



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

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

**TEMA:**

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES Y SU INCIDENCIA EN EL**  
**RECINTO EL CHOLLO DEL CANTÓN VALENCIA, AÑO 2022**

**AUTOR:**

**CADENA MORA JOSÉ LUIS**

**DOCENTE TUTOR:**

**PhD. AURIA BURGOS BLANCA ARACELI**

**QUEVEDO-LOS RÍOS-ECUADOR**

**2022**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi madre y a mi abuela por siempre motivarme y apoyarme en todos los proyectos de mi vida en especial esta larga aventura de convertirme en un licenciado de la República del Ecuador.

**JOSÉ LUIS CADENA MORA**

## **DEDICATORIA**

Les dedico este proyecto a mi madre y a mi abuela por ser las mujeres maravillosas, guerreras y trabajadoras que conozco. También quiero dedicarme este proyecto como resultado de mi perseverancia, constancia, dedicación y como muestra de que podemos lograr todo lo que queramos en la vida.

**JOSÉ LUIS CADENA MORA**

## RESUMEN

Los medios convencionales son medios de comunicación de carácter offline como son la televisión, la radio, revistas y cine, este trabajo de investigación tiene como objetivo primordial determinar la influencia de los medios convencionales y su incidencia en la calidad de las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, además se busca identificar cuáles son los tipos de medios convencionales, las ventajas y desventajas que impactan los medios convencionales y la participación de estos en el desarrollo de la diversidad comunicacional y el aporte que deja la importancia de los medios convencionales en el comportamiento de las personas.

La metodología empleada en esta investigación parte desde el método deductivo para encontrar los hallazgos del caso partiendo de lo general a lo particular y, continúa con el método inductivo para llegar a las conclusiones de la información desde lo particular hasta llegar a lo general; complementando el análisis del compendio con la investigación descriptiva y bibliográfica para la aplicación de la encuesta virtual estructurada donde la población fue de 100 individuos y la muestra equivalente a 63 miembros del recinto El Chollo.

Los principales hallazgos encontrados mostraron que los beneficiarios tenían una actitud positiva en la participación de los proyectos de interacciones sociales que busquen preservar los medios tradicionales y el proceso comunicacional que estos ejercen en la sociedad. Por ende esta investigación es relevante para el mundo comunicacional y su proceso evolutivo.

**Palabras claves:** Medios convencionales, medios de comunicación, incidencia e información.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
MARCO METODOLÓGICO .....	3
1.1. Definición del tema caso de estudio .....	3
1.1.1. Medios de comunicación convencionales y su incidencia en El recinto el Chollo del cantón Valencia, año 2021 .....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1. Problema general .....	3
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	4
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	5
1.4.1. Objetivo General .....	5
1.4.2. Objetivos Específicos .....	5
CAPÍTULO II.....	6
1.5. SUSTENTACIÓN TEÓRICA .....	6
1.5.1. Antecedentes de los medios de comunicación convencionales.....	6
1.5.2. Medios de comunicación convencionales .....	6
1.5.3. Tipos de medios convencionales .....	7
1.5.3.1. Televisión.....	7
1.5.3.2. Radio .....	7
1.5.3.3. Periódico .....	8
1.5.4. Importancia de los medios convencionales .....	8
1.5.5. Ventajas y desventajas de los medios convencionales.....	9
1.6. HIPÓTESIS .....	9
1.6.1. Hipótesis General .....	9
1.6.2. Hipótesis Específicas.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.7. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	10
1.7.1. Metodología de la investigación .....	10
1.7.2. Técnicas.....	10
1.7.3. Instrumentos .....	11
1.7.4. Población y muestra .....	11
1.8. RESULTADOS OBTENIDOS.....	12
1.8.1. Desarrollo del caso .....	12
CONCLUSIONES.....	22
BIBLIOGRAFÍA .....	23

ANEXOS .....;Error! Marcador no definido.

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Medios de comunicación convencionales.....	;Error! Marcador no definido.
Tabla 2. Mayor frecuencia de los medios de comunicación convencionales .....	;Error! Marcador no definido.
Tabla 3. Influencia de los medios de comunicación convencionales ...	;Error! Marcador no definido.
Tabla 4. Tipos de medios de comunicación convencionales .....	;Error! Marcador no definido.
Tabla 5. La radio como medio de comunicación convencional.....	;Error! Marcador no definido.
Tabla 6. Importancia de los medios de comunicación convencionales .....	13
Tabla 7. Los medios de comunicación convencionales favorecen una comunicación ....	14
Tabla 8. Innovar los procesos comunicacionales .....	;Error! Marcador no definido.
Tabla 9. El periódico y su apogeo de aceptación.....	;Error! Marcador no definido.
Tabla 10. Proyectos de interacciones sociales .....	15

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Medios de comunicación convencionales.....	1
Gráfico 2. Mayor frecuencia de los medios convencionales.....	2
Gráfico 3. Influencia de los medios de comunicación convencionales.....	2
Gráfico 4. Tipos de medios de comunicación convencionales.....	3
Gráfico 5. La radio como medio de comunicación convencional.....	4
Gráfico 6. Importancia de los medios de comunicación convencionales.....	13
Gráfico 7. Los medios de comunicación convencionales favorecen una comunicación.....	14
Gráfico 8. Innovar procesos comunicacionales.....	7
Gráfico 9. El periódico y su apogeo de aceptación.....	8
Gráfico 10. Proyectos de interacciones sociales.....	9



## INTRODUCCIÓN

Los medios convencionales o conocidos generalmente como los medios tradicionales a nivel global han sido temas de estudio, debate, análisis y exposición por el valor que aportan al desarrollo, distribución de la información y contribución al avance comunicacional insertado en la historia.

La constitución de la república del Ecuador en su Art. 5, manifiesta que los medios de comunicación convencional o social son la radio y la televisión, por lo tanto, reconoce estos medios informativos como parte de su distribución informativo en la construcción del conocimiento de la cultura social y de la ideología política y colectiva del territorio nacional. Estos tipos de medios de comunicación permiten mantener informados a los ciudadanos con contenidos de carácter informativo, educativo, cultural, deportivo, de farándula o de entretenimiento estableciendo de esta manera una relación de confianza entre los intermediarios.

En el recinto El Chollo los medios convencionales forman parte de la cobertura de difusión de contenidos que mantienen actualizado a los habitantes de forma directa e indirecta, es por ello, que se busca establecer cuál es el impacto que estos medios dejan en la vida de los individuos.

Los medios convencionales tienen como factor primordial difundir información relevante y de interés general a los habitantes como derecho civil. Estos lineamientos forman los principios de los medios convencionales y su incidencia en la vida de las personas. El propósito de esta investigación es dar a conocer la influencia que tienen los medios convencionales en la incidencia de la calidad de las personas que tiene accesos a ellos y comprenden los contextos que estos determinan. El presente proyecto de investigación posee

la siguiente estructura, la cual permitirá detallar el tema de estudio a desarrollar en este proyecto.

En el primer capítulo se define porque es importante este proyecto dentro del área de la Comunicación Social y en el desarrollo de la sub – línea de la carrera, “Relación de la comunicación en la inteligencia e identidad cultural”, por ello, se empieza por la definición del tema, el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos, la hipótesis y la fundamentación teórica de la investigación.

En el segundo capítulo se descomponen las variables del tema y el desarrollo del estudio de caso y se describen las soluciones y los hallazgos encontrados mediante las técnicas de investigación con sus respectivos instrumentos.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **1.1. Definición del tema caso de estudio**

#### **1.1.1. Medios de comunicación convencionales y su incidencia en El recinto el Chollo del cantón Valencia, año 2021**

Este análisis sobre los medios convencionales y su incidencia en el recinto El Chollo del cantón Valencia en el año 2021, tiene como propósito principal la difusión y preservación de su estructura, estilo que sirven como puentes para comunicar los sucesos relevantes e históricos del país.

La importancia de los medios convencionales reside en sus efectos a nivel local, nacional e internacional.

- Local, porque informan a las personas de los acontecimientos diarios.
- Nacional, porque promueven la comunicación de masas por medio de los canales offline.
- Internacional, porque impulsará las alianzas de actividades comerciales entre dos o más medios como resultado de la globalización digital.

### **1.2. Planteamiento del problema**

La problemática se presenta en el recinto El Chollo del cantón Valencia cuando en el proceder diario de las interacciones sociales de los medios convencionales se presentan barreras comunicacionales interpersonales y sociales en el procesamiento de la información que ofrecen los medios de comunicación convencionales del sector por la deficiencia de la comunicación efectiva que se maneja en sus contenidos diarios.

#### **1.2.1. Problema general**

¿De qué manera los medios convencionales inciden en las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia en el año 2021?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El siguiente trabajo de investigación tiene como finalidad indagar en los medios convencionales como la radio, el periódico, la televisión y la aceptación que estos presentan en las personas del recinto El Chollo y sus alrededores teniendo como eje direccional los sub-problemas y objetivos del tema de investigación y de esta forma llegar a la conclusión mediante la identificación de los hallazgos y qué soluciones se pueden proporcionar para cambiar la situación.

Hablar de los medios tradicionales es abrir una ventana al inicio de la información y comunicación masiva que marcó un antes y un después en la historia de la comunicación en el mundo, es por ello, que la justificación en el proyecto tiene una alta notabilidad debido al valor histórico de la información en el medio social.

Los medios convencionales o tradicionales han estado presente en la mayoría de las provincias del Ecuador por la divergencia del contenido de la información comunicacional, por lo tanto, los medios convencionales es un tema para abordad y escudriñar porque representan los cimientos de lo que hoy conocemos como medios tradicionales.

Es ineludible conocer ¿de qué manera los medios convencionales inciden en nuestras vidas? y ¿cuál es la importancia que en ella reside? a simple vista parece un tema fácil de explicar y sencillo de abordad pero no es así, los medios convencionales tienen sus propios paradigmas, estructuras, diseños, estilos y formatos, entre otros., que requieren de un análisis minucioso teórico y práctico para explicar sus cualidades y tabular sus cantidades.

En conclusión, la finalidad de esta producción investigativa es identificar y estudiar los medios convencionales desde todos sus bordes para llegar a determinar ¿cómo se usa?, ¿para

qué y por quiénes?, ¿cuál es su finalidad? y sobre todo ¿cuál es el aporte significativo que brinda al país y al mundo?

#### **1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar los medios de comunicación convencionales y la incidencia en la calidad de la información que reciben las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021.

##### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los tipos de medios de comunicación convencionales que transmiten en el recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021.
- Analizar el nivel de la calidad de la información que los medios de comunicación proporcionan en el recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021.

## **CAPÍTULO II**

### **1.5. SUSTENTACIÓN TEÓRICA**

#### **1.5.1. Antecedentes de los medios de comunicación convencionales**

Los medios de comunicación iniciaron su recorrido a la par que el hombre inició su vida en sociedad, posicionándose como canales y vías de información. Con el pasar de los años 17 y la evolución de la tecnología, los medios adoptan otro papel más preponderante en la vida del hombre, el de creadores y dueños de la opinión pública. (Mitau, 2011, p. 102); En una revista de la Eumed, se menciona que los medios de comunicación son una manera de obtener los diferentes puntos de vista sobre un tema de interés, que afecta a una población, sea esta pequeña o grande. (Corvalán, 2012)

#### **1.5.2. Medios de comunicación convencionales**

**Art. 3.-** Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social. (Ley Orgánica de Comunicación, 2019)

**Art. 5.-** Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. (Ley Orgánica de Comunicación, 2019)

La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento. (Fernández, 1994, p. 12)

Se considera medios de comunicación a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como

herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por medios de comunicación a través de internet. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Se les llama medios de comunicación convencionales o de masas a todos los canales de difusión colectivos que tradicionalmente se han usado para llegar con un mensaje a la mayor cantidad de público posible, donde los otros no pueden. Pocos escritores consideran que el diario es el principal medio que inspira mayor confianza en la población, como es el caso del escritor e historiador Ricardo Sandoval quien considera que los diarios son únicamente los medios de comunicación al que se los puede considerar de masas (2013, p. 26).

### **1.5.3. Tipos de medios convencionales**

Los medios convencionales han estado presentes en la vida de las personas desde hace mucho tiempo como medios colectivos que transmiten mensajes y son los siguientes:

#### **1.5.3.1. Televisión**

La televisión es uno de los medios de comunicación más importantes y significativos de los medios.

“La televisión en sí misma es comprendida como un sistema de distribución audiovisual preferentemente doméstico en el que coexisten diversos dialectos audiovisuales, mensajes heterogéneos (Noticieros, publicidad, filmes, concursos, deportes, debates, teleseries, telenovelas, docudramas, talk shows) y cuya especificidad intrínseca la constituye el directo esa simultaneidad entre emisión y recepción del programa”. (Rincón, 2001, p. 27)

#### **1.5.3.2. Radio**

Para Martínez Costa, “la radio es un medio de comunicación estrechamente ligado a la tecnología. La producción, distribución y recepción de sus mensajes requiere de un abanico de técnicas como la mecánica, la acústica, la electrónica y la informática (...)La evolución permanente de estas técnicas se proyecta, en consecuencia, de modo decisivo

sobre la configuración y funciones de la radio. Los cambios tecnológicos (...) multiplican los servicios de radiodifusión, modifican los hábitos de escucha y favorecen la aparición de nuevas formas de organización y programación”. (Hortelano, 2001, p. 177)

### **1.5.3.3. Periódico**

Una primera aproximación neutra al concepto de periódico lo aporta la UNESCO, que lo definió como “un periódico es una publicación impresa que tiene una frecuencia determinada, contiene una o más hojas, se ofrece al público en forma gratuita u onerosa y se distribuye de diversas maneras (venta callejera, a domicilio, por suscripción). El periódico también puede contener avisos publicitarios, debe aparecer siempre bajo el mismo nombre o denominación, sus ejemplares deben estar fechados y numerados correlativamente desde su aparición, y su periodicidad no debe exceder de seis meses (es decir, tiene que aparecer por lo menos dos veces al año)” (Marqués, 2012, p.77).

También nos señala que se debe entender por diario: “publicación periódica que se edita por lo menos en cuatro días a la semana” incorporando el carácter temporal a diferencia de las publicaciones unitarias como los libros, folletos o carteles, por ejemplo. Por lo tanto, un diario es un periódico que se publica todos o casi todos los días de la semana. (Marqués, 2012, p. 77)

Recientemente, en 2011, la UNESCO volvió a concretar el concepto: “se define periódico como una publicación periódica destinada al público general y diseñada principalmente como una fuente primaria de información escrita, sobre eventos de actualidad nacionales y/o internacionales, temas sociales y políticos, etc. También puede contener artículos, ilustraciones (viñetas/historietas) y publicidad” (Marqués, 2012, p. 78).

### **1.5.4. Importancia de los medios convencionales**

Para Guaglianonne, el gran poder de los medios de comunicación, es que ellos constituyen un sistema de persuasión, un sistema de educación continua, que es capaz de cambiar los sistemas de valores y la apreciación del mundo de la gente. Los cambios que nos proponen tienen que ver con institucionalizar socialmente los valores del sistema que

promueven, y darnos una forma de apreciar la realidad que esté determinada por esos valores (2013, p. 22).

Los medios masivos de comunicación constituyen un componente del paisaje social simbólico actual, en tanto son productores de formas significantes para ser llenadas de sentido por las audiencias donde lo más importante para el investigador es comprender las reglas textuales y los textos modelos desde donde se construye sentido (Torres, 2013, p. 29).

#### **1.5.5. Ventajas y desventajas de los medios convencionales**

- **Ventajas**

La acción comunicativa produce cambios en las colectividades y pueblos de manera que provoque el desarrollo social en los ciudadanos, favoreciendo un ambiente donde se establezcan las claves y tácticas (Obregón, 2011, p. 19).

Los medios de comunicación masivos crean una influencia en la sociedad en gran escala, para Castillo, los medios comunicacionales masivos en la comunidad actual reflejan una progresiva influencia como creadores de cultura, puesto que permiten establecer en gran cantidad nuestras opiniones, prácticas y rutinas (2006, p. 18).

- **Desventajas**

En Ecuador, la televisión, a pesar haber disminuido la demanda en cuanto a su consumo por la aparición de las nuevas tecnologías que funcionan como canales de información, la Tv sigue teniendo un alto poder de influencia masiva en los ecuatorianos con un “91% de los habitantes cuentan con un televisor” en sus hogares (Mitau, 2011, p. 116).

### **1.6. HIPÓTESIS**

#### **1.6.1. Hipótesis General**

Los medios de comunicación convencionales inciden positivamente con la calidad de la información que proporcionan a las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021.

## **1.7. TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

### **1.7.1. Metodología de la investigación**

El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica. Mediante la deducción se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad. Las generalizaciones son puntos de partida para realizar inferencias mentales y arribar a nuevas conclusiones lógicas para casos particulares. (Jimenez & Alipio, 2017)

La metodología de la investigación se la realizó con los métodos deductivos e inductivos; el método deductivo nos ayuda a realizar las conclusiones de la investigación partiendo de las propiedades generales del tema hasta llegar a las particulares. Sin embargo, el método inductivo; se emplea para realizar la investigación de manera particular para encontrar los resultados generales del caso.

Asimismo, se complementó la indagación con los tipos de investigaciones descriptivas y bibliográficas; la descriptiva para puntualizar los problemas observados y para exponer lo necesario de la realidad investigada. Mientras que la investigación bibliográfica nos ayuda a recolectar información de sitios webs, revistas indexadas y libros con el objetivo fundamental de investigar las variables de nuestro tema y sustentar las argumentaciones de los hallazgos mediante la discusión del caso.

### **1.7.2. Técnicas**

Las técnicas son el conjunto de procedimientos que se utilizan para realizar las actividades de forma fácil y en el menor tiempo posible para sintetizar las acciones metódicas, por lo cual las que se utilizaron son las siguientes:

- Observación.

- Experimento.
- Entrevista.
- Encuesta.

### 1.7.3. Instrumentos

Los instrumentos son las herramientas que sirven de apoyo en el procedimiento determinado razón por la cual fue necesario el uso de las siguientes:

- Ficha de observación.
- Método experimental.
- Cuestionario de entrevista.
- Formulario de encuesta.

### 1.7.4. Población y muestra

Para la población de estudio se efectuó un tipo de muestreo probabilístico aleatorio o muestreo simple que permite la selección de personas al azar donde la población de estudio fue de 72 individuos y se determinó que la muestra del objeto de estudio del trabajo a investigar es de 60 personas.

Para determinar la muestra de la población se realizó la siguiente fórmula estadística:

#### **Dónde:**

$N$  = Tamaño del universo o población

$Z^2$  = Coeficiente cuyo valor está en función del nivel de confianza requerido por el investigador

$n$  = Tamaño de la muestra

$p$  = Probabilidad de que las respuestas dicotómicas sean favorables

$q$  = Probabilidad de que las respuestas dicotómicas sean desfavorables

$E^2$  = Error de la muestra, valor fijado por el investigador

$N=72$

$n=?$

$Z^2 = 1.96$

$E^2 = 5\%$

$P = 0.5$

$$Q = 0.5$$

$$n = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N - 1) + K^2 p q}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25 \times 72}{0.0025 \times 71 + 0.9604}$$

$$n = 60$$

$$N = 72$$

$$Z^2 = 1.96$$

$$E^2 = 5\%$$

$$P = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$n = \frac{69.1488}{0.1775 + 0.9604}$$

$$n = \frac{69.1488}{1.1379}$$

$$n = 60$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 72}{(0.05)^2 * (72-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 60$$

### 1.7.5. Muestra

Según López, cada elemento del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de figurar en la muestra, es decir, todos los elementos del universo pueden formar parte de la muestra. Los métodos de muestreo probabilístico son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los elementos del universo tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra (2010, p.2).

## 1.8. RESULTADOS OBTENIDOS

### 1.8.1. Desarrollo del caso

Con la presente investigación se elaboró una encuesta virtual a una muestra de la población El Chollo donde 63 personas participaron y se identificaron las siguientes situaciones detectadas.

**1. ¿De qué forma influyen los medios de comunicación convencionales en la vida de los habitantes del recinto El Chollo del cantón Valencia?**

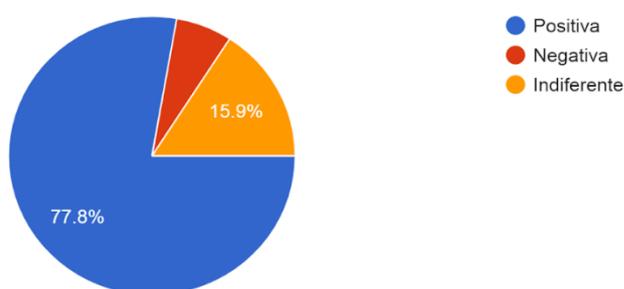
**Tabla 1.** Influencia de los medios de comunicación convencionales

<b>Descripción</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Positiva	49	77.8%
Negativa	4	6.3%
Indiferente	10	15%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Gráfico 1.** Influencia de los medios de comunicación convencionales



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Análisis e interpretación.** - En la gráfica N° 1 podemos observar que el 6.3% de los encuestados manifestaron que los medios de comunicación convencionales influyen de manera negativa, sin embargo, el 15% de los intervenidos señalaron una respuesta indiferente respecto a la pregunta, cuando el 77.8% de las personas determinaron que los medios de comunicación convencionales influyen de forma positiva en sus vidas como un elemento de difusión de información imprescindible.

**2. Indique con porcentajes el nivel de importancia que tienen los medios de comunicación convencionales en la incidencia de información de las personas.**

**Tabla 2.** Importancia de los medios de comunicación convencional

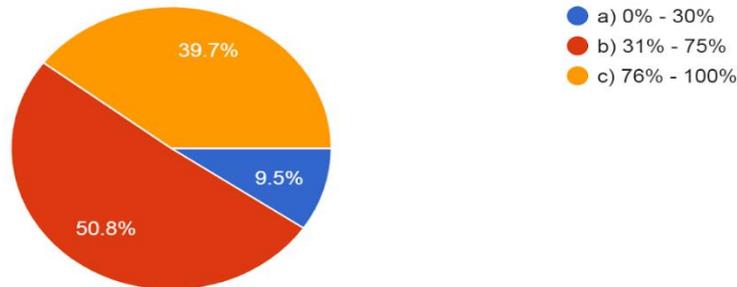
<b>Descripción</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
0% - 30%	6	9.5%
31% - 75%	32	50.8%
76% - 100%	25	39.75%

<b>Total</b>	63	100%
--------------	----	------

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Gráfico 2.** Importancia de los medios de comunicación convencionales



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Análisis e interpretación.-** El 50.8% de los encuestados expresaron que el nivel de importancia que tienen los medios de comunicación convencionales están en un rango medio (31% - 75%) siendo este un porcentaje significativo, por otro lado, el 39.7% reflejó un valor alto de (76% - 100%) aceptando la relevancia de los medios en sus vidas y el aporte característico que estos tienen en la sociedad, y finalmente el 9.5% de los habitantes del recinto El Chollo contestaron con un porcentaje bajo (0% - 30%) siendo este un indicador para mejorar.

### 3. Indique con un visto. ¿Los medios de comunicación convencionales favorecen una adecuada comunicación entre los receptores de sus mensajes?

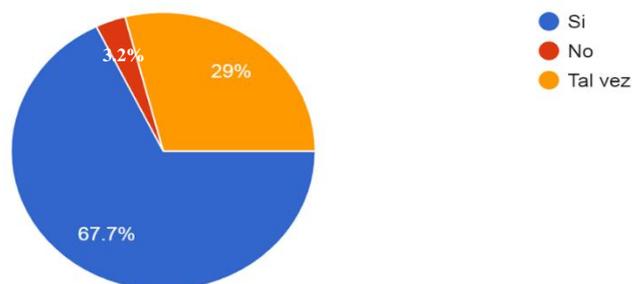
**Tabla 7.** Los medios de comunicación convencional favorecen una comunicación

Descripción	Encuestados	Porcentaje
Si	42	67.7%
No	2	3.2%
Tal vez	18	29%
<b>Total</b>	63	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Gráfico 3.** Los medios de comunicación convencionales favorecen una comunicación



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Análisis e interpretación.** - En la gráfica N°3 podemos observar que el 67.7% de la muestra seleccionada indicaron que los medios de comunicación convencionales si favorecen una adecuada comunicación entre los receptores de sus mensajes, en cambio el 29% de las personas dejaron abierta la brecha a la duda respondiendo con un tal vez respecto a la pregunta y el otro 3.2% de los participantes señalaron que los medios convencionales no favorecen a una adecuada comunicación entre sus receptores.

**4. ¿Cree usted qué es importante que las personas participen en proyectos de interacción social sobre los medios de comunicación convencionales para preservar los medios tradicionales?**

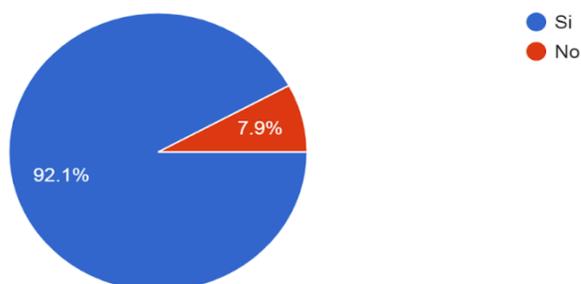
**Tabla 4.** Proyectos de interacciones sociales

Descripción	Encuestados	Porcentaje
Si	58	93.5%
No	5	6.5%
<b>Total</b>	63	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Gráfico 4.** Participación en proyectos de medios de comunicación convencionales



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** José Cadena

**Análisis e interpretación.** - El 92.1% de los encuestados afirmaron que es importante que los ciudadanos participen en proyectos de interacción social sobre medios de comunicación convencionales para ayudar a preservar los medios tradicionales y su importante papel que tienen estos en proceso evolutivo de la historia de la información y comunicación en la sociedad, mientras que el 7.9% determinaron que no están dispuestos a participar en proyectos de interacciones sociales.

## TEMA DE INVESTIGACIÓN

Medios de Comunicación Convencionales y su incidencia en el recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021

<b>MATRIZ DE CONGRUENCIA</b>					
<b>Problemas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Metodología</b>
<p><b>Problema General:</b> ¿De qué manera los medios convencionales inciden en las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia en el año 2021?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar la influencia de los medios convencionales y su calidad en las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b> Los medios convencionales se relacionan de forma positiva en la calidad de las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021.</p>	<p><b>Variable Independiente:</b> Medios de comunicación convencionales.</p> <p><b>Variable Dependiente:</b> Incidencia en las personas.</p>	<p>Indicador de proceso.</p> <p>Indicador de resultado.</p>	<p>Método: Método Deductivo. Método Inductivo.</p> <p>Tipos: Investigación Descriptiva Investigación Explicativa</p>
<p><b>P.E.1.</b> ¿Cómo influyen los tipos de medios convencionales en las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021? <b>P.E.2.</b> ¿De qué forma las ventajas y</p>	<p><b>Objetivos Específicos:</b> <b>O.E.1.</b> Identificar los tipos de medios convencionales y su influencia en las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia.</p>	<p><b>Hipótesis Específicas:</b> <b>H.E.1.</b> Los tipos de medios convencionales inciden positivamente en la calidad de información de las personas del recinto El</p>			<p>Diseño experimental Técnicas Instrumentos Población y muestra Población: Muestra: Técnicas e instrumentos:</p>

<p>las desventajas de los medios de comunicación convencionales impactan en la calidad de la información de las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021?</p> <p><b>P.E.3.</b> ¿De qué manera la importancia de los medios convencionales inciden en el comportamiento de las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021?</p>	<p><b>O.E.2.</b> Establecer las ventajas y desventajas de los medios convencionales y su impacto en la calidad de la información de las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia.</p> <p><b>O.E.3.</b> Analizar la importancia de los medios convencionales y su incidencia en el comportamiento de las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia.</p>	<p>Chillo del cantón Valencia.</p> <p><b>H.E.2.</b> La importancia de los medios convencionales influye de forma positiva en el comportamiento del procesamiento de la información de los moradores del recinto El Chollo del cantón Valencia.</p> <p><b>H.E.3.</b> Las ventajas y desventajas de los medios convencionales impactan de manera positiva en la calidad de la información de las personas del recinto El Chillo del cantón Valencia.</p>			<p>Formularios y tesis para la tabulación de datos.</p>
---	---	--	--	--	---

### **1.8.2. Situaciones detectadas**

El desconocimiento de cómo se conocen a los medios de comunicación convencionales como la radio, la televisión y el periódico no afecta en la incidencia de la información que reciben los habitantes del recinto, por lo que debe enfocarse en cumplir los objetivos específicos planteados.

La población del recinto El Chollo mostró un déficit en el conocimiento de los medios de comunicación convencionales como la televisión, la radio y el periódico porque los conocen como medios de comunicación, pero no los identifican como los medios tradicionales por excelencia.

Los tipos de medios de comunicación convencionales que transmiten en el recinto El Chollo del cantón Valencia son: la televisión, la radio y el periódico.

El contenido informativo que difunden los medios de comunicación convencionales como la radio, la televisión y el periódico puede ser un poco confuso para los ciudadanos del recinto El Chillo del cantón Valencia por la divergencia de sus contenidos, por ende, las personas podrían llegar a tergiversar la información que es difundida por los medios.

Se pudo detectar que el medio de comunicación convencional con mayor frecuencia es la televisión por el atractivo que este posee de presentar la información en imágenes, audio y video.

Para los intervenidos del recinto El Chollo los medios de comunicación como la radio, el periódico y la televisión tienen un nivel de importancia en un rango de escala media lo cual presenta un vacío notorio en la comunicación como factor clave para las relaciones humanas.

Los tipos de medios de comunicación convencional como el periódico, la radio y la televisión presentan ciertos altibajos en su compendio informativo y en el recibimiento

asertivo de sus mensajes en los receptores del recinto El Chollo del cantón Valencia que es compartida por parte de los moradores en el proceder diario.

Se logró hallar que los medios de comunicación convencionales como la radio, la televisión y el periódico pueden lograr impulsar y mejorar los procesos comunicacionales, aunque se requiere de un trabajo arduo todavía, sin embargo, se encuentran en el camino a mejorar.

La poca influencia que presentan los medios de comunicación convencional como el periódico, la televisión y la radio en el recinto El Chollo es notorio y se exterioriza en el proceso comunicacional y no logra desarrollarse y desenvolverse en el medio informativo de forma eficaz.

La radio como medio de comunicación como medio convencional presenta un espacio que hay que rellenar en el área de veracidad de la información recibida por parte de los moradores del recinto El Chollo del cantón Valencia.

### **1.8.3. Soluciones Planteadas**

Mejorar los procesos comunicacionales de los medios de comunicación convencionales impartiendo información clara, precisa, centrada en el contenido informático y no en la opinión propia del emisor para generar una comunicación asertiva y eficaz en los moradores del recinto El Chollo.

Desarrollar estrategias de comunicación efectiva en los medios de comunicación convencionales del recinto El Chollo del cantón Valencia para que la información deportiva, social, educativa y cultural se emita de forma clara, sencilla y precisa.

Capacitar a los adultos y jóvenes del recinto El Chollo sobre los medios de comunicación convencional como estrategias para impulsar los medios de comunicación convencional como la radio, el periódico y la televisión.

Realizar proyectos sobre los medios de comunicación convencionales como por ejemplo (uso didáctico de los medios de comunicación) en donde intervengan los adultos y jóvenes para impulsar los medios informáticos e incentivar a las personas a conocer a profundidad sobre los medios de comunicación y la importancia del impacto que tienen los medios en la sociedad y en el mundo actual.

El periódico como medio de comunicación convencional es un medio por excelencia que tiene un impacto importante e histórico en la vida de la comunicación y la información, por ello, es necesario impulsar este medio para la difusión de las noticias en el diario vivir y fortalecer los mensajes informativos evitando ambigüedades en la información, ser concretos, ser correctos, no decorar la información difundidos por los medios de comunicación convencionales como la radio, la televisión y el periódico como pilares de información y conectividad que se difunden en las calles de nuestros pueblos.

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo a las encuestas virtuales realizadas se concluye que un gran porcentaje de los habitantes del recinto El Chollo presentan un déficit en el conocimiento de los medios de comunicación convencionales y determinaron que no inciden en sus vidas de forma positiva, por lo tanto, se considera necesarios e imprescindibles seguir desarrollando proyectos de interacciones sociales para la preservación y difusión de los medios tradicionales como entes promotores de información y comunicación en la sociedad.

Mediante el estudio se logró evidenciar que los tipos de medios de comunicación convencionales como la televisión, la radio y el periódico presentan divergencias en sus contenidos lo que produce confusiones en la recepción de la información en los habitantes del recinto El Chollo, por lo que se recomienda establecer una comunicación clara, precisa y concisa. Para la difusión de contenidos emitidas mejorando de este modo la asertividad de la comunicación.

La indagación permitió determinar que la televisión es el medio de comunicación convencional con mayor frecuencia de aceptación en los moradores de los habitantes del recinto El Chollo, por lo que permiten el desarrollo comunicacional colectivo como un medio de educación y entretenimiento dejando un impacto positivo y significativo en la vida de los intervenidos, sin embargo, las desventajas pueden genera barreras comunicacionales de forma personal e interpersonal en las relaciones sociales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Castillo, C. (18 de junio de 2006). Los medios masivos de comunicación y su papel en la construcción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. 24. doi:file:///C:/Users/josyta/Downloads/Dialnet-LosMediosMasivosDeComunicacionYSuPapelEnLaConstruc-5704459.pdf
- Corvalán, J. L. (Noviembre de 2012). "Los max media y su influencia en la sociedad" en Contribuciones a las Ciencias Sociales. doi:www.eumed.net/rev/cccss/22/
- Costa, M. d. (1997). La radio en la era digital. *El País - Aguilar*.
- Fernández, F. (1994). Clase social, exposicion a la television y percepcion de la violencia en la television. *Estudios Sociales*, 12.
- Guaglianonne, M. (31 de enero de 2013). doi:http://www.rebellion.org/noticia.php?id=163909
- Hortelano, J. M. (2001). Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo. *Universidad Complutense de Madrid, Facultad de ciencias de la información, ISBN 84-669-2203-2, 177*. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/4626/1/T25240.pdf>
- Jimenez, A. R., & Alipio, J. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. (U. EAN, Ed.) *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82(pp. 1-26), 10. doi:https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647J
- Ley Orgánica de Comunicación. (25 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. *Asamblea Nacional*. Obtenido de [https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf)
- Ley Orgánica de Comunicación. (20 de Febbreo de 2019). TITULO I. Disposiciones preliminares y definiciones. *ASAMBLEA NACIONAL*, 4. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- López, R. (2010). Interpretación de datos estadísticos. *Universidad de Managua*, 2. Obtenido de [https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/#:~:text=Seg%C3%BAn%20\(L%C3%B3pez%2C%202010\)%20Muestreo,etapa%2C%20directamente%20y%20sin%20reemplazamientos](https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/#:~:text=Seg%C3%BAn%20(L%C3%B3pez%2C%202010)%20Muestreo,etapa%2C%20directamente%20y%20sin%20reemplazamientos).
- Marqués, J. P. (2012). La caída de difuación de los diarios de pago. Principales causas y su relevancia en el caso Español. 77-78. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/101465/Tesis%20Joaqu%C3%ADn%20Marqu%C3%A9s%20Pascual.pdf>

- Mitau, C. C. (2011). El consumo de los medios de comunicación y el acelerado aumento de internet en el Ecuador. *ComHumanitas*, 3(101-120), 102. Obtenido de <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/7>
- Obregón, R. (29 de Abril de 2011). *PortalComunicación.com.*, 19. Obtenido de [www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/49\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/49_esp.pdf)
- Rincón, Ó. (2001). La television Publica: del consumidor al ciudadano. 27. Obtenido de <file:///C:/Users/josyta/Downloads/adminpujojs,+4203.pdf>
- Sandoval, R. (2013). Medios, masas y audiencias: Lecturas sobre teoría social de la comunicación. ((1 ed.)).
- Torres, V. M. (2013). MEDIOS MASIVOS, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y MODOS DE ESTAR JUNTOS: MEDIOS MASIVOS, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y MODOS DE ESTAR JUNTOS:. 29. Obtenido de [file:///C:/Users/josyta/Downloads/admin,+Gestor\\_a+de+la+revista,+D4-12martinyotro.pdf](file:///C:/Users/josyta/Downloads/admin,+Gestor_a+de+la+revista,+D4-12martinyotro.pdf)
- UNESCO. (19 de Noviembre de 1964). Normalización Internacional de las estadísticas relativas a la edición de Libros y Publicaciones Periódicas. Obtenido de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248091\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248091_spa)

# **ANEXOS**

**ENCUESTA APLICADA LOS ESTUDIANTES DEL OCTAVO SEMESTRE PARALELO “A” DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, EXTENSIÓN QUEVEDO CON EL PROPÓSITO DE RECOPIRAR INFORMACIÓN Y RESPALDAR LA TABULACIÓN DE DATOS EN LA SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL RECINTO EL CHOLLO DEL CANTÓN VALENCIA, AÑO 2021**

**Objetivo General:**

Determinar la influencia de los medios convencionales y su calidad en las personas del recinto El Chollo del cantón Valencia, año 2021.

**ENCUESTA**

**Datos generales.**

Código..... 001 .....N

CI.: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_

**1. Seleccione la respuesta de acuerdo a su criterio.**

¿Conoce usted sobre los medios de comunicación convencionales?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

**2. Indique la respuesta de acuerdo a su criterio.**

¿Cuáles son los medios de comunicación convencionales que utiliza con mayor frecuencia?

- a) Radio
- b) Prensa
- c) Televisión

**3. ¿De qué forma influyen los medios de comunicación convencionales en la vida de los habitantes del recinto El Chollo del cantón Valencia?**

- a) Positiva
- b) Negativa

c) Indiferente

**4. ¿Los tipos de medios de comunicación convencionales mantienen informado a los ciudadanos del recinto El Chollo?**

Sí

No

**5. ¿La radio como medio de comunicación convencional puede difundir información de carácter social, informativo, cultural y deportivo?**

a) Si

b) No

c) Quizás

**6. Indique con porcentajes el nivel de importancia que tienen los medios de comunicación convencionales en la incidencia de información de las personas.**

a) 0% - 30%

b) 31% - 75%

c) 76% - 100%

**7. Indique la respuesta con un visto.**

**¿Los medios de comunicación convencionales favorecen una adecuada comunicación entre los receptores de sus mensajes?**

Sí

No

Tal vez

**8. ¿Los medios de comunicación convencionales permiten mejorar e innovar los procesos comunicacionales?**

Sí

No

**9. ¿El periódico es un medio de comunicación convencional que tiene un alto apogeo de aceptación entre los moradores del recinto El Chollo?**

Sí

No

**10. ¿Cree usted que es importante que las personas participen en proyectos de interacción social sobre los medios de comunicación convencionales para preservar los medios tradicionales?**

Sí

No

---

Firma

❖ **Link de la encuesta virtual**

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfk8iXb19gF8NXOTFZ93DWsay7hLeIhKajApk3FWZrDEh1dCw/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfk8iXb19gF8NXOTFZ93DWsay7hLeIhKajApk3FWZrDEh1dCw/viewform?usp=sf_link)