pueden llegar a ser perjudicial si no se les da el uso adecuado.

Por otra parte, las redes sociales es el flujo de intereses y actividades que se ponen en evidencia, mediante la elaboración de perfiles, la compartición de información de todo tipo, donde los usuarios muestran lo que desean para el público que ellos quieren. Las redes funcionan con mayor efectividad de acuerdo al carisma, interacción, movimiento que se le da a la página que la persona ha creado y sobretodo el contenido que transmite. Esta plataforma digital también permite que se pueda incrementar el número de amigos y potencie la interacción entre ellos, intercambiando opiniones, información, ideas, argumentos, entre otros factores que afiancen lazos comunicacionales (Gershon, 2016).

Las redes sociales apegado en el rol social y dentro de un contexto democrático son aquellos capaces de crear un espacio que este direccionado y digitalizado mediante la difusión

de variedades, innovación, e ideas, que tengan influencia en el ámbito contemporáneo. El camino de la transformación de la web, trajo con ella la inclusión de las redes sociales, que tiene una semejanza entre la población offline y online, además de crear una comunidad mundial de opiniones, voces, pensamientos, etc. (Liberos, 2013).

Las redes sociales, como un mecanismo de interacción social, facilitan la comprensión de ideas, debido a los distintos argumentos que se dan a diario y la cantidad de información que puede llegar a englobar sobre un tema en particular (Martínez y Sánchez, 2015).

También, son entornos dinámicos y flexivos de usar, que permiten crecer a una empresa, organización o persona. Además, en algunos casos se ha evidenciado que mediante estos perfiles muchas personas han tenido un crecimiento laboral y constante, asemejándose a las necesidades de una persona que este requiriendo algo en particular dentro de su empresa, permite formarse en base a las necesidades que se presentan y también a las problemáticas que se dan para potenciar un producto, recurso o servicio (Quintana, Sosa, & Castillo, 2018).

Cibermedio

Según García y López (2004) se lo denomina ‘ciber’ porque usa el lenguaje multimedia, porque recurre a la interactividad y la hipertextualidad, porque se actualiza y se publica en la red Internet. ‘Medio’ porque tiene voluntad de mediación entre hechos y público, porque emite contenidos, porque emplea criterios y técnicas periodísticas. ‘Cibermedio’ porque es, ante todo, un medio dinámico.

Las características que tienen los cibermedios, es que facilitan el rol de los medios de comunicación porque son los encargados de sostener, construir y mantener un ciberdiario. Es decir; son los encargados de emplear la multimedialidad, interactividad y hipertextualidad, elementos importantes para poder comunicar de forma efectiva y oportuna (García & López, 2004).

Es así como el paso de los medios de comunicación tradicionales a los 'new media' se ha producido bajo la égida de una revolución tecnológica: el paso de la era analógica a la digital.

Cultura

Para Castells (2009) la cultura son aquellos valores que se tienen respecto a una creencia de algo en particular, manteniendo la identidad de las personas y dan forma al comportamiento de las mismas, logrando que estas se sientan identificadas con algo en particular, ya sea: un propio lenguaje, sitio, creencia, valor, política, conducta, etc. Por ello, cada cultura tiene como fin adherirse a leyes que puedan ser cumplidas con responsabilidad y criterio, evitando que el incumplimiento de ellas se presente con facilidad y de ser así, estarían sujetas a una sanción.

Consumiendo cultura buscamos equilibrio en situaciones extremas, para ello, la danza, la música, la pintura, el dibujo, el canto, la escritura, leyendo, etc., permiten escapar de la monotonía de la vida, recordando quienes somos. Es por esto que “cada cultura construye, define, selecciona y enfatiza determinadas conductas emocionales y establece ciertos sentimientos sobre uno mismo, sobre los otros y sobre la realidad del mundo” (Arias, 2002, p. 63).

Con el mundo cada vez más globalizado, es normal que por medio del internet se abra la vitrina que da a conocer otras culturas de distintos países, la diversidad es lo que nos diferencia, pero perder la propia cultura, es perderlo todo.

La cultura no se contruye sola, la cultura se contruye con cada miembro de una sociedad, es un legado y como tal debe transmitirse de generación en generación, es por ello que la UNESCO (2014) define a la identidad cultural como: Aquellas particularidades que permiten al ser humano identificarse con algo su entorno, sociedad, o grupo. Además, le da el criterio propio para tener un sentido de pertenencia, ya sea de valores, pensamientos, ideas, etc. Es la forma en la que una persona reconoce de forma conciente cual es su identidad propia

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, si no en la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro (Molano, 2008, p. 74). +

Cultura y Comunicación

La cultura y la comunicación pueden producir y difundir un caudal de información, conocimientos, ideas y contenidos susceptibles de contribuir a ampliar las posibilidades de las personas para escoger el tipo de vida que desean llevar de acuerdo con aquello que valoran, generando así contextos propicios para la puesta en marcha de procesos de desarrollo centrados en la persona humana (UNESCO, 2014, p. 118).

El desarrollo cultural, permite contribuir al fomento y crecimiento de la comunidad, a través de la gestión cultural de sus procesos de intervención, proyectos, sistemas de acciones y estrategias (Durañona & Rodríguez, 2018).

La cultura esta direccionada a permitirle al ser humano poder asimilar y transformar sus creencias, valores y pensamientos que han sido heredados mediante su entorno familiar o social, y que a su vez cree un criterio claro acerca de lo que quiere adquirir en el futuro, teniendo el pensamiento de proyectarse a largo plazo, para poder surgir en el futuro. Es decir; que la cultura contribuye a que el ser humano pueda desarrollarse, expandirse y sobretodo tenga la capacidad de desarrollar su creatividad, de forma activa y permanente. Esto genera una gran satisfacción a quien ha logrado a traves de esto poder obtener logros e ir cumpliendo sus proyectos de vida (Reyes y González, 2018).

Normativa Vigente para la Publicación de Contenidos Culturales

Ley Orgánica de Comunicación (2013) determina en el Art. 8.- “Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán

propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador Ley Orgánica de Comunicación.”

Además, en el Art. 36.- “Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su contenido comunicacional.”

Por otra parte en el Art. 276. Constitución de la República del Ecuador (2008) se expresa que se debe “Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural” (p.89).

2.4. Técnicas Aplicadas Para la Recolección de Información

La investigación se desarrolló bajo un tipo de estudio descriptivo, porque permite exponer y analizar el comportamiento de las plataformas digitales en la difusión de contenidos culturales en la ciudad de Babahoyo, es decir, que se describe si los medios de comunicación cumplen con lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador en lo referente a difundir en sus parrillas de programación contenidos culturales de importancia, para mantener y promover una sociedad educada y motivada por el conocimiento.

En el estudio se aplicó la modalidad cualitativa, puesto que permite observar los hechos publicados en las plataformas virtuales de los medios de comunicación e identificar características en la difusión de los contenidos culturales que sustenten la temática de la investigación y comprender la realidad objeto de estudio.

Dentro de la muestra se consideró al 100% de la población, esto es cuatro medios de comunicación representativos de la ciudad de Babahoyo, para aplicar las técnicas necesarias para la aplicación de la información y realizar la revisión de la programación en sus plataformas digitales, y a la Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE) - Núcleo Los Ríos como ente encargado de la cultura en la provincia, para contrastar la información que se obtuvo por parte de los periodistas.

Las técnicas de investigación fueron, la observación directa y la entrevista, que son eficaces para la recolección de información primaria y entender el comportamiento de la difusión de contenidos culturales en las plataformas digitales de los medios de comunicación. Los instrumentos utilizados fueron las fichas de observación, donde se identificó si los medios de comunicación difunden contenidos culturales en sus plataformas digitales, y el cuestionario estructurado de cinco preguntas que se realizó a los periodistas.

2.5. Resultados Obtenidos de la Investigación

En lo referente a la observación de las publicaciones de los medios de comunicación web del cantón Babahoyo en sus plataformas digitales se encontró lo siguiente:

Tabla 1. Canal 6 Televisión

Plataformas Digitales y Parrilla de programación	Enlace	Publicación de contenidos culturales			
		Muy Frecuentemente	Frecuentemente	Poco Frecuente	Nada Frecuente
Facebook	https://www.facebook.com/c6televisionec			X	
Twitter	https://twitter.com/C6Television			X	
Instagram	https://www.instagram.com/c6television			X	
Youtube	https://www.youtube.com/user/CanalSeisBabahoyo			X	
Página Web	https://www.c6television.com/			X	
Parrilla Canal 6	Canal 6		X		

En la tabla 1, el Canal C6 Televisión Babahoyo en su parrilla de programación se observan espacios que difunden contenidos culturales, pero, en cuanto a las publicaciones en las plataformas virtuales encontramos que predominan las noticias o sucesos que marcan el acontecer del cantón, provincia y país, dejando en segundo plano publicaciones de carácter cultural.

Tabla 2. Radio Fluminense

Plataformas Digitales y Parrilla de programación	Enlace	Publicación de contenidos culturales			
		Muy Frecuentemente	Frecuentemente	Poco Frecuente	Nada Frecuente
Facebook	https://www.facebook.com/RadioFluminenseFM			X	
Twitter	https://twitter.com/FluminenseRADIO			X	
Instagram	https://www.instagram.com/fluminenseradio/			X	
Youtube	No dispone			X	
Página Web	http://fluminensefm.com/			X	
Parrilla Radio Fluminense	101.5 FM		X		

En la tabla 2, Radio Fluminense, en su parrilla de programación presenta de forma frecuente espacios dedicados a la difusión de contenidos culturales, pero, en relación a las publicaciones en las plataformas virtuales, se puede observar que es poco frecuente la difusión de espacios culturales y se centran en sucesos del momento.

Tabla 3. ContenidoEC (Medio Digital)

Plataformas Digitales y Parrilla de programación	Enlace	Publicación de contenidos culturales			
		Muy Frecuentemente	Frecuentemente	Poco Frecuente	Nada Frecuente
Facebook	https://www.facebook.com/ContenidoEC			X	
Twitter	https://twitter.com/contenido_Ec			X	
Instagram	https://www.instagram.com/contenidoec/			X	
Youtube	No dispone			X	
Página Web	https://www.contenido.com.ec/		X		
Parrilla ContenidoEC	No dispone				

En la tabla 3, ContenidoEC, por ser un medio digital no cuenta con parrilla de programación, y en relación a las publicaciones en las plataformas virtuales, se puede observar que no realiza publicaciones constantes de información cultural y se centran en sucesos del momento del acontecer político, económico y social.

Tabla 4. El Vocero (Medio Digital)

Plataformas Digitales y Parrilla de programación	Enlace	Publicación de contenidos culturales			
		Muy Frecuentemente	Frecuentemente	Poco Frecuente	Nada Frecuente
Facebook	https://www.facebook.com/elvoceroec/?view_public_for=312507845986423			X	
Twitter	https://twitter.com/elvoceroec			X	
Instagram	https://www.instagram.com/elvoceroec/			X	
Youtube	No dispone			X	
Página Web	https://www.elvocero.com.ec/		X		
Parrilla ContenidoEC	No dispone				

En la tabla 4, El Vocero, al ser un medio digital no cuenta con parrilla de programación definida, y las publicaciones en las plataformas virtuales, las realiza de acuerdo a la actualidad y acontecer local y nacional, y se puede observar que la información de tipo cultural es poco frecuente en sus publicaciones.

Tabla 5. Informe de indicadores 26-jul-2020- 26-ago-2020

Page	Network	Fans	Fans	Compromiso	Índice de Rendimiento de la Página	Número de Me gusta	Número de "Me gusta"	Evolución semanal	Interacción de las publicaciones	Total de Reacciones, Comentarios, Compartidos
C6 Televisión	TWITTER	2706	-	0,11%	-	61	61	-	0,06%	-
C6 Televisión	INSTAGRAM	4385	-	0,65%	-	753	-	-	0,31%	792
C6 Televisión Babahoyo	FACEBOOK	170890	170890	2,88%	43,0%	59549	-	0,32%	0,17%	137146
Canal Seis Babahoyo	YOUTUBE	4960	-	-	-	0	-	-	-	-
Contenido Ec	INSTAGRAM	549	-	0,93%	-	139	-	-	0,57%	141
Contenido-ec	TWITTER	3294	-	0,03%	-	22	22	-	0,03%	-
ContenidoEC	FACEBOOK	54270	54270	0,53%	-	3726	-	-	0,03%	7884
El Vocero	FACEBOOK	30161	30161	1,89%	46,0%	8470	-	0,54%	0,1%	15780
El Vocero	INSTAGRAM	1321	-	0,19%	4,0%	71	-	0,31%	1,79%	71
Radio Fluminense 101.5FM	INSTAGRAM	1706	-	2,83%	-	1309	-	-	3,97%	1331
Radio Fluminense 101.5FM	TWITTER	1601	-	0,08%	-	31	31	-	0,02%	-
Radio Fluminense FM	FACEBOOK	20516	20516	2,64%	-	9250	-	-	0,63%	14874

Fuente: fanpage karma

Análisis

Como se observa en la tabla 5, la plataforma digital en la que más publicaciones realizan los medios de comunicación es Facebook, donde mantienen niveles de interacciones con los usuarios de manera frecuente y niveles buenos en los índices de rendimiento.

Resultados de las entrevistas:

Tabla 6. Guía de entrevistas

Código	Entrevistado	Cargo
MG	Marlon Goya	Presentador de noticias de "C6 Televisión"
BM	Bolívar Moyano	Periodista y radiodifusor en "Radio Fluminense 101.5"
MF	María Flores	Directora del Medio de Comunicación Digital "El Vocero"
GG	Gisela Garcés	Directora del Medio de Comunicación Digital "ContenidoEC"
JL	Julio León	Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión" - Núcleo de Los Ríos" (CCE)

Análisis de las respuestas del Cibermedio

En esta primera parte de los resultados de las entrevistas, se presentan las respuestas del presentador de noticias y del periodista. Los entrevistados coinciden en que la red social más utilizada para publicar sus contenidos es Facebook, seguido por Twitter, con estas redes sociales llegan a usuarios de varias edades, e incluso tienen audiencia internacional. Además, manifiestan que tienen su sitio web, donde publican la información cultural. Los medios de comunicación donde laboran difunden contenidos culturales y educativos dispuesto por el Ministerio de Educación, música nacional y contenido intercultural, también manifiestan que no son partícipes de difundir Reality Show. Manifiestan cumplir con el 5% de contenido cultural estipulado en la LOC, sin embargo, no se especifica de forma clara como cumplen con la difusión. Manifiestan que difunden espacios culturales para no ser sancionados por la Ley, por ello tienen una revista matinal con entrevistas y difusión de tips de cultura. Los entrevistados coinciden, en que es importante la difusión de contenidos culturales en Babahoyo para revalorizar la historia local y nacional, de igual manera coinciden que los medios de comunicación están dispuestos a continuar con la difusión de contenidos culturales y educativos en beneficio de los ciudadanos.

Análisis de las respuestas de los Medios de Comunicación Digitales

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas, de las directoras de los medios de comunicación digital.

Las directoras coinciden que las plataformas digitales más utilizadas en sus medios para la publicación de contenidos son Facebook y Twitter, con estas redes sociales llegan a muchos ciudadanos por ser las más comunes y utilizadas. Manifiestan cumplir con la difusión de contenido educativo y cultural porque creen en la importancia de los temas y no por obligación, además coordinan espacios y eventos con la Casa de la Cultura, pero no se indica cuáles son esos espacios y con qué frecuencia lo realizan. También manifiestan cumplir con el 5% de

difusión de contenido cultural dispuesto en la LOC, y brindan espacios a entidades culturales para que expongan su trabajo y que lo realizan a pesar de las dificultades que tienen en los medios. Manifiestan que es importante difundir contenido cultural porque es una oportunidad de educar a la ciudadanía y que la difusión de estos espacios la seguirán realizando con beneplácito y en coordinación con las instituciones encargadas de la cultura y educación en la ciudad.

Análisis de las respuestas de la institución

Finalmente, se presentan los resultados de la entrevista, al presidente de la Casa de la Cultura Núcleo Babahoyo. La Casa de la Cultura Ecuatoria, realiza actividades para fortalecer la identidad cultural, a través de productos culturales de artistas y gestores locales, nacionales y extranjeros. Cuentan con el apoyo de los medios de comunicación del cantón para cubrir los eventos, sin embargo, los medios deben involucrarse más en los eventos culturales, puesto que sólo están en el inicio y la importancia es que ellos permanezcan en todo el evento, para que den mayor difusión y así promover la participación y concientización de la ciudadanía y que la cultura fortalezca su identidad babahoyense.

III. CONCLUSIONES

Se establece que las plataformas digitales más utilizadas por los medios de comunicación, Canal 6 Televisión, Radio Fluminense 101.5, El Vocero y ContenidoEC de la ciudad de Babahoyo 2020, son Facebook y Twitter, y se utilizan en menor medida Instagram, Web-Site y YouTube. Además, se publica de forma poco frecuente contenidos culturales en las plataformas digitales que están destinadas para cumplir con este propósito en los medios de comunicación. Es decir, publican en sus plataformas digitales mínimos contenidos culturales, para cumplir con el 5% dispuesto por la LOC, y la razón del cumplimiento está relacionado a evitar ser sancionados por la misma. Pero hay que recalcar que sí dan cobertura a los espacios culturales y permiten que las instituciones encargadas de la cultura en la ciudad puedan promover sus eventos, pero la cobertura y promoción se ve limitada al inicio del programa, ya que no hay seguimiento al desarrollo ni finalización del mismo, esto quiere decir que la promoción en el ámbito del desarrollo cultural no es completa, algo que exigen de manera urgente las autoridades. Porque al difundir contenidos culturales es una oportunidad de revalorizar la historia nacional y local, y elevar el nivel de educación de los ciudadanos de Babahoyo.

IV. RECOMENDACIONES

Se sugiere que los medios de comunicación, Canal 6 Televisión, Radio Fluminense 101.5, El Vocero y ContenidoEC, reconozcan a las instancias encargadas de cultura en la ciudad la importancia de las plataformas digitales en la difusión de contenidos culturales, para llegar a todos los rincones del cantón, con oportunidades de revalorizar la historia y fortalecer la identidad de los ciudadanos. Así mismo, los medios de comunicación deben fortalecer sus recursos tecnológicos y generar directrices que les permitan tener la facilidad de realizar un buen trabajo y de esta manera difundir una mayor cantidad de contenidos culturales en todas las plataformas digitales, de tal manera que la información pueda tener mayor alcance dentro y fuera del cantón. Pero con mayor énfasis a aplicar estrategias internas creativas, para que puedan elevar el porcentaje de difusión de contenidos culturales en todas las plataformas digitales, lo que les garantizará variedad de contenidos culturales, y no solo cumplir con lo dispuesto por la Ley, y por añadidura tener más seguidores interesados por la cultura, de modo que mejorarán el posicionamiento en el ranking de preferencias del usuario por la credibilidad y confianza en sus seguidores e instituciones culturales del cantón en beneficio de los ciudadanos babahoyenses.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Arias, P. G. (2002). *La Cultura: Estrategias conceptuales para comprender la Identidad, la diversidad, la alteridad, y la diferencia*. Quito, Ecuador: Abya-Yala. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=6AoccVUxvGQC&pg=PA65&dq=cultura&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj0u-tqZ_rAhWwzlkKHSgLDWEQ6AEwA3oECAQQAg#v=onepage&q&f=false
- Auger, G. (2013). Fostering Democracy through Social Media: Evaluating Diametrically Opposed Non Profit Advocacy Organizations` use of Facebook, Twitter and Youtube. *Public Relations Review*,, 369-37. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.01>
- Begoña Gutiérrez, M. I. (2010). *El papel de los medios de comunicación actuales* (Vol. XXIX). Bogotá, Colombia .
- Bisbal, M. (2005). *Televisión, Pan nuestro de cada día* . (Alfadil, Ed.) Caracas , Venezuela : Melvin . Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=cSa16a0angC&pg=PA156&dq=Paradigma+de+Lasswell&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj3IHnrp_rAhUkvlkKHdKYCbgQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=Paradigma%20de%20Lasswell&f=false
- Boni, F. (2006). *Teorie del media* . (J. Climent, Trad.) Valencia, España: Aldea Global. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=lkLP2rnZzQMC&pg=PA251&dq=medios+de+comunicaci%C3%B3n+tradicional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjegM-awKHrAhXE1VkkHSV3AnYQ6AEwAXoECAQQAg#v=onepage&q&f=false>
- Cadena, H. (2016). *La función del funcionalismo: una exploración conceptual*. Chile. Obtenido de <https://www.scielo.br/pdf/soc/v18n41/1517-4522-soc-18-41-00196.pdf>
- Canelo, B. F. (2011). Las redes sociales. Lo que hacen sus hijos en Internet. *Editorial Club Universitario*, 7.

- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. España: Alianza Editorial, S.A. Obtenido de <https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf>
- Cortés, R. (2010). Del mass media, la comunicación y el desarrollo: anotaciones críticas sobre economía y medios. *Palabra clave*, Volúmenes 13, número 2. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v13n2/v13n2a08.pdf>
- Domínguez, E. (2012). Medios de comunicación masiva. *Red Tercer Milenio.*, México.
- Durañona, M., & E., R. (2018). Estrategia para transformar la biblioteca Juan Cristobál en un centro de recursos para el aprendizaje. *Didáctica y Educación*, 193-218.
- Ernesto, N. (2005). *Historia de la Comunicación* . Recuperado el 12 de 08 de 2020, de http://documenta.ftp.catedu.es/apuntes/h_comunicacion.pdf
- Gabriela Rivadeneira Burbano. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Asamblea Nacional, Quito. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- García, X. L., & López, M. O. (2004). *Las Herramientas Tecnológicas de la Nueva Información Periodística*. (C. Seco, Ed.) España: Gesbiblo, S.A.
- Gershon, R. (2016). Digital Media and Innovation. Management and Design. Strategies in Communication. *London, England: Sage*.
- Gómez, D. (2012). Social Media no traduce Redes Sociales. *Bien Pensado*, 5-6.
- Gutiérrez, B. &. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, XXIX. XXIX, 4. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>
- Laswell, H. (1948). *Translation as Systemic Interaction: A New Perspective and a New Methodology*. (I. M. Heidemarie Salevsky, Trad.) Berlin, Alemania : Frank & Timme. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=cEhyypBrkZgC&pg=PA19&lpg=PA19&dq=Lasswell+1948&source=bl&ots=gdmoYnhVEZ&sig=ACfU3U3ilXF8R3rEsdtOoPHk3LeaC2-Ziw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiBtbD366DrAhXFxFkKHdeJDusQ6AEwCnoECAsQAQ#v=onepage&q&f=false>

Liberos, E. (2013). El libro de Marketing Interactivo y la Publicidad Di. *ESIC Editori*, Madrid, España:

Martín, M. (2017). Enseñanzas Iniciales: Ámbito de ciencia, tecnología y sociedad en el mundo actual. *España: Secretaria General Técnica*.

Martínez, R., & Sánchez, L. (2015). Comunicación y Redes Sociales. *Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 1-5. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552556568001>

Mass Media y Sociedad. (2020). Obtenido de Teoría del Fin de la Historia y Problemas de la Globalización:

<https://www.reasonwhy.es/sites/default/files/mass%20media%20y%20sociedad.pdf>

Molano, O. (2008). Identidad Cultural un Concepto que Evolucionan. *Opera*, 74. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

Moreno, A. (2015). Does Social Media Usage Matter? An Analysis of Online Practices and Digital Media Perceptions of Communication Practitioners in Europe. *Public Relations Review*, 242-253. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.12.006>

Nacional, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Parzianello, G. (enero-junio de 2009). La Teoría de la Comunicación, la vida y la sociedad. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 32(1), 249. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/698/69830991014.pdf>

- Pérez, G. (2011). La Web 2.0 y la sociedad de la información. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 57-68. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42119790004>
- Ponce, J. P. (2020). *MENTINNO*. Ecuador Estado Digital Ene/20, Quito-Ecuador. Obtenido de <https://blog.formaciongerencial.com/estadodigitalecuador2020/>
- Quintana, L., Sosa, A., & Castillo, A. (2018). Actions and communication strategies in digital platforms. *Prisma Social*, 247-270.
- Real Academia de la Lengua Española. (2014). Recuperado el 12 de 08 de 2020, de RAE: <https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>
- Reyes, R., & González, J. (2018). La animación sociocultural como recurso cultural para los proyectos de desarrollo comunitario. *Didáctica y Educación*, 359-378.
- Rivera, J. (2012). Información de Ciencia y Tecnología en medios digitales ecuatorianos. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 54-60. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057416008>
- Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*(122), 113. Obtenido de <http://200.41.82.22/bitstream/10469/13303/1/REXTN-Ch122-15-Rivera.pdf>
- Rodríguez, P. (2020). Las webs y demás plataformas en red. Construyendo experiencias digitales. 20.
- Rojas, O. (2012). Relaciones Públicas: La eficacia de la influenc. *Madrid, España: ESIC Editorial*.
- Ron, R., Álvarez, A., & Núñez, P. (2013). Niños, adolescentes y redes sociales: conectados o atrapados? *Madrid (España): ESIC*, 3.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. (S. S.L, Ed.) Barcelona, España : Gedisa, S.A. Obtenido de <http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Hipermediaciones-Carlos-Scolari-Cap1.pdf>

TEORÍA DEL FIN DE LA HISTORIA Y PROBLEMAS DE LA GLOBALIZACIÓN. (2020). Obtenido de Mass Media y Sociedad, El juego Comunicacional: <https://www.reasonwhy.es/sites/default/files/mass%20media%20y%20sociedad.pdf>

Ulloa, C. (2007). *Comunicación, Cultura Y Desarrollo*. Quito, Ecuador: "Quípus", CIESPAL. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53702.pdf>

UNESCO. (2014). Indicadores de Cultura para el Desarrollo. En *Manual Metodológico* (pág. 87). Paris, Francia. Obtenido de https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf

Vargas, H. (2008). Comunicación digital y ciberperiodismo. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertac"*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511555566008>

VI. ANEXOS

Anexo 1. Guía de Entrevista

	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO INFORMACIÓN Y DERECHO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
Nombre del entrevistado:		
Fecha de entrevista:		
Hora:		
Lugar:		
Código:		
PREGUNTAS		

Elaborado por: Melany Cabezas

Anexo 2. Guía de Visita a Plataformas Digitales de Medios de Comunicación

	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, PERIODISMO INFORMACIÓN Y DERECHO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
CIBERMEDIO / MEDIO DIGITAL		
Fecha de visita:		
Facebook Url:		
Twitter Url:		
Instagram Url:		
Youtube:		
Web Site:		
OBSERVACIONES:		

Elaborado por: Melany Cabezas

Anexo 3. Plataformas virtuales

Canal 6 televisión

Facebook: <https://www.facebook.com/c6televisionec>



Twitter: <https://twitter.com/C6Television>



Instagram: <https://www.instagram.com/c6television>

The image shows the Instagram profile for 'c6television'. At the top left is the profile picture, a circular logo with a blue '6' and the word 'Televisión' below it, with the tagline '¿Lo que Me Gusta Ver?'. To the right of the profile picture, the name 'c6television' is displayed with a 'Seguir' (Follow) button and a dropdown menu icon. Below the name, the statistics are listed: '1,599 publicaciones', '4,395 seguidores', and '4,314 seguidos'. The bio reads: 'C6 Televisión Somos un canal de cine cable televisión, cuya señal se origina en la ciudad de Babahoyo. www.c6babahoyo.com'. Below the bio are three featured posts: 'EN FAMILI ...' with a 'Familia' logo, 'C6 NOTICIAS' with a '6 NOTICIAS' logo, and 'Destacada' with a landscape image. At the bottom, there are navigation tabs for 'PUBLICACIONES', 'IGTV', and 'ETIQUETADAS'. Below these tabs are three video thumbnails: the first shows a person's hands with a bracelet, the second shows a boat on water, and the third shows two men in suits in a news broadcast.

YouTube: <https://www.youtube.com/user/CanalSeisBabahoyo>

The image shows the YouTube channel page for 'Canal Seis Babahoyo'. At the top, there is a banner with a dark blue background and a white arrow pointing right. Inside the arrow, the text reads 'Periodismo con responsabilidad Social'. To the right of the banner is the '6 NOTICIAS' logo. Below the banner, the channel name 'Canal Seis Babahoyo' is displayed with '4960 suscriptores' and a red 'SUSCRIBIRSE' (Subscribe) button. Below the channel name are navigation tabs: 'INICIO', 'VÍDEOS', 'LISTAS DE REPRODUCCIÓN', 'COMUNIDAD', 'CANALES', and 'MÁS INFORMACIÓN'. Below the tabs, there is a 'Subidas' (Uploads) section with a 'REPRODUCIR TODO' (Play All) button. Below this are five video thumbnails. The first is 'Tv en salud' with 0 views and 'Hace 4 meses'. The second is 'C6TV' with 0 views and 'Hace 4 meses'. The third is 'C6 NOTICIA DOMINGO' with 182 views and 'Emitido Hace 5 meses'. The fourth is 'C6 NOTICIA DOMINGO' with 105 views and 'Emitido Hace 5 meses'. The fifth is 'C6TV' with 0 views and 'Hace 4 meses'. At the bottom right, there are social media icons for Facebook and Twitter.

Página web: <https://www.c6television.com/>



Inicio Blog Comprar

canal6bahoyo@gmail.com



Parrilla de programación

PROGRAMACIÓN C6 Televisión <small>Dirección: C6 - El Mamey, Primera Transversal y Av. Central * Teléfono 096-85-81-415 Bahahoyo - Los Ríos - Ecuador</small>							CANAL 6 CCTV
Horarios	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
07H00	Noti6 Matutino Música a la Carta Rock Latino	Noti6 Matutino Música a la Carta Pop	Noti6 Matutino Música a la Carta Música Romántica	Noti6 Matutino Música a la Carta Música del Recuerdo	Noti6 Matutino Música a la Carta Baladas	Mi Rancho	Animados
08H30	En Familia	En Familia	En Familia	En Familia	En Familia	Animados	
09H30	Cine Drama	Cine Drama	Cine Drama	Cine Drama	Cine Drama	PELICULAS	Cine Familiar
11H30	Serie Familiar	Serie Familiar	Serie Familiar	Serie Familiar	Serie Familiar		
12H00	Serie Cómica	Serie Cómica	Serie Cómica	Serie Cómica	Serie Cómica	Cine Familiar	Cadena Puro Deporte Videos Musicales
12H30	Serie Familiar	Serie Familiar	Serie Familiar	Serie Familiar	Serie Familiar		
13H30	Cine 6 Familiar	Cine 6 Familiar	Cine 6 Familiar	Cine 6 Familiar	Cine 6 Familiar		
15H30	Anime	Anime	Anime	Anime	Anime		
16H00	Educa	Educa	Educa	Educa	Educa		
16H30	Cine 6 (Familiar)	Cine 6 (Familiar)	Cine 6 (Familiar)	Cine 6 (Familiar)	Cine 6 (Familiar)		
18H00	Music Planet	Music Planet	Music Planet	Music Planet	Music Planet	Cine Familiar	
19H00	Documental	Documental	Documental	Documental	Punto de Equilibrio	Viajeros	Mi Rancho (Reprise) Jaccely
19H30	Noti6 Estelar	Noti6 Estelar	Noti6 Estelar	Noti6 Estelar	Noti6 Estelar		
20H00	Zona Deportiva	Zona Deportiva	Zona Deportiva	Zona Deportiva	Zona Deportiva	Tabla Fortuna	Viajeros (Reprise)
21H00	Juego Mágico familiar	Juego Mágico familiar	Juego Mágico familiar	Juego Mágico familiar	Juego Mágico familiar	6 en Acción	6 en Acción
22H00	Series Suspenso	Series Suspenso	Series Suspenso	Series Suspenso	Coquí Salsero		
23H00	Series Adultos	Series Adultos	Series Adultos	Series Adultos			
24H00							
01H30	Butaca 6	Butaca 6	Butaca 6	Butaca 6			
03H00							
04H30							
06H00							

Radio Fluminense 101.5 FM

Facebook: <https://www.facebook.com/RadioFluminenseFM>

F.M. estéreo 101.5 MHZ Babahoyo - Los Ríos - Ecuador

Radio Fluminense FM
@RadioFluminenseFM · Emisora de radio

Enviar mensaje

Inicio Videos Fotos Información Más

Te gusta

Información Ver todo

Eloy Alfaro y 5 de Junio
120105 Babahoyo, Ecuador

Babahoyo

Radio Fluminense 101.5 FM ¡Insuperable! Noticias y entretenimiento...

Llegamos donde las otras no llegan...al corazón de los oyentes. Radio Fluminense 101.5 FM ¡INSUPERABLE! en Noticias, entrevistas y programación musical.

20,526 personas les gusta esto, incluidos 81 de tus amigos

Crear publicación

Foto/video Estoy aquí Etiquetar amigos

Radio Fluminense FM
9 h

ÁLVARO NOBOA DECLINA DE CANDIDATURA PRESIDENCIAL

"Ecuatorianos, he decidido no postularme como candidato a la presidencia sino continuar liderando el desarrollo económico del Ecuador. Aunque estoy liderando las encuestas de popularidad, sé que sin la política puedo hacer mucho, por mi pueblo, por mi familia y por mis seres queridos", afirmó el empresario Álvaro Noboa hace pocos minutos en sus redes sociales.

"Soy el generador de empleos mas grande del país y lo seguiré si... Ver más

Twitter: <https://twitter.com/FluminenseRADIO>

Radio FLUMINENSE

Radio Fluminense 101.5FM
@FluminenseRADIO

Seguir

Llegamos donde las otras no llegan, al corazón de los oyentes.

Cobertura

Los Ríos 100%

Manabí, Guayas, Bolívar45%

Whatsapp: 0989283544

Babahoyo - Los Ríos - Ecuador [fluminensefm.com](https://www.fluminensefm.com)

Fecha de nacimiento: 1980 Se unió en diciembre de 2011

182 Siguiendo 1.602 Seguidores

Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos Me gusta

Instagram: <https://www.instagram.com/fluminenseradio/>

fluminenseradio [Seguir](#) ⌵ ⋮

473 publicaciones 1,707 seguidores 226 seguidos

Radio Fluminense 101.5FM ec
Llegamos donde las otras no llegan, al corazón de los oyentes.
📞 Whatsapp 0989283544
📍 Cobertura
📊 Los Ríos 100%
📊 Manabí, Bolívar, Guayas 45%
www.fluminensefm.com

TortaAmor Romántico... Romántico... CrónicaRoja LaHoraDeL... FlumiKarao... Regresamo...

PUBLICACIONES IGTV ETIQUETADAS

Página web: <http://fluminensefm.com/>

RADIO Fluminense 101.5 fm stereo
Babahoyo - Los Rios - Ecuador

PORTADA NOSOTROS PROGRAMACION COBERTURA INFORMES CONTACTOS COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA

EN BABAHOYO

Lunes 35°C 19°C Suroeste 13 km/h

07:00 PM 25

RADIO EN VIVO

Radio en vivo SONANDO AHORA

0:00 / 0:00

DISPOSITIVOS MOVILES

DISPONIBLE GRATIS

Entrega de mochilas con kits escolares en la Unidad Educativa Manuel Quintana Miranda
21 agosto, 2020 No comments

Camilo Salinas ratifica que clases presenciales se retoman sólo con autorización del COE
20 agosto, 2020 No comments

Parrilla de programación

PROGRAMACIÓN

PROGRAMACION DE LUNES A VIERNES	
00H00 a 05H30	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional
05H30 a 06H00	MUSICALES: JULIO JARAMILLO
06H00 a 07H00	NUESTROS CANTARES: Música, notas de nuestros compositores, músicos y cantantes nacionales
07H00 a 08H00	NOTICIERO: RADIO PERIÓDICO ACTUALIDAD: Noticias y Entrevistas
08H00 a 09H00	ESPACIO CONTRATADO: Programa del Municipio
09H00 a 12H00	EL VACILÓN DE LA MAÑANA: Programa hiper activo de variedades
12H00 a 13H00	NOTICIAS: RADIO PERIÓDICO ACTUALIDAD Noticias y entrevistas
13H00 a 15H00	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional
15H00 a 17H00	EL VACILÓN DE LA TARDE: Programa hiper activo de variedades
17H00 a 18H00	LA HORA DE LOS NOVIOS: Música y poemas románticos pregrabados
18H00 a 18H30	NOTICIAS: DE LA CRONICA ROJA
18H30 a 23H00	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional
23H00 a 00H00	NUESTROS CANTARES: Música, notas de nuestros compositores, músicos y cantantes nacionales
PROGRAMACION DE LOS SÁBADOS	
00H00 a 05H30	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional

PROGRAMACION DE LOS SÁBADOS	
00H00 a 05H30	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional
05H30 a 06H00	MUSICALES: JULIO JARAMILLO
06H00 a 07H00	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional
07H00 a 08H00	NOTICIERO: RADIO PERIÓDICO ACTUALIDAD Noticias y entrevistas
08H00 a 09H00	UNA RESPUESTA PARA HOY EN LA VOZ DE DIOS: Espacio contratado, programa evangélico
09H00 a 10H00	UN PASEO CON TÍA LULÚ Programa infantil
10H00 a 00H00	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional
PROGRAMACION DE LOS DOMINGOS	
00H00 a 00H00	MUSICALES: Varios Géneros Talento nacional e internacional

ContenidoEC

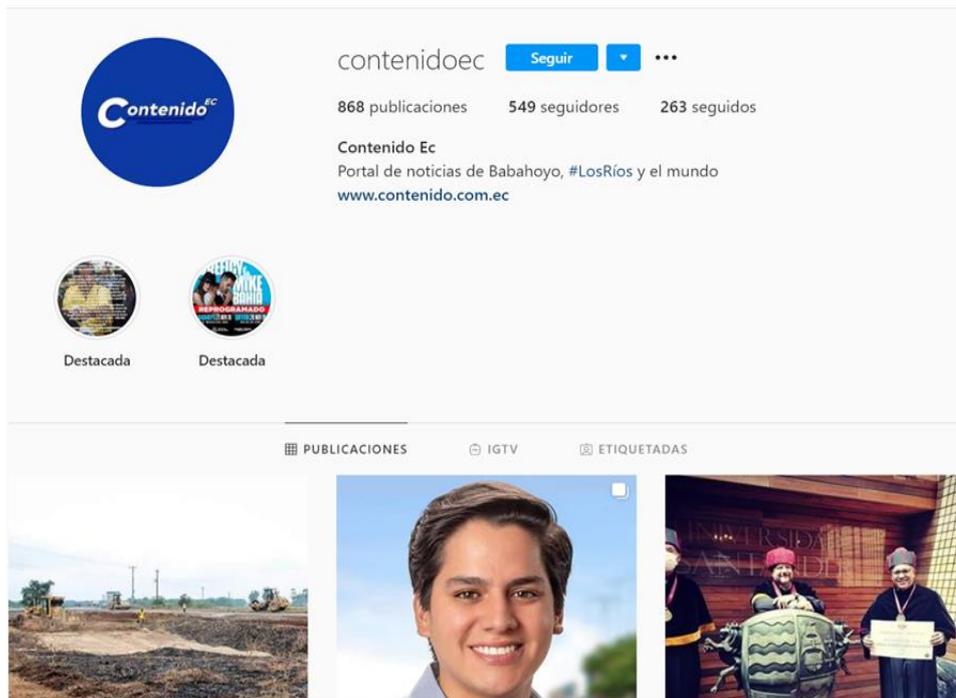
Facebook: <https://www.facebook.com/ContenidoEC>



Twitter: https://twitter.com/contenido_Ec



Instagram: <https://www.instagram.com/contenidoec/>



Página web: <https://www.contenido.com.ec/>



El Vocero

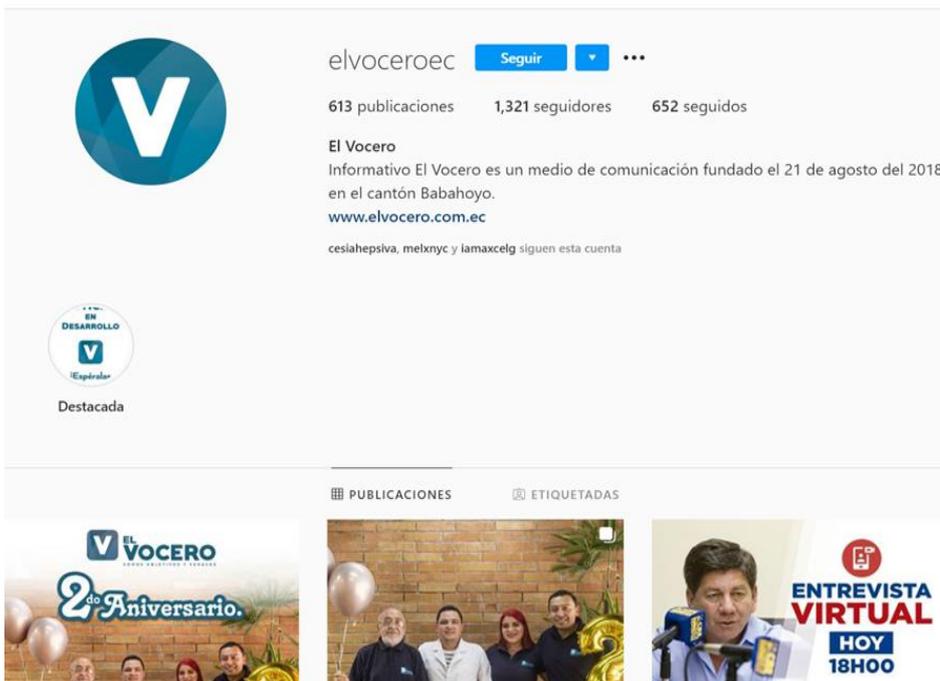
Facebook: https://www.facebook.com/elvoceroec/?view_public_for=312507845986423

The screenshot shows the Facebook profile page for 'El Vocero'. At the top left is the profile picture, a blue circle with a white 'V'. To its right is the name 'El Vocero' and the handle '@elvoceroec' with the description 'Sitio web de noticias y medios de comunicación'. A blue button labeled 'Enviar mensaje' is on the right. Below this is a navigation menu with 'Inicio', 'Empleos', 'Eventos', 'Opiniones', and 'Más'. A 'Te gusta' button and search icons are also visible. A notification banner asks about message preferences with 'Si' and 'Ahora no' buttons. The 'Información' section on the left contains a bio: 'Informativo El Vocero es un medio de comunicación fundado el 21 de agosto del 2018 en el cantón Babahoyo. Esta propuesta comunicacional tiene como objetivo promover una comunicación objetiva, veraz e incluyente.' It also shows '30,162 personas les gusta esto, incluidos 174 de tus amigos'. On the right, there is a 'Crear publicación' button and options for 'Foto/video', 'Estoy aquí', and 'Etiquetar amigos'. Below that is a pinned post from 'El Vocero' dated 'Ayer a las 7:23' with the text: 'Hoy expresamos nuestra gratitud por su confianza y credibilidad. Seuiremos trabajando para compartir con ustedes información veraz'.

Twitter: <https://twitter.com/elvoceroec>

The screenshot shows the Twitter profile page for 'El Vocero'. At the top is the profile picture, a blue circle with a white 'V', and the name 'EL VOCERO' in large blue letters, with the tagline 'SOMOS OBJETIVOS Y VERACES' below it. To the right are icons for a menu, notifications, and a blue 'Siguiendo' button. Below the profile picture is the name 'El Vocero' and the handle '@elvoceroec'. The bio reads: 'Informativo El Vocero es un medio de comunicación fundado el 21 de agosto del 2018 en el cantón Babahoyo.' Below the bio are location 'Babahoy', website 'elvocero.com.ec', and 'Se unió en agosto de 2018'. It shows '756 Siguiendo' and '531 Seguidores'. At the bottom, it says 'Melany Cabezas Medna sigue a este usuario'.

Instagram: <https://www.instagram.com/elvoceroec/>



The image shows the Instagram profile for 'elvoceroec'. The profile picture is a blue circle with a white 'V'. The bio states: 'El Vocero Informativo El Vocero es un medio de comunicación fundado el 21 de agosto del 2018 en el cantón Babahoyo. www.elvocero.com.ec ceslahepsiva, melxnc y lamaxcelg siguen esta cuenta'. There are 613 publications, 1,321 seguidores, and 652 seguidos. A 'Seguir' button is visible. Below the bio, there is a 'Destacada' section with a circular icon and the text 'EN DESARROLLO'. The main grid shows three posts: a 2nd anniversary celebration, a group photo, and a virtual interview.

Página web: <https://www.elvocero.com.ec/>



The image is a screenshot of the El Vocero website. At the top, it says 'SÁBADO, AGOSTO 22' and has social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram. The main header features the 'EL VOCERO' logo with the tagline 'SOMOS OBJETIVOS Y VERACES' and a large banner for 'BARDALES GYM CENTRO FITNESS Y GYM'. Below the header is a navigation menu with categories: PORTADA, ACTUALIDAD - LOS RIOS, OPINIÓN, NOTICIAS, VOCERO DEPORTIVO, and ENTRETENIMIENTO. The main content area displays a grid of news articles with images and headlines. The first article is 'LA ELABORACIÓN DE UN HUERTO COMUNITARIO UNE A LOS VECINOS EN RECINTO DE PALENQUE' dated 'Jueves, 20 Agosto, 2020'. Other articles include 'JUNTA CANTONAL DE BABAHOYO RESTITUIRÁ DERECHOS DE LOS ADULTOS MAYORES', 'CONTINÚAN OPERATIVOS ANTE EL NO RESPETO A LAS RESTRICCIONES, MULTAS PARA QUIENES NO CUMPLAN', 'REABREN LA BASÍLICA DE LA VIRGEN DEL ROSARIO DE AGUA SANTA EN BAÑOS, TUNGURAHUA', and 'APROXIMADAMENTE UNA TONELADA DE DROGA FUE INCAUTADA EN BABAHOYO'.

Anexo 4. Respuestas de las entrevistas

Cibermedios

1. ¿Qué plataformas digitales utiliza el medio para publicar contenidos?

BM: Con todo esto de la revolución tecnológica nos obligó a utilizar las redes sociales y página web. YouTube no tenemos, más transmitimos en Facebook.

MG: C6 Televisión es un canal local de servicio privado, inscrito en la CORDICON como un medio de comunicación tradicional y digital, porque somos un canal de televisión local en tv cable frecuencia seis, y ahora como la tecnología ha avanzado mucho nos obligó a migrar en las redes sociales, contamos con una plataforma web. Utilizamos simultáneamente las redes sociales, porque nos sectorizamos a diferentes tipos de audiencia, además en YouTube con los suscriptores de gente de otros países que ven noticias. Pero la red que más usamos es Facebook debido a que en el cantón la mayoría de personas tiene Facebook. Por cuestión de la pandemia se ha suspendido la plataforma web, y en el tema de ventas nos ayudó mucho.

2. ¿Difunde contenido informativo, educativo y cultural estipulado en el Art.8 de la Ley Orgánica de Comunicación?

BM: Sí difundimos contenido informativo, educativo y cultural, de hecho, en nuestra parrilla de programación que se encuentra en la Web-Site te puedes dar cuenta que si le damos espacios a estas tres temáticas. Cabe mencionar que esa parrilla no está actualizada debido al COVID-19 no hubo la rendición de cuentas y se podría decir que, en esa parrilla, a pesar que no es actual de todas maneras si difundía programas radiales de música nacional, y también los formatos radiales que nos manda el Gobierno de EDUCA, etc. Primero porque luego nos sancionan y segundo porque hay que resaltar la cultura del cantón, para que no se pierda con el tiempo.

MG: Si lo hacemos, desde hace ocho años que estoy laborando en el medio puedo percibir que incluso difunden contenidos del gobierno como "Educa", cadena nacional, contenido intercultural, y cada hora, minuto a minuto y medio no solo de la provincia sino del país con todo lo que acontece en tradiciones, historia, etc. Nunca hemos sido partícipes de los "reality show" que se transmiten en televisión nacional.

3. ¿Publica el 5% de contenido cultural establecido en el Art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación?

BM: Como lo mencioné desde que la radio se creó ha intentado seguir todos los parámetros establecidos en la ley para evitar sanciones, a pesar que ahora la ley no está tan drástica como cuando estaba el ex presidente Rafael Correa, pero a pesar de ello continuamos cumpliendo.

MG: El medio de comunicación desde la existencia siempre ha difundido contenido cultural, incluso el jefe ha inculcado aquello. El medio de comunicación no está para difundir sexismo, más bien educar a la ciudadanía. Por ejemplo, la revista matinal que tenemos, se lleva a cabo varias entrevistas, se difunden tips, etc. Y lo hacemos porque nuestro propio código de ética del medio de comunicación nos ha impulsado con esta misión y visión.

**4. ¿Cree que es importante difundir contenido cultural en el cantón Babahoyo?
¿Por qué?**

BM: Es importante porque ante situaciones complicadas sobre nosotros mismos nos hace reflexionar y recordar quienes somos, por qué estamos aquí, cuanto sufrieron y lucharon nuestros antepasados para tener lo que ahora tenemos, desde la civilización, y por otro lado no sirve también para expresarnos con los propios y nuevas personas. Revalorar la historia es muy importante para no perderla, y mantenerla viva para las futuras generaciones.

MG: En la Casa de Cultura hemos tenido convenios buenos, y realizado varios trabajos y reportajes, cada medio de comunicación es responsable de lo que tiene que hacer, incluso es

de cultura propia de los productores de como ellos quieran vender su parrilla de programación. Yo respeto mucho que los medios televisivos y radiales viven por la pauta y quizás a ellos no les resulte difundir tema cultural, que quizás piensen no son atractivos para la audiencia, pero respeto mucho el criterio. En lo personal siempre desde donde estoy el tema cultural siempre ha estado presente en mí.

5. ¿Se animaría a difundir contenido cultural?

BM: Lo hemos hecho y lo seguiremos haciendo, es un principio de este medio radial difundir temáticas variadas, en especial la cultural.

MG: Sí, lo hemos hecho y lo seguiremos haciendo.

Medios de Comunicación Digitales

1. ¿Qué plataformas digitales utiliza el medio para publicar contenidos?

MF: Utilizamos redes sociales, página web y YouTube, lo mismo que publicamos en la página web se publica también en Twitter. Muy poco publicamos en Instagram.

GG: Las plataformas digitales que utiliza el medio para difundir contenidos de todo tipo, no solo culturales son: Facebook, Twitter, Instagram, Web-Site y YouTube

2. ¿Difunde contenido informativo, educativo y cultural estipulado en el Art.8 de la Ley Orgánica de Comunicación?

MF: Si difundimos, porque creemos que es importante generar espacios culturales y educativos, no por una obligación, sino porque eso va a hacer que se generen espacios para la Casa de la Cultura y es que existen diferentes grupos sociales que no tienen notoriedad, es un modo de aportar a que esos grupos tengan visibilidad y que la ciudadanía reciba contenidos diferentes. Por lo general todos comentan de sucesos, de accidentes, de hechos, pero al hablar de espacios culturales damos espacio a otro tipo de contenido que la ciudadanía por lo general tiene poco acceso.

GG: Si, todo lo que estipula la ley, incluso intercultural para informar, educar y cumplir con la misma.

3. ¿Publica el 5% de contenido cultural establecido en el Art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación?

MF: Si publicamos el 5% Babahoyo es una ciudad con un buen potencial cultural, y es importante dar espacios, aquí hay una Casa de la Cultura que está trabajando bastante por visibilizar grupos, además de eso también hay entidades culturales asociadas al municipio de Babahoyo y también es importante porque la cultura es un espacio a través del cual se desarrolla la ciudad, se expone, se conoce, se exporta lo que somos nosotros. Mientras más se genere este tipo de espacios va a haber la oportunidad de disminuir la brecha de desconocimiento de quienes somos y también van a poderse involucrar diferentes sectores. Al menos nosotros si apostamos a que tenemos que brindar ese tipo de espacios ya que no somos muy conocidos hay que aportarlo de nuestro medio para que otras personas se suman.

GG: Si, por las razones expuestas anteriormente.

**4. ¿Cree que es importante difundir contenido cultural en el cantón Babahoyo?
¿Por qué?**

MF: Yo creo en la libertad de expresión y la libertad de contenidos, está bien que exista la ley para que se genere una obligatoriedad y para que se dé espacios a grupos históricamente vulnerados, pero cada medio trabaja acorde a su manual de estilo, sus antecedentes, su misión y visión, y tal vez para algunos no es importante abrir esos espacios, pero debería permitirse que todos puedan generar espacios acorde a lo que ellos consideren porque muchos tienen complicaciones para ampliar cobertura porque hay medios de una sola persona, y a veces la falta de publicaciones no es porque no quieren, sino porque no cuentan con el equipo humano y recursos para poderlo hacer, tampoco debería de realizarse sanciones tan drásticas. Sino seguir incentivando a que todos los medios tengan un despertar social-cultural y lo hagan

porque quieren hacerlo. No es de sancionar, hay una problemática detrás de todo esto. No es algo tan sencillo, ahora se ha disminuido el accionar de CORDICOM porque en el tiempo de Correa era muy drástico y hay medios que hacían un esfuerzo por salir y lo multaron muchas veces. Pienso que habría que brindarles elementos a los periodistas, cursos, actualizaciones, para que tengan acceso a otros recursos que a lo mejor muchos no conocen.

GG: Sí, porque da la oportunidad de educar y concientizar a los lectores sobre la importancia de conocer nuestra cultura.

5. ¿Se animaría a difundir contenido cultural?

MF: Tenemos una base de veinte a treinta noticias distribuidas a lo largo de día y cuando hay sucesos importantes se publica inmediatamente lo que se va generando, y en el caso de temas culturales estamos muy atentos monitorizando la página de la Casa de Cultura, además nos envían constantemente material para que compartamos y eso lo hacemos con mucho gusto al punto que a veces sobrepasamos el porcentaje exigido porque tenemos una colaboración con ellos desde hace mucho tiempo.

GG: Ya lo hacemos desde hace siete años, ContenidoEC tiene abiertas las puertas a todas las notas o publicaciones que sean sobre temáticas culturales e interculturales, que es obligatorio, De hecho, somos el primer medio digital que inició con esta sección.

Institución

1. ¿Qué actividades realiza la Casa de la Cultura Ecuatoriana para promover el desarrollo cultural en el cantón Babahoyo?

La Casa de la Cultura tiene una cobertura provincial, por lo tanto, las actividades que se realiza son en beneficio de Babahoyo y toda la provincia. Nuestra gestión está enmarcada en una planificación anual, cuya visión es brindar servicios culturales a la ciudadanía, para el cumplimiento de los derechos que demanda en la Constitución denominado los derechos

culturales entre los que están la interculturalidad y la diversión sana, así como el intercambio y consumo de productos culturales. En este sentido realizamos las siguientes actividades culturales: cursos vacacionales y permanentes de pintura, teatro, piano, guitarra, canto, batería, danza, técnicas de expresión oral y escrita. En ocasiones estos cursos se realizan en las unidades educativas donde se encuentran los estudiantes (arte para todos). También realizamos obras teatrales a través de los elencos de teatro de la Casa de la Cultura, publicaciones en la Revista “Chapulo” destinada a promover el arte, la educación, ciencia y cultura; publicación y presentación de libros de autores locales y nacionales, festivales interculturales con identidad montuvia, encuentros literarios con jóvenes y adultos mayores, promoción de la figura del prócer y poeta José Joaquín de Olmedo y de su casa como patrimonio cultural de Babahoyo y del Ecuador, actividades de lectura en la biblioteca de la institución, ferias de libros, eventos masivos de danza nacional e internacional, entre otros. De estas actividades se desprende una planificación estratégica, con los objetivos que nosotros llevamos delante para la provincia, los cuales son: el fortalecimiento de la identidad cultural montuvia, y el de compartir productos culturales de artistas y gestores locales, nacionales e internacionales.

2. ¿Se invita a los medios de comunicación a actividades culturales y cuáles son los medios que cubren los eventos?

Si, se invita a todos los medios de comunicación y la gran mayoría apoyan a las actividades de la casa de cultura, difundiendo las invitaciones a los eventos, pero pocos intervienen en el desarrollo del evento, es decir pocos son los que cubren el evento cuando se está realizando; y se podría decir que ninguno hace seguimiento del después del evento. En otras palabras, toda programación de un evento tiene un antes, un durante y un después, estas tres fases es importante que los medios conozcan, y la mayoría de los medios de comunicación participan activamente en el pre evento, es decir la convocatoria. Vienen a hacer entrevistas, realizan spot publicitario los medios como: “La Hora”, “Radio Libre”, “Radio Fluminense”,

“Canal 6”, “El Vocero”, “El Río”, etc. Pero muy pocos son los que participan durante el desarrollo de los eventos, en este caso de estos pocos se encuentran los medios de comunicación social “La Hora” y “Canal 6” y podría decirse que ningún medio hace seguimiento del después de los eventos. Esa parte la realizamos nosotros internamente, el de la valoración del evento a los habitantes. Sería muy importante que los medios participen en todas estas faces del evento. A estos eventos se invita también a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo (U.T.B), quienes apoyan de manera voluntaria, además que aprenden algo más de su profesión, los mismos que inclusive realizan entrevistas en vivo a las autoridades y a los gestores culturales de la casa de la cultura, de lo cual estamos agradecidos.

3. ¿Cree que hace falta al cantón mayor respaldo cultural por parte de los medios de comunicación?

Si, es necesario mayor respaldo, no es suficiente con la difusión del evento. Desde nuestro punto de vista para que el ejercicio de los derechos culturales de los ciudadanos se ejecute plenamente, sería necesario el apoyo de los medios de comunicación en la difusión del desarrollo del evento hasta el final. Para promover la participación y concientización de la ciudadanía en relación a los contenidos culturales; además, los medios podrían entrevistar al público en un momento posterior al evento, para que además de hacerlos participar, tengamos criterios sobre el impacto de nuestras actividades y poder obtener evaluaciones objetivas de nuestro quehacer cultural. Ahora en tiempos de pandemia, nos obligó a buscar otras alternativas, en este caso la vía virtual, es por ello que los eventos se están realizando de manera virtual, desde abril se vienen realizando las actividades virtuales y se los comparte por Facebook y YouTube. Nos toca a nosotros mismos producir, reproducir, y compartir nuestros eventos.

4. ¿Según su criterio en el cantón Babahoyo los medios de comunicación le dan apertura a la difusión de contenido cultural?

Hemos tenido un gran apoyo por parte de los medios de comunicación al momento de las entrevistas y hacer conocer nuestros eventos, la dificultad radica en que, como lo decíamos anteriormente no es suficiente el apoyo antes del evento, es decir que no participan durante y después del evento. Eso es lo que hace falta, entendemos que no todos puedan estar, pero si que estén la mitad al menos no solo uno o dos.

5. ¿Es importante que los medios de comunicación difundan contenido cultural?

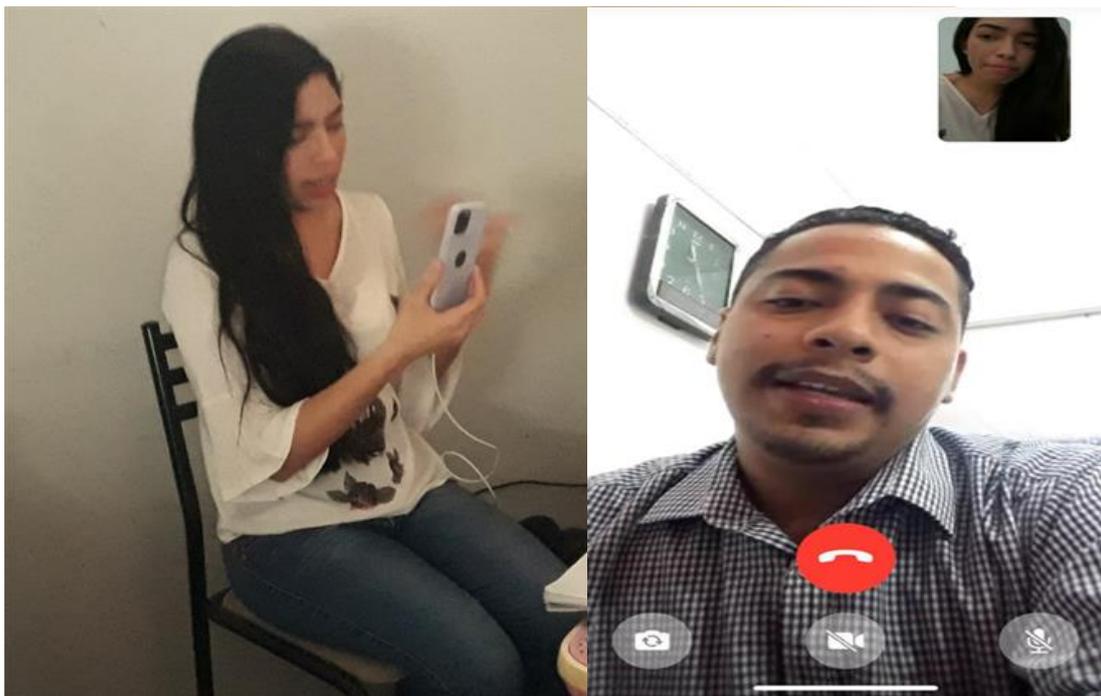
Claro que sí, es muy importante, no solo porque la Constitución y la Ley así lo proclama, sino porque es importante que los ciudadanos de Babahoyo y la provincia de Los Ríos se les respete sus derechos culturales y participen de la producción y circulación de contenidos artísticos, históricos y culturales; además que es necesario fortalecer la identidad cultural montuvia tal como dice la Ley Orgánica de Comunicación en su Art. 14.- Principio de Interculturalidad. - “A fin de que estas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultural, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al estadio ecuatoriano”. Es importantísimo para todos que la cultura sea difundida, la historia de nuestros aborígenes de los Chonos, los Montuvios, ya que, a través de los medios, los eventos culturales y artísticos pueden llegar a lugares lejanos o a personas con poca posibilidad de apreciarlos en vivo, es decir se hacen masivos, y con su apoyo se puede hacer invitación a todos los ciudadanos para que disfruten de nuestras actividades, gratuitas en su mayoría. Pueden reproducir contenidos de la Casa y lo pueden hacer con otros tipos de instituciones que forman parte del sistema nacional de Cultura.

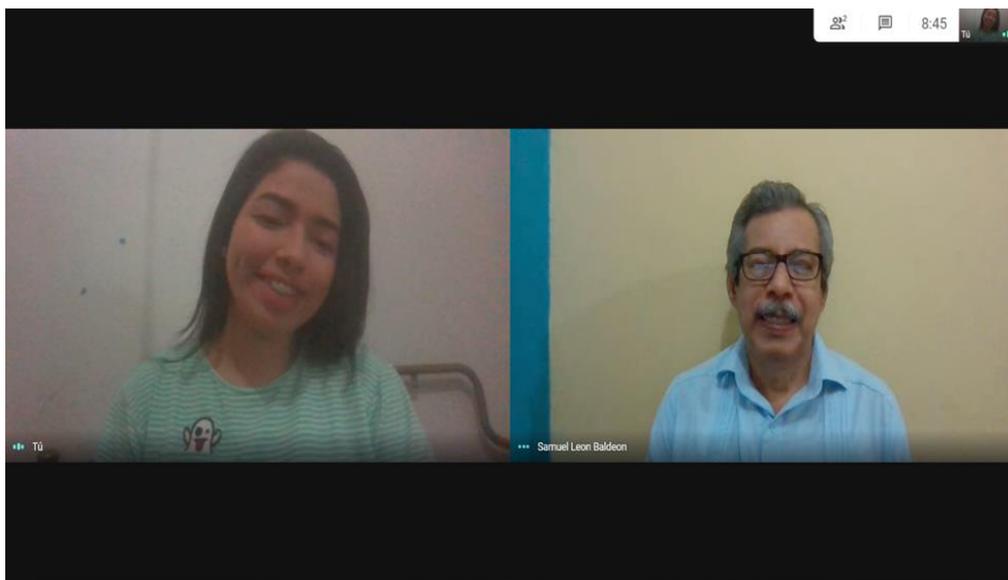
Fotografías

Entrevista al Lcdo. Marlon Goya, Presentador de noticias de “C6 Televisión”



Entrevista al Lcdo. Bolívar Moyano, Radiodifusor de “Radio Fluminense 101.5”.





Entrevista al Ing. Julio León Bazán, Director de la “Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE)
- Núcleo de Los Ríos”.