



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



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

TEMA

IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL
DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL DE LOS SEGUIDORES DE
ALDIA.COM.EC.

AUTORA:

DAMARIS LISBETH ANZOATEGUI LIMA

TUTORA:

DRA. BLANCA ARACELI AURIA BURGOS

QUEVEDO- LOS RIOS-ECUADOR

2022



DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a Dios por darme la fuerza y permitirme continuar con este proceso tan importante de mi formación profesional.

Con mucho amor a mis padres quienes gracias a su esfuerzo, trabajo y paciencia me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, por demostrarme siempre su apoyo incondicional. Por llenar mi vida con sus valiosos consejos, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mi perseverancia y mi empeño, sin pedir nunca nada a cambio.

A mis hermanas por estar conmigo y apoyarme siempre, las amo mucho. A toda mi familia porque sin duda alguna me acompañan en todos mis sueños y metas, gracias por todos sus consejos y palabras de aliento.

Finalmente, a mis amigos por apoyarme cuando más los necesité, de verdad mil gracias, siempre los llevaré en mi corazón.



AGRADECIMIENTOS

En mi presente trabajo le agradezco a Dios por siempre acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome sabiduría para culminar con éxito una de mis metas propuestas.

A mis padres quienes son mi motor y mi mayor inspiración, gracias a ellos he llegado a culminar un peldaño más de mi vida.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad Técnica de Babahoyo, a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la Dra. Araceli Auría, quien con su conocimiento, enseñanza y colaboración me brindó su ayuda durante todo el proceso de este trabajo.



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **ANZOATEGUI LIMA DAMARIS LISBETH**, portador de la cédula de ciudadanía 120743704-5, egresado de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Educación, de la Universidad Técnica de Babahoyo “Extensión Quevedo”, previo a la Obtención del Título de Licenciado en COMUNICACIÓN SOCIAL, declaro que soy autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL
DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL DE LOS SEGUIDORES DE
ALDIA.COM.EC.**

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

f. _____
ANZOATEGUI LIMA DAMARIS LISBETH

C.I. 120743704-5



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

Quevedo, 05 de agosto del 2022

En mi calidad de Tutor del documento probatorio del informe final del proyecto de investigación, designado por el Consejo Directivo con **Oficio Cir. 035-UIC-FCJSE-2022**, con fecha **8 de junio del 2022**, mediante **RESOLUCIÓN POR CONSULTA H.C.D – FAC.CJ.S.E.- 001 -2022**; certifico que **LA SRTA. ANZOATEGUI LIMA DAMARIS LISBETH**, ha desarrollado el informe final del proyecto de investigación denominado:

**IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL
DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL DE LOS SEGUIDORES DE
ALDIA.COM.EC.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del informe final del proyecto de investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

DRA. Blanca Araceli Auria Burgos, PhD.
DOCENTE DE LA FCJSE



RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general el de *Analizar el impacto que producen los medios de comunicación en el desarrollo social y cultural en el medio digital Aldia.com.ec*, para el desarrollo de esta investigación se tomaron en cuenta varios antecedentes de estudios ya realizados en la temática, apegándose a la Ley Orgánica de Comunicación establecida por Ecuador en cual tiene como finalidad el despertar el interés por aprender y cultivar todo lo relacionado con el medio cultural, lo que se ha estado perdiendo hoy en día en la sociedad. Se utilizó una metodología de enfoque cualitativo en donde se desarrollaron encuestas dirigidas a los seguidores del medio digital ALDIA.COM, además es de tipo de investigación exploratoria, descriptiva, de campo y de observación por medio de esto se logró establecer los estudios permitentes para lograr identificar la problemática de estudio, la relación entre las variables y llegar a un resultado óptimo para la solución, en la cual se llegó a la conclusión de desarrollar la propuesta de una guía de talleres de capacitaciones dirigidas a los profesionales de los medios digitales para que incluyan los temas culturales en su relación laboral y de esta manera se despierte el interés de su audiencia. Como resultado se obtuvo que los medios de comunicación digitales juegan un papel importante para transmitir muchos conocimientos valores y costumbres a sus seguidores en base a su difusión.

Palabras claves: Impacto de los medios de comunicación, periodismo, medio ambiente, desarrollo social y cultural.



SUMMARY

The general objective of this research was to analyze the impact of the media on social and cultural development in the digital media Aldia.com.ec, for the development of this research several background studies already conducted on the subject were taken into account, adhering to the Organic Law of Communication established by Ecuador which aims to awaken interest in learning and cultivating everything related to the cultural environment, which has been lost today in society. A qualitative approach methodology was used in which surveys were developed for the followers of the digital media ALDIA.COM, it is also a type of exploratory, descriptive, field and observation research, through this it was possible to establish the studies to identify the problem of study, the relationship between the variables and reach an optimal result for the solution, in which it was concluded to develop the proposal of a training workshop guide aimed at digital media professionals to include cultural issues in their work relationship and thus awaken the interest of its audience. As a result, it was found that digital media play an important role in transmitting a lot of knowledge, values and customs to their followers based on their dissemination.

Keywords: Impact of the media, journalism, environment, social and cultural development mination.



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



INFORME FINAL DEL SISTEMA COMPILATIO



RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN MODALIDAD
INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: **IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL DE LOS SEGUIDORES DE ALDIA.COM.EC.**

PRESENTADO POR LA SEÑORITA:

DAMARIS LISBETH ANZOATEGUI LIMA

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:

MSC. TUBAY MOREIRA
MÁXIMO FERNANDO
DELEGADO DE LA DECANA

MSC. ARAGUNDI GARCIA
LUIS IVAN
PROFESOR ESPECIALISTA

DR. BARRAGAN MOROCHO
WILLAN ROBERTO
DELEGADO DE LA UIC

ABG. SANDRA VITERI GARCÍA
SECRETARIA DE LA
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CERTIFICACIÓN DE AUTORIA.....	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA SUSTENTACIÓN.....	v
RESUMEN.....	vi
SUMMARY.....	vii
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO.....	viii
RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN MODALIDAD INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLA.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICO.....	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1. Contexto Internacional.....	3
1.2.2. Contexto Nacional.....	4
1.2.3. Contexto Local.....	6
1.2.4. Contexto Institucional.....	7
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	8
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.4.1. Problema General o Básico.....	9



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



1.4.2. Sub-problemas o Derivados	10
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.6. JUSTIFICACIÓN	11
1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.7.1. Objetivo General.....	12
1.7.2. Objetivos Específicos	13
CAPITULO II.....	14
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	14
2.1. MARCO TEÓRICO	14
2.1.1. Marco conceptual	14
2.1.1.1. Medios de comunicación	14
2.1.1.2. Comunicación digital.....	15
2.1.1.3. Comunicación.....	16
2.1.1.4. Televisión digital.	18
2.1.1.5. Redes sociales.....	19
2.1.1.6. Blogs.....	20
2.1.1.7. Periódicos digitales.....	21
2.1.1.8. Desarrollo social y cultural.....	22
2.1.1.9. Importancia de desarrollo cultural	24
2.1.1.10. Impacto cultural.....	26
2.1.1.11. La cultura como estrategia para el desarrollo.....	26
2.1.1.12. La industria de la cultura y el desarrollo social.....	28
2.1.1.13. Como importa la cultura en el desarrollo.	29
2.1.1.14. Periodismo cultural.....	30
2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de la investigación	31



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



2.1.2.1.	Antecedentes investigativos	31
2.1.2.2.	Categorías de análisis	33
2.1.3.	Postura teórica.....	35
2.2.	HIPÓTESIS	36
2.2.1.	Hipótesis General o Básica	36
2.2.2.	Sub-hipótesis o Derivados.....	36
2.2.3.	Variables.....	37
CAPITULO III		38
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		38
3.1.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
3.3.1.	Investigación Exploratoria	39
3.3.2.	Investigación Descriptiva.....	39
3.3.3.	Investigación de campo.....	40
3.4.	MÉTODOS Y TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	40
3.4.1.	Métodos.....	40
3.4.1.1.	Método cualitativo.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.1.2.	Método estadístico.....	40
3.4.2.	Técnicas.....	41
3.4.2.1.	Observación.....	42
3.4.2.2.	Encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.3.	Instrumentos	42
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.5.1.	Población.....	43



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



3.5.2. Muestra.....	43
3.6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.6.1. Resultados e interpretación de datos.	44
3.7. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	54
3.8. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.	55
CAPITULO IV	57
PROPUESTA TEÓRICA	57
4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN EN BASE A LOS RESULTADOS.....	57
4.1.1. Alternativa obtenida.....	57
4.1.2. Alcance de la alternativa.....	57
4.1.3. Antecedentes.....	58
4.1.4. Justificación	59
4.2. OBJETIVOS.....	60
4.2.1. Objetivo General.....	60
4.2.2. Objetivos Específicos	60
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	61
4.3.1. Título.....	61
4.3.2. Componentes.	61
4.4. DESARROLLO DE LOS TEMAS	¡Error! Marcador no definido.
Modelo del tríptico, parte frontal.....	75
Modelo del tríptico, parte posterior.	76
4.5. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.	75
5. CRONOGRAMA DEL PROYECTO.....	75
6. BIBLIOGRAFÍA.....	76
ANEXOS.....	81



ÍNDICE DE TABLA.

Tabla 1 Muestra de población a encuestar.....	43
Tabla 2 Medios de comunicación que utiliza.	44
Tabla 3 Ha visitado páginas de medios digitales sobre el desarrollo cultural.	45
Tabla 4 Conoce usted algún medio digital que comparta periodismo cultura.....	46
Tabla 5 Conoce usted el medio de comunicación digitales Aldia.com	47
Tabla 6 Medio de comunicación digital desarrolla un impacto cultural	48
Tabla 7 El medio de comunicación digital Aldia.com difunde información sobre diferentes temas.	49
Tabla 8 Está de acuerdo que el medio digital Aldia.com debe brindar más información sobre temas culturales.....	50
Tabla 9 Los medios de comunicación digitales publican Información veraz a la ciudadanía.....	51
Tabla 10 Los medios de comunicación digitales se basan en las Leyes para emitir información.....	52
Tabla 11 Se debe capacitar a los profesionales de los medios digitales para que publiquen contenidos culturales	53
Tabla 12 <i>Planificación de los talleres de la propuesta.</i>	64

ÍNDICE DE GRÁFICA.

Gráfico 1 Medios de comunicación que utiliza.....	44
Gráfico 2 Ha visitado páginas de medios digitales sobre el desarrollo cultural	45
Gráfico 3 Conoce usted algún medio digital que transmitan periodismo cultura. ...	46



Gráfico 4 Conoce usted el medio de comunicación digitales Aldia.com.....	47
Gráfico 5 Medio de comunicación digitales desarrolla un impacto cultural en la sociedad actual	48
Gráfico 6 Los medios de comunicación digitales Aldia.com.ec difunden información sobre diferente tema.	49
Gráfico 7 Usted de acuerdo que los medios de comunicación digitales Aldia.com.ec deben difundir más información sobre temas culturales	50
Gráfico 8 Los medios de comunicación digitales publican investigación veraz a la ciudadanía.....	51
Gráfico 9 Los medios de comunicación digitales se basan en la Ley Orgánica de Comunicación al momento de emitir información.....	52
Gráfico 10 Se debe capacitar a los profesionales que operan en los medios digitales para que publiquen contenidos culturales	53

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<i>Ilustración 1 Modelo del tríptico, parte frontal.</i>	75
<i>Ilustración 2 Modelo del tríptico, parte posterior.</i>	76
Ilustración 3 Cronograma del proyecto	75
Ilustración 4 Aplicación de la Encuesta a los seguidores de Aldia.com	85

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, los medios de comunicación son una gran lección de vida ya que nos esforzamos por innovar a través de la tecnología, los medios de comunicación brindan una gran cantidad de información porque Internet es un sistema abierto donde los usuarios pueden descargar y acceder rápida y fácilmente a todo tipo de publicaciones, pero en los últimos años los medios digitales han sido ampliamente aceptados por los seguidores. Por este motivo, se propuso realizar un proyecto investigando el impacto de los medios de comunicación en el desarrollo sociocultural en los seguidores del medio digital.

Con la globalización a lo largo del tiempo, la sociedad ha sufrido grandes cambios tecnológicos y culturales, seguido de la falta de contenido cultural y pedagógico de los medios de comunicación que les proporcione el problema adecuado para su educación, esto conduce a un gran problema que tenemos que enfrentar, corrientemente en temas de violencia, delincuencia, drogas y enfermedades que tienen un impacto negativo en la sociedad.

En reiterados casos, una sociedad se define por su cultura, pero esta legitimidad no se cumple en el proceso de su formación y desarrollo porque siempre adolece de irresponsabilidad al momento de publicar una noticia, esto ha dado como resultado que los medios de comunicación influyan en el desarrollo cultural de la sociedad, por lo que existe la necesidad de una programación cultural de mutuo beneficio para la comunidad, con posibles estrategias y cambios que atraigan a todos los seguidores a no perderse las buenas noticias y así mismo buscando optimizar la cultura hacia un futuro prometedor de buenas obras y buena vida.

Por tanto, es necesario implementar soluciones para que los medios de comunicación incluyan en sus publicaciones temas culturales que incidan y despierten el interés de los seguidores por aprender y cultivar todo lo relacionado con ellos en relación a sus tradiciones, y así poder reconstruir lo que actualmente se ha estado perdiendo.

Este trabajo de investigación incluye cuatro capítulos adicionales, que es fundamental para el proceso y el desarrollo.

CAPITULO I.- Estamos hablando de un objeto de investigación que refleja: el planteamiento, formulación y justificación del problema, el objetivo, la situación del problema y la diferencia de la investigación.

CAPITULO II.- Muestra el modelo del marco teórico de la investigación, o a su vez conocido como marco referencial con las publicaciones de exponentes que describen a las variables de investigación, así como a la clase analítica y el perfil teórico que amplía la investigación con las hipótesis.

CAPITULO III.- Abarca los enfoques metodológicos utilizados en la investigación, destacando modalidad, tipos, métodos, técnicas, instrumentos de investigación, así también como poblaciones y muestras.

CAPITULO IV.- Está incluido la propuesta a nuestro proyecto de investigación sobre el diseñar talleres ara que los comunicadores de la comunicación digital Aldia.com.ec así puedan fortalecer sus conocimientos e investigar temas relacionas con el desarrollo social y cultural.

CAPITULO I

DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL DE LOS SEGUIDORES DE ALDIA.COM.EC.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

El devenir del ser humano a lo largo de las últimas décadas está indisolublemente unido a los inventos y descubrimientos realizados a través de avances tecnológicos, hoy en día, los más recientes y sofisticados procesos de investigación, desarrollo e innovación permiten el desarrollo de múltiples disciplinas o campos del saber, como la biotecnología, nanotecnología e infotecnología. En América Latina, la ciencia y la tecnología cobran importancia significativa a partir de la Segunda Guerra Mundial, entre las décadas de 1950 a 1980, las Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en particular, dio un impulso a la ciencia en los países de menor desarrollo relativo, los cuales posteriormente crean organismos estatales para establecer sus respectivas políticas nacionales y canalizar recursos para fomentar la investigación. (Mora, 2019, pág. 40)

Hoy en día podemos enviar información de manera rápido de un lugar al otro ya sea por medio de presentaciones vía internet, compartiendo fotos, videos y hasta en el mundo de los videos juegos, ya estos medios ya demuestran nuestra vida, nuestra entidad. De esta manera, historias personales se convirtieron en públicas y temas locales se convierten en globales. De esta manera los medios de comunicación medios digitales han cambiado sus fundamentos con la sociedad en base a las redes sociales, estamos en una sociedad donde el internet se convertido en una de las principales herramientas de información global, este medio ha revolucionado en diferentes ámbitos tanto en la salud, la educación en la manera de relacionarnos entre las personas se convertido en ese cambio en ese instrumento más utilizado actualmente.

Con Internet, las barreras tradicionales de tiempo y espacio están desapareciendo a medida que las oportunidades de comunicación se han convertido en una red más amplia. Incluso se habla de nuevas democracias comunitarias gracias a la influencia de los medios de comunicación como herramienta de información social.

1.2.2. Contexto Nacional

La implementación de la nueva tecnología han sido un proceso de transformación en el cambio social e individual de cada persona, el internet se ha convertido en esa plataforma más destacada por sus novedosas innovaciones para comunicarse donde la interacción en entorno digital está llevada a cabo por la población con acceso a ésta. El acceso a internet ya se lo en términos números como un fenómeno en tendencia para la evolución de la tecnología en la cual lo asocian con la economía digital. (Mora, 2019, pág. 40)

En Ecuador es principalmente una combinación de periódicos, radio, televisión y en ocasiones cine. Esta lista incluye grandes titulares, es decir, medios y organizaciones que crean continuamente nuevos programas culturales y con especificaciones o títulos que además de popularidad, producen o distribuyen contenidos dirigidos a un público masivo como destinatarios, las redes virtuales han permitido la distribución masiva de contenidos audiovisuales en la medida en que usuarios con teléfonos celulares equipados con cámaras pueden registrar visualmente eventos y hacerlos públicos.

Con el 58,3% es el reflejo del internet utilizado por las personas en 12 meses, aunque entre 15 y 45 años de edad son reflejados con el 10,5% que son analfabetas digitales. La población actual supera los 7600 millones, de ellos, más de 4000 millones están conectadas a internet como resultado de este escenario las personas están generando ingentes cantidades de datos a través del uso creciente de dispositivos electrónicos. (Mora, 2019, pág. 41)

En la actualidad el 80% de la información relevante para una organización se origina de forma no estructurada, es decir, principalmente en forma de texto. La información no estructurada por tanto es la que ha experimentado un mayor cambio. Este tipo de datos están referidos a la información proveniente de la actividad humana lo que sucede el día a día de las personas tanto lo político, salud, lo cultural, entre otros temas.

Uno de los problemas comunes son equiparar los medios con la tecnología, ya que la tecnología multimedia combina las ventajas visuales del modelo impreso con la inmediatez de la radio, lo que da como resultado formas más complejas que reflejan la

presencia real en el orden de los eventos transmitidos, esto se aplica a la televisión, al cine y más recientemente al Internet.

1.2.3. Contexto Local

Especialmente en la provincia de Los Ríos, en la ciudad de Quevedo, como su nombre lo indica, los medios de comunicación son aquellos que combinan muchos aspectos de lo visual, la imagen y el sonido, y se basan en la coexistencia de estímulos, ya sea que la intención esté presente o no, para imitar la realidad o ya sea presentar nuevas ideas, este es el caso de la revista digital que se transmite en las redes sociales como Aldia.com.ec., que mantiene informado a las familias quevedeñas.

Por lo que en Quevedo se puede divisar varios medios digitales que han surgido gracias al avance e inmersión tecnológica, tales como: Aldia.com.ec., Quevedo al día, El río, La última, etc. Estos son los más conocidos e influyentes medios que destacan en esta ciudad, estando a la orden del día a tan solo un clic para abordar cualquier tipo de información y mantener al tanto de los acontecimientos no solo de Quevedo, sino que del mundo.

Pese que ahora los medios comunicación se consideran esenciales y juegan un papel importante en brindar información a las masas de la sociedad, tampoco son tan beneficiosos para los jóvenes de hoy porque muchos adolescentes o niños no están bajo el control de los padres y pueden usar cualquier medio de comunicación que pueden comprometer su desarrollo intelectual y cultural por lo que representan, ya que les

permiten observar la realidad casi como si estuvieran allí o en cualquier otro rincón del mundo y se los llevara a cualquiera detrás de la pantalla o la computadora.

1.2.4. Contexto Institucional

ALDIA.COM.EC, es un periódico digital público y contiene varias corrientes de pensamientos que apuntan a hacer nuestra sociedad más saludable. La mayoría de los periodistas son comunitarios, con libertad de expresión, capaces de informar o reportar hechos sin ofender el honor de terceros. (ALDIA, 2021)

El 1 de junio de 2012, combinando su experiencia como periodista y diseñador web, el Lic. Guido Alberto Bricio Carriel, fundó Diario Digital ALDIA.COM.EC, el cual se convirtió en el primer portal en línea de la provincia de Los Ríos. Desde un principio, fue diseñado para satisfacer la necesidad de informar de inmediato a los lectores sobre noticias de relevancia, sin sacrificar la continuidad de mantener la veracidad y autenticidad de su contenido. Como es digital, es leído en todo el Ecuador y por compatriotas que viven fuera del país. (ALDIA, 2021)

Aldia.com.ec., ahora da a conocer la información a través de su portal actualizado www.aldia.com.ec y su formato digital PDF, donde se publican avisos tales como órdenes judiciales, citaciones y avisos de Popularidad, además de las cuentas de redes sociales Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, cuenta con una programación de entrevistas y anuncios a toda la comunidad. (ALDIA, 2021)

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

El periodismo digital también conocido como periodismo web, es un medio que rompe la comunicación lineal y unidireccional a través de recursos tecnológicos que impulsan la evolución constante de la información, poniéndola a disposición de las audiencias en cualquier momento y lugar.

Pero en muchas partes del mundo, se teme que la globalización represente una amenaza mortal para la originalidad y que los medios digitales se apoderen del ámbito cultural globalizado. Al mismo tiempo, el mundo parece alejarse cada vez más de nosotros. Las personas defienden sus identidades, y cuando la cultura común no se puede mantener como antes, se levantan muros para proteger las culturas locales, las creencias religiosas y sus propias comunidades.

Cabe recalcar que en la actualidad la imagen mediática racionaliza y organiza la visión del mundo y los valores profundos; entonces es importante que los medios de comunicación tengan un contexto cultural que sea propicio para el desarrollo de la sociedad, ya que pasamos la mayor parte del día frente a la pantalla del televisor, sin darnos cuenta en que es bueno y lo que es malo para ellos.

Hoy en día, el medio digital Aldia.com.ec, participa en la construcción de las propias ideas de la misma manera que influye en el desarrollo cultural a través de la identidad de género, las ideas de clase social, raza, color de piel, nacionalidad y pueblo, este medio digital se encarga de difundir el periodismo por medio de la promoción de temas sociales y no enfocados en lo cultural que han sido escasos en la sociedad en los

últimos años, es por ello que la mayoría de las personas han perdido y olvidado todas sus costumbres y prácticas ya que la responsabilidad de presentar las noticias aparecen en determinados momentos, olvidándose de temas que pueden contribuir de manera efectiva.

De aquí parte el interés de desarrollar esta investigación que tiene como finalidad de proponer un taller de capacitación que cuenten con estrategias e ideas formadoras de hábitos en cuanto al consumo de contenidos útiles para el desarrollo social y cultural, considerando que los medios digitales causan un gran impacto en el desarrollo sociocultural, gracias a esta propuesta se van a beneficiar el medio digital ALDIA.COM y la audiencia en general ya que estos medios de comunicación principalmente son los que se transmiten a través de las redes sociales tienen una gran influencia por la cantidad de seguidores, en ocasiones se puede decir que la mayoría de ellos pierden su identidad debido a la difusión de información de otros países, por lo que pierden su propia identidad y así anima a las personas a adquirir costumbres y vocabulario relacionado con otros países.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema General o Básico

¿Cuál es el impacto que generan los medios de comunicación en el desarrollo sociocultural en el medio digital Aldia.com.ec?

1.4.2. Subproblemas o Derivados

¿De qué manera se produce el impacto de los medios de comunicación en el desarrollo social y cultural en el medio digital Aldia.com.ec?

¿Por qué la comunicación de información tiene relación directa con el desarrollo social y cultural en el medio digital Aldia.com.ec?

¿De que manera ayudará la propuesta de talleres de capacitación a los profesionales de la comunicación para que realicen aportes sobre temas culturales?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

Delimitador espacial: Este trabajo de investigación se realizará en los seguidores del medio digital Aldia.com.ec, ciudad de Quevedo, provincia de los Ríos.

Área: Comunicación social.

Campo: Medios de Comunicación.

Línea de investigación de la universidad técnica de Babahoyo: Educación y desarrollo.

Línea de investigación de la facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación: Talento humano, educación y docencia.

Línea de investigación de la carrera: Comunicación social y desarrollo.

Sub-Línea de investigación: Comunicación digital

Delimitador temporal: La investigación se realizará en el presente año.

Delimitador gráfico: Esta investigación busca determinar cómo los medios de comunicación tienen un impacto en el desarrollo social y cultural en los seguidores de Aldia.com.ec.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se fundamenta en la importancia que tiene la información en la sociedad moderna, y donde la familia es parte importante del desarrollo social y cultural, a través de la cual se controlan y ejercen los derechos y se les puede brindar protección en su entorno, que la exposición a los medios de comunicación es beneficiosa para la comunidad, teniendo en cuenta que los programas no comprometen la sensibilidad de nadie, sino que aumentan las oportunidades en el trabajo mediático.

Esta investigación fue posible por un tema de contenido de los medios, ya que este estudio aportará datos para ayudar a los medios de comunicación a comprender con mayor claridad y precisión la importancia de brindar información social y cultural a los ciudadanos, ya que muchos no tienen los conocimientos necesarios en materia cultural

debido a su ausencia. Así mismo esta investigación se basa en el impacto sociocultural que tendrá en todos los seguidores, pretende potenciar la transmisión de los temas culturales de Quevedo a través de los medios de comunicación porque en el futuro la población estará más preocupada por su identidad y todas las culturas.

Asimismo, se promoverá el contenido en cuestión en los medios de comunicación, especialmente en los medios digitales para que difundan un periodismo cultural, para que la ciudadanía se mantenga culta y no esclavizada por aquellos nuevos cambios que se esperan en esta nueva era.

Para el público en general, este tipo de contenidos digitales se ha convertido en un hábito al darse cuenta de que están degradando a la sociedad y, por lo tanto, privando al individuo de importantes aspectos culturales. Esta investigación tiene como objetivo implementar ideas y desarrollar estrategias para solucionar este problema social mediante la búsqueda de alternativas beneficiosas de lo que las personas ven y escuchan en su vida cotidiana.

1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo General

Analizar el impacto que producen los medios de comunicación en el desarrollo social y cultural en el medio digital Aldia.com.ec

1.7.2. Objetivos Específicos

Identificar el impacto que generan los medios de comunicación en el desarrollo sociocultural en el medio digital Aldia.com.ec

Determinar la relación que existe entre los medios de comunicación y el desarrollo sociocultural en el medio digital Aldia.com.ec

Proponer un taller de capacitación dirigido a los comunicadores del medio digital Aldia.com.ec para que desarrollen buenos aportes en relación a temas culturales.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Marco conceptual

2.1.1.1. Medios de comunicación

(Begoña Gutiérrez, 2010) Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen. No nos podríamos preguntar sobre la Guerra del Golfo, las declaraciones de Hugo Chávez, la “depresión posvacacional” de regreso al trabajo, o sobre lo que sucedió con los “hombres de Paco”, si no fuese por el gran sistema publicitario inmerso en los medios que actúa de autopromoción de todos esos productos. Todos ellos entremezclados, sin categorizar, asemejados e igualados, en una sucesión ininterrumpida de banalización (pág.270).

Los medios de comunicación son todos los sistemas utilizados para establecer comunicación. Estos sistemas se basan principalmente en un conjunto de canales y herramientas de comunicación que permiten el desarrollo del intercambio de información. Hay muchos tipos diferentes de medios hoy en día, si bien el término a veces se refiere únicamente a medios masivos como la radio o la televisión, también entendemos de dos maneras un sistema de comunicación como el teléfono como medio de comunicación.

2.1.1.2. Comunicación digital

(Luisana Latuff, 2022) La Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento representa hoy en día una relación simbiótica. El final de la década de los años 90, nos fue mostrando un mundo, que se asomaba como retador, pero que en el fondo significaba el apostamiento de nuevas prácticas culturales y nuevos medios tecnológicos; lo que evidenciaba la movilización de la comunicación al servicio de la cultura. Sí admitimos que la cultura forma parte de un conjunto de prácticas que tienen que ver con la apropiación del sentido en la vida cotidiana; la comunicación entendida como parte de la sociedad, extendida por los distintos medios e industrias culturales, formaría parte de esa cultura.

La comunicación digital es la transmisión de información a través de símbolos que pueden ser escritos o lingüísticos, estos medios cada día crecen más en la sociedad gracias a las nuevas tecnologías que constantemente se están introduciendo en el ámbito de las redes sociales. Esta forma innovadora de comunicación brinda a las personas nuevas oportunidades de comunicación, elementos para expresarse escribiendo con imágenes, videos, sitios web, blogs y más.

(Red de Universidades Anáhuac , 2020) La comunicación digital, a diferencia de la comunicación tradicional, se caracteriza por compartir información de manera inmediata y en tiempo real, permite la interacción, el intercambio y la colaboración de ideas y, más importante, está al alcance de una gran mayoría. Por esta razón es que las

empresas que deseen mantenerse a la vanguardia necesitan invertir en un plan de comunicación digital que dé prioridad a los canales de información digitales.

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento utilizando herramientas digitales fácilmente disponibles que se han vuelto disponibles para nosotros a través de la investigación y el desarrollo tecnológico.

Además, en la comunicación digital te permite contactar con personas con intereses similares, lo que sirve para ampliar tu audiencia y es económico en comparación con la publicidad convencional.

2.1.1.3. Comunicación

(Gómez, 2016) El lenguaje, aparte de ser un mecanismo de comunicación básico para la socialización, es también un medio usado para expresar o comunicar un contenido relacionado con el pensamiento; el pensar y el hablar forman parte de una unidad inseparable: no se puede considerar como una simple manera de comunicación sino como un método importante para el desarrollo y visión que tiene el hablante hacia el mundo (pág.1-2).

La comunicación es un proceso sistemático en el que un emisor y un receptor quieren transmitir un tipo de mensaje o información; Es claro que la comunicación es la base para el desarrollo de la vida humana y a su vez, para el desarrollo interior para fortalecer las relaciones con la sociedad, y al mismo tiempo tiene sus propias

características para convertirse en comunicación, su eficacia y factores para la capacidad de comunicarse con otros y compartir criterios, ideas y pensamientos.

(Watzlawick, 1981) “Definimos la comunicación como el intercambio de información; es un proceso. Proceso significa cambio o paso de un estado a otro, indica una serie de actos concatenados; no es un resultado-efecto, consecuencia de un hecho” (pág.49-51).

(Elgueta, 2006) Plantea que los procesos de comunicación desempeñan un papel importante para promover cambios en los conocimientos de conductas y actitudes de los usuarios de la Tierra, También señala, que la comunicación es un proceso que permite llegar con nuestros mensajes a los interlocutores a quienes queremos escuchar; es decir que la comunicación es una herramienta, que permite romper la resistencia al cambio, cuando ésta contribuye al desarrollo y a la planificación del territorio (pág.13).

Por lo que había expresado Elgueta, fue entonces cuando los afectados se convencieron de la necesidad de un experimento, el orden espacial en el que vivieron durante mucho tiempo para desarrollar sus actividades diarias, pero dado que este arreglo mejoraría sus condiciones de vida, se puede argumentar que rompe la resistencia a este cambio, y por lo tanto, el poder de las palabras, las creencias y el diálogo como medio de comunicación para desempeñar un papel importante en el cambio de las actitudes y el comportamiento de las personas.

(Marcondes, 2004) La comunicación es un acontecimiento, un encuentro feliz, el momento mágico entre dos intencionalidades, que se produce en el "roce de los cuerpos"

(si tomamos palabras, canciones, ideas también como cuerpos); ella viene de la creación de un ambiente común en que los dos lados participan y extraen de su participación algo nuevo, inesperado, que no estaba en ninguno de ellos, y que altera el estatuto anterior de ambos, a pesar de mantenerse las diferencias individuales. Ella no funde dos personas en una sola, pues es imposible que el otro me vea a partir de mi interior, sino que es el hecho de participar ambos de un mismo y único mundo en el cual entran y que en ellos también entra (pág.15).

2.1.1.4. Televisión digital.

Se conoce como Televisión digital o DTV (por sus siglas en inglés: Digital Televisión) a un conjunto de nuevas tecnologías de transmisión y recepción audiovisual que emplea señales digitales en lugar de las analógicas tradicionales de la televisión. Esto significa que mientras la televisión ordinaria se transmite mediante ondas de radio en las bandas VHF y UHF, o en su defecto por cables coaxiales de señal analógica, la televisión digital emplea señales binarias que permiten el retorno entre consumidores y productores, dando pie a toda una nueva gama de experiencias de televisión interactiva y permitiendo la transmisión de varias señales en un mismo canal. (Etecé, 2021)

La televisión digital es un conjunto de tecnologías para transmitir y recibir imágenes y sonidos mediante señales digitales. A diferencia de la televisión analógica, la televisión digital codifica señales en forma binaria. Por lo tanto, debido a los diferentes formatos de compresión de señales actualmente disponibles, es posible transmitir múltiples señales en el mismo canal y crear aplicaciones interactivas a través de canales de retorno entre consumidores y productores de contenido.

La televisión digital es una transmisión de señales de televisión que utiliza la última tecnología digital para optimizar la transmisión de imágenes y sonido de mayor calidad, permitiendo la incorporación de servicios interactivos o el acceso a la sociedad de la información.

2.1.1.5. Redes sociales.

(Sanchis, 2012) A través de las redes sociales y sus distintos formatos podemos estar informados de dónde como, cuando y que está haciendo nuestro interlocutor en cada momento y podemos tener las distintas respuestas a través de los miniposts de Twitter o del estado de cada usuario de Facebook. Este hecho ha producido que personas que algunas veces no son poseedoras de información o de conocimiento académicos demasiado elevados produzcan miles de contenidos que pueden llegar a ser sino exactos sorprendentes e imaginativos y por ello se habla de que estamos ante la ciencia de las redes o cultura de red (pág.3).

Las redes sociales son plataformas digitales creadas por comunidades de personas con intereses, actividades o relaciones compartidas. Las redes sociales permiten el contacto entre personas y funcionan como medio de comunicación e intercambio de información.

(Trijueque, 2016) Menciona que “Las redes sociales digitales poseen la capacidad de socializar a un grupo de personas de manera paralela a la realidad social

física. Las redes sociales son nuevas maneras perfeccionadas, renovadas y diferenciadas, de un existir juntos”

Son una herramienta con la que estamos familiarizados en nuestra vida diaria y a la que podemos acceder desde casi cualquier parte del mundo. Así mismo una red social es una serie de plataformas digitales que permiten a diferentes personas conectarse, interactuar y distribuir información sin restricciones. Su potencial para conectar con los clientes los ha convertido en una herramienta casi indispensable en el entorno empresarial.

2.1.1.6. Blogs.

Es una herramienta de comunicación virtual usado con frecuencia en la educación, es una página web en la que se puede integrar texto, imágenes, hipervínculos, vídeos y muchos otros objetos, permitiendo que los usuarios pueden hacer labor de autores o escritores, puesto que mediante esta herramienta se puede contener mensajes de una o varias personas respecto a un tema específico y quienes lean el blog pueden participar mediante sus aportaciones o cuestionamientos, promoviendo la reflexión individual y colectiva. (Chávez, 2017, pág. 48)

Los blogs suelen fomentar la interacción. Además de permitir que los lectores comenten el contenido, suelen enlazar con otros blogs o varios medios online. Los blogueros también pueden responder a los comentarios de sus lectores. Se podría decir que un blog es una evolución de un diario personal en papel. En lugar de escribir sus

impresiones en una hoja de papel, las personas las publican en el sitio web y las comparten con todos los usuarios de Internet.

(Echeverría, 2018) Nos dice que “Un blog es una herramienta digital que sirve como canal de comunicación entre empresas y usuarios para resolver dudas y compartir información”.

Blog es una poderosa herramienta promocional y actúa como una estrategia para ubicar a su empresa en Internet, porque el contenido que generalmente anunció, resolvió dudas y ayudó a los compradores en cada etapa.

Un blog se puede utilizar para difundir noticias. A veces son sitios web independientes y también hay blogs que actúan como parte o adjunto a la página de inicio. Hoy en día, también existen blogs tipo portal que contienen noticias y artículos.

2.1.1.7. Periódicos digitales.

El periódico digital y los nuevos medios multimedia son, ante todo, al igual que los medios tradicionales, el soporte para un conjunto de noticias. Un conjunto, en este caso, de noticias multimedia que se ofrecen en un soporte que tiene unas características diferenciales claras sobre los medios tradicionales. (Anchundia, 2018, pág. 23)

El periódico es un medio de comunicación de masas que se distribuye en las ciudades en forma de impresos de una o varias páginas, combinación de texto e imágenes, cuyo objeto es informar, opinar y entretener.

2.1.1.8. Desarrollo social y cultural.

(Rivas R. , 2015) La cultura como conjunto de relaciones humanas que han trascendido en el tiempo y que le permite al hombre conservar, reproducir, crear nuevos conocimientos y valores para la transformación de su medio social y cultural, cada día cobra mayor importancia como sostén fundamental para la satisfacción de las necesidades espirituales y como elemento de influencia directa en la producción de medios materiales de vida para la sociedad. Se considera un factor fundamental de la calidad de vida, una dimensión esencial no sólo para la preservación de la identidad, sino también para la gobernabilidad, la ciudadanía, la cohesión social y la creatividad de los diferentes grupos humanos (pág. 16-20).

Se denomina desarrollo social a la evolución y mejora de las condiciones de vida de los individuos en sociedad ya las relaciones que los individuos mantienen entre sí y con los demás grupos e instituciones que conforman la estructura social asociativa de un país, para que el desarrollo social sea posible, se requiere una administración pública eficaz, responsable y comprometida con un marco democrático de legitimidad y fortaleza institucional que asegure su adopción, eficiencia y eficacia continua.

(Cadavid y Pereira, 2011) Las culturas locales son vistas como barreras para el desarrollo y la modernización, por ello es importante lanzar masivamente mensajes homogéneos y homogeneizadores, los mismos para cualquier contexto social y cultural. Los carteles, las viñetas para radio y televisión, las canciones interpretadas por conocidos artistas y otros anuncios publicitarios tienen por objeto, generalmente, la transmisión de los mismos mensajes promoción de condones. En los materiales impresos es quizá donde

mejor se intentan aplicar las técnicas de mediación pedagógica, en las cartillas o folletos que presentan los problemas de una manera más detallada, y en algunas obras narrativas para radio y televisión, en las que los personajes abordan los problemas desde su contexto cultural.

El desarrollo cultural es la creación de condiciones y espacios que permitan el establecimiento de los derechos culturales y sociales, la participación de los ciudadanos en los procesos de desarrollo y el logro de una conjunción armónica con los fines del desarrollo cultural, visión de la cultura como un proceso vivo y holístico que va más allá de los marcos institucionales y llega a la vida cotidiana mediante la promoción de un conjunto de programas sociales y culturales que, en función de las necesidades y requerimientos, brinde actividades destinadas a atraer su atención para participar en actividades conjuntas para mejorar su calidad de vida.

El desarrollo debe garantizar que las expectativas de las personas se cumplan verdaderamente y debe comenzar con la creatividad de las personas expresada en su cultura. Cabe señalar que el interés por el desarrollo atañe no sólo a los gobiernos sino también a la sociedad en su conjunto, por lo que es uno de los imperativos en la medida en que refleje fielmente sus características.

(Ecured, 2016) Desarrollo social, proceso de mejoramiento de calidad de vida de la sociedad. Una sociedad tiene una alta calidad de vida, cuando los seres humanos que la integran, dentro de un marco de paz, libertad, justicia, democracia, equidad, tolerancia y solidaridad, tienen amplias y constantes posibilidades de satisfacer sus necesidades y

desplegar todas sus potencialidades con miras a lograr su mejoramiento y realización personal y la realización de la sociedad como conjunto.

2.1.1.9. Importancia de desarrollo cultural

El desarrollo cultural debe manifestarse en la sociedad porque no se construye, solo debe ser socializado por la población para ser reconocido y la cultura no es solo una identidad; son las costumbres, tradiciones, rituales y expresiones artísticas las que representan la forma de vida de las personas.

(Brenes, 2019) La cultura permite conocer un sin número de expresiones artísticas que con el paso de los años se han convertido en elementos de crecimiento económico, de vida intelectual, afectiva, moral y espiritual. Esta diversidad también ha permitido que comunidades y pueblos, conozcan la verdadera idiosincrasia, las tradiciones y costumbres del país transmitida de generación en generación a través de las obras plásticas, escénicas y musicales, para conocer el verdadero génesis de nuestros antepasados.

La cultura realiza una contribución positiva y eficaz a través de políticas y acciones que promuevan el desarrollo económico y social inclusivo, la sostenibilidad ambiental, la convivencia, la cohesión social y la paz y la seguridad. La cultura es el puente entre las personas y los ecosistemas naturales, pero también desempeña el papel de una herramienta para el desarrollo, en sí misma un medio y un fin.

(Peralta, 2016) Cultura y cambio social son dos aspectos correlativos, la sociedad, en cada etapa de su desarrollo, es caracterizada por su cultura y ésta encuba los brotes de

la nueva formación económica social. Cultura y cambio social son dos aspectos estrechamente interrelacionados: la primera avanza junto al movimiento de todas las esferas de la vida social y de esta forma se va consolidando y convirtiéndose en una fuerza social capaz de producir el cambio que abra pasos a nuevas culturas, por ello pudiéramos decir, que forman una unidad de contrarios: se presuponen y al mismo tiempo se excluyen y el papel activo lo desempeña la cultura. El cambio, si se retrasa, frena el progreso cultural, pero cuando se produce, ocurre el salto revolucionario de lo cultural.

Cultura y cambio social van de la mano y se acompañan en el proceso de cambio necesario para el desarrollo de la sociedad, con una energía que impulsa a todos los niveles y se refuerza en el proceso de evolución social que impulsa la cultura. Por esta razón, todos deben tomar las medidas necesarias para comprender y proteger estos cambios culturales positivos para prosperar.

(Comas, 2012) En otro orden, la accesibilidad a la información y la práctica de la comunicación, desde la equidad, puede promover y facilitar la inserción social y la participación comunitaria en la consecución de metas y la solución de problemas que afectan a todos; por eso, no debe olvidarse que la comunicación humana es un proceso que se desarrolla sobre la base de las necesidades diversas de quienes participan en él. Es el diálogo la vía para construir razones y vivencias que pueden ser compartidas en el espacio de la comunicación (pág. 3-5).

La sociedad siempre está cambiando, también lo están las personas, sus necesidades, sus instituciones y sus familias. Esta evolución es consecuencia de estos

procesos, y su éxito o fracaso dependerá de políticas, programas, niveles económicos, estilos democráticos, modelos, innovaciones.

2.1.1.10. Impacto cultural.

En la sociedad en el ámbito que se desenvuelve la mayoría de población donde la “cultura popular” en sentido americano, es decir, el ámbito de los flujos de imágenes, narrativas, dramaturgias, espectáculos, programas musicales, entrenamientos e informaciones transmitidas por las redes mundiales de la media (periodísticos, revistas, televisión, cine, casetes, etc.) La globalización parece afectar aquí tanto a la producción como a la distribución y consumo de este tipo de cultura. (Anchundia, 2018, pág. 41)

Impacto cultural es el acto de destruir el patrimonio nacional, que tiene muchas vertientes, como expandir el país con sus elementos culturales hasta la indiferencia, o destruir el país con los propios monumentos arqueológicos, su historia y cultura.

2.1.1.11. La cultura como estrategia para el desarrollo.

(Alba, 2009) El terreno cultural es un eficaz reflejo de la densa realidad y las políticas culturales basadas en la participación y la interacción deberán tener en cuenta que la globalización ensalza la destradicionalización y el desarraigo como medidas de dominio. Por ello no debemos entender la identidad y diversidad cultural como si fuese un mero objeto con un interés único para la programación, producción y divulgación de eventos (una acción que en ocasiones disfraza un auténtico neocolonialismo). Al

contrario. Debemos plantear esta diversidad como un basamento imprescindible para la construcción y consolidación de estructuras sociales comprometidas (pág. 2-3).

Hoy, las dinámicas sociales que impulsan el concepto de globalización exigen el mantenimiento de conceptos culturales básicos en la sociedad mexicana en sus estados y ciudades para consolidar conocimientos y participar en la sociedad, Ha llegado el momento y es importante familiarizar a los ciudadanos con el desarrollo cultural de las naciones para lograr la coherencia social necesaria para el desarrollo de la sociedad en todos sus ámbitos.

(Alba, 2009) La cultura es un bien intangible, con connotaciones de desarrollo personal y social, que debe abordarse desde modelos que armonicen la operatividad con la sensibilidad. El modelo de gestión interna va a marcar los resultados y la personalidad de la institución. Debemos tener claro que la Cultura es un servicio cuya principal función debe ser estimular, provocar, interesar, atraer. Esto difícilmente se consigue si en la gestión cotidiana y en el tratamiento del personal (no olvidemos que las personas son el principal activo de cualquier organización) no se aplican los mecanismos necesarios.

La colaboración cultural va más allá de programar y compartir. Se busca una nueva perspectiva en la ética del reconocimiento y respeto de la diversidad, incluyendo la comprensión de la multiculturalidad como una obligación política y cultural en el contexto de la construcción de la ciudad. Una política cultural que evita los peligros de una ciudad cerrada y la orienta hacia la comunicación translocal.

2.1.1.12. La industria de la cultura y el desarrollo social.

(Kalmanovitz, 2019) El desarrollo social es uno de esos términos abarcantes que no dicen gran cosa. Se podría entender como el conjunto de factores salud, educación, recreación, solidaridad, confianza, tejido social que contribuyen al desarrollo pleno de los ciudadanos, de acuerdo con sus capacidades y vocaciones. Uno de esos factores sería el acceso a la cultura y al entretenimiento. La industria cultural de masas estaría concentrada en hacer disfrutar del tiempo libre que les resta a los ciudadanos, lo que les debe generar una excitación de los sentidos y, de alguna manera, un desarrollo de sus capacidades.

Las industrias culturales y creativas pueden definirse como un ámbito cuyo objeto es la producción, promoción y distribución de bienes y servicios culturales y creativos, comprendiendo un sector económico que comprende la expresión simbólica, sensual y estética, la industria cultural busca una transformación social basada en mayor consumo de estos bienes y servicios; rutina y audiencia para él, educando e informando.

(Kalmanovitz, 2019) Se podría imaginar una situación extrema donde todos los grandes contribuyentes decidieran apoyar sinfónicas, museos, películas, libros, etc., de tal modo que el gobierno perdiera la discrecionalidad sobre el gasto y no pudiera pagar por la salud, la educación, la seguridad, etc. Esta es una limitante a este tipo de medidas porque en una sociedad pobre y donde la gente no paga muchos impuestos, las prioridades del gasto son entendidas como las que alivien a la mayor parte de la población posible. Aun así, el gobierno debe incluir en su presupuesto consideraciones y partidas sobre las demandas que surgen del alma de los ciudadanos y en este sentido debe continuar con una política que incentive la filantropía.

Hoy en día existen muchas concepciones diferentes sobre el significado de la cultura. Hay posiciones de vinculación entre desarrollo y cultura, y dentro de estos enfoques hay posiciones que cuantifican el nivel de aporte, participación o nivel de práctica, es decir, miden variables culturales. Por lo tanto, es necesario tener en cuenta una visión global de la relación entre cultura y desarrollo.

2.1.1.13. Como importa la cultura en el desarrollo.

(Rivas R. , 2015) La cultura como conjunto de relaciones humanas que han trascendido en el tiempo y que le permite al hombre conservar, reproducir, crear nuevos conocimientos y valores para la transformación de su medio social y cultural, cada día cobra mayor importancia como sostén fundamental para la satisfacción de las necesidades espirituales y como elemento de influencia directa en la producción de medios materiales de vida para la sociedad. Se considera un factor fundamental de la calidad de vida, una dimensión esencial no sólo para la preservación de la identidad, sino también para la gobernabilidad, la ciudadanía, la cohesión social y la creatividad de los diferentes grupos humanos (pág. 2-3).

La cultura es una creación humana si tenemos en cuenta que los demás seres vivos existen por el uso del medio ambiente y no por su creación. Así que mientras compartimos con ellos las funciones orgánicas que nos hacen nacer, crecer, reproducirnos y morir, la cultura es propiedad exclusiva del hombre, igual a todos los individuos, ya que todos podemos crearla, pero a la vez distinguirnos, de cada uno y otros, porque cada uno crea su propia cultura, aumentando la riqueza que crea la gente.

Esto nos lleva a considerar que la definición de desarrollo evoluciona conforme al papel que juega la cultura en la sociedad misma. De ahí que la cultura, la creatividad y la innovación juegan un papel importante para ser competitivos como país, como trabajadores, como industrias y gobierno, facilitando con ello el desarrollo de nuestras economías y nuestras sociedades, especialmente en tiempos de rápidos cambios y serios problemas (Rivas R. , 2015).

La cultura es la base para el desarrollo de las naciones porque enriquece sus valores y buena identidad cultural cada ciudadano se preocupa y se prepara culturalmente aprendiendo sobre sus antepasados, de donde vinieron y a donde fueron, mostrando su personalidad y de que nacionalidad pertenecen.

2.1.1.14. Periodismo cultural.

Con la masificación del conocimiento, se masificaron los contenidos y, entonces, erradamente, se pensó que el entretenimiento y no la cultura era lo que la gente quería leer, ver y escuchar. Se habla de la agenda cultural como planes para divertirse, sin análisis y sin profundidad. Entrevistas a actores o actrices sobre su vida, para sacarles alguna chiva, que no es otra cosa que un chisme. Se ha vuelto el contenido light del medio, el último segmento, las últimas páginas. (Anchundia, 2018, pág. 38)

A la hora de distribuir información, requieren contenidos atractivos para captar la atención de la audiencia y enfocar ese contenido en otro aspecto, más que divulgar periodismo cultural, cuya misión es transmitir ideas sobre temas culturales que aportará a la comunidad. Sin embargo, la cultura periodística ha sido descuidada y rezagada con

respecto a los buenos estándares periodísticos que deben tener los comunicadores para aumentar el interés del consumidor en estos temas.

El periodismo cultural debe ser tratado de manera que anime al público a difundir este periodismo, que sin duda es importante y será crucial para el análisis y comprensión de los hechos históricos, artísticos y tradicionales, la tradición habla de la cultura y todo lo relacionado con ella.

El periodismo no solo desarrolla temas sensacionalistas o escandalosos que dividen a los medios sin importar las consecuencias secundarias de su difusión, también difunde un periodismo inexacto lleno de conceptos erróneos, malos artículos erróneos que muchos dueños de medios desconocen. La negatividad que tienen como medio de comunicación y viven elogiando su trabajo, la mala calidad del trabajo, y ellos mismos aferrados a conceptos erróneos sobre inculcar cultura.

2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de la investigación

2.1.2.1. Antecedentes investigativos

En el proyecto de tesis (Saldaña, 2018) Medios Digitales, Responsabilidad Social e Impacto en la Opinión Pública de los Babahoyenses manifiesta que los medios digitales son un medio de comunicación diferente a los demás, brinda herramientas y características particulares que han alcanzado una relación única e innovadora con los usuarios, en la actualidad el uso de los medios digitales es indispensable para facilitar la comunicación. La ciudad de Babahoyo cuenta con pocos medios de comunicación

digitales, este elemento informático debe ser aprovechado con el fin de facilitar al usuario el acceso a la información donde quiera que se encuentre, la población Babahoyense se ve inmersa constantemente en la tecnología por lo que es factible el estudio sobre los medios digitales.

El objeto de estudio abordado manifiesta la responsabilidad social y el impacto de los medios digitales en la opinión pública de los Babahoyenses, siendo este un tema de importancia que involucra a todos quienes conforman la sociedad, actualmente podemos observar la gran influencia que tienen los medios digitales en los seres humanos al ser ellos una fuente receptora de diversas opiniones sociales, económicas, culturales y políticas de forma positiva y negativa de acuerdo a la información que reciben y al uso que se da a la misma (Saldaña, 2018).

La presente investigación tiene como objetivo principal mostrar la necesidad de conocer la veracidad de las fuentes de información y la importancia de transmitir de manera responsable lo que acontece diariamente en la sociedad mediante un enfoque claro y ajustado a la realidad de la localidad. Esta investigación pretende destacar la importancia de la actualización en el uso de los medios digitales, para de esta manera dar a conocer la situación actual del periodismo digital, sus avances tecnológicos y la profesionalización del trabajo periodístico a través de las herramientas tecnológicas en los periodistas de la ciudad Babahoyo (Saldaña, 2018).

Como también (Quinde, 2016) en su tesis de “la comunicación digital y las herramientas virtuales en la universidad técnica de Ambato (uta)” hace mención que en las últimas décadas el medio de comunicación se ha esparcido ya por todo el mundo

convirtiéndose en un medio digital visto por medio de internet, estos medios brindan un espacio a aquellos usuarios que buscan información o interactuar con las demás personas de manera virtual a diferencia de la radio, la televisión o la prensa. Las redes sociales ofrecen a través de sus herramientas como ‘fanpages’, ‘hashtags’, y ‘tweets’, esto les ha permitido compartir sus principales ideas en información al instante de las cuales puedan publicarlas en las redes.

Una más de las herramientas más utilizadas son las de transmisión de contenido ya sea mediante videos o audios, son compartidos de una mejor manera en las que se convierten en una herramienta útil para los seguidores y así dejando a un lado los medios de comunicación tradicionales. En Ecuador es transformado en un fenómeno por que se encuentra a la mano del internet al libre acceso a usuarios, pero estos perfiles se manejan sin estrategias comunicacionales definidas, limitándose solamente a informar sobre eventos académicos, obras en ejecución o proyectos, desaprovechando el potencial que tienen estas herramientas virtuales en la comunicación digital (Quinde, 2016).

El objetivo de la investigación será el de identificar cuáles son las herramientas más utilizadas por la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional, así poder identificar la operatividad e incidencia, para así poder utilizar herramientas virtuales en la gestión (Quinde, 2016).

2.1.2.2. Categorías de análisis

Categorías de análisis 1: Medios de comunicación digitales.

Definición: Es una plataforma donde se publica diferente información, pero a diferencia de los medios de comunicación tradicionales estos se los hace de manera online en páginas digitales donde las personas pueden observar.

Operacionalización de las subcategorías

- Comunicaciones digitales
- Periodismos digitales
- Los avances tecnológicos.

Categorías de análisis 2: Desarrollo social y cultural.

Definición: El desarrollo sociocultural son todas aquellas costumbres, prácticas, creencias que definen y distinguen al hombre como grupo social, debe estar siempre presente y relevante para la sociedad.

Operacionalización de las variables

- Cultura
- Impacto cultural
- Identidad cultural

2.1.3. Postura teórica.

Para (Durán, 2018) la cultura es, en este caso, el trasfondo en el que germinan los procesos comunicativos, que los posibilita, les sirve de soporte. En estos mismos procesos se construyen nuevas significaciones del mundo social, esto también es cultura. Entonces la cultura y la comunicación se generan y son generadas en un continuo propio de la vida social, en la que la cultura produce comunicación y viceversa.

Otro aspecto a tener en cuenta sobre el carácter cultural de la comunicación es que este no se agota en las prácticas discursivas que les dan lugar a los procesos comunicativos, sino que también pasa por las experiencias que rodean, permean y definen el intercambio entre los individuos. El carácter cultural de la comunicación está en lo que se dice, lo que se explicita en los procesos comunicativos de manera verbal y extraverbal, que es interpretación, resemantización y construcción de significantes tanto por el emisor como por el receptor; pero está además, en el entorno cultural que hace posible que el intercambio comunicativo tenga lugar. En las interacciones que contextualizan los procesos comunicativos se ponen de manifiesto los entramados culturales que portan los sujetos, cristalizándose en la capacidad de decodificar los códigos del mensaje, en los hábitos, modos de comportamiento, valores, sentimientos, estereotipos, opiniones, preferencias, etc. (Durán, 2018)

Para la revista (Gobernanza, 2019) describe que los medios de comunicación digital tienen un papel importante en la opinión de la educación en el fortalecimiento de la cohesión social. En la democracia se mantiene la idea de que una democracia saludable es bien sustentada por una opinión pública

Como también estimulan el debate de la desigualdad que se vive en la sociedad y afecta al personal de los medios, dificultando el periodismo de investigación o la simple contrastación de las fuentes. «Los periodistas tenemos un juramento hipocrático que exige ser fiel a la verdad, aunque te arranquen la piel, así como guardar el secreto de las fuentes si así lo solicitan (Governanza, 2019).

2.2. HIPÓTESIS

2.2.1. Hipótesis General o Básica

Analizando el impacto que generan los medios de comunicación ayudará en el desarrollo social y cultural en el medio digital Aldia.com.ec.

2.2.2. Sub-hipótesis o Derivados

Identificando el impacto que producen los medios de comunicación ayudará en el desarrollo social y cultural en el medio digital Aldia.com.ec.

Determinando la relación que existe entre los medios de comunicación y el desarrollo sociocultural en el medio digital Aldia.com.ec ayudará a mejorar su calidad profesional.

Proponiendo un taller de capacitación con temas culturales para los comunicadores del medio digital Aldia.com.ec aportará a mejorar como medio digital.

2.2.3. Variables

Variable Independiente:

- Impactos en los medios de comunicación

Variable Dependiente:

- Desarrollo Social y Cultura

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de investigación del presente proyecto contó con los procedimientos y técnicas que se aplicaron de manera ordenada y sistemática para el desarrollo del estudio. Se utilizó la técnica de encuesta y observación, porque permitió contrastar información que se obtienen de las diversas personas segmentadas como muestra.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Enfoque cualitativo

Es un grupo de técnicas de indagación que se aplican para obtener una perspectiva general del comportamiento y la percepción de los individuos sobre un asunto en especial. Produce ideas y suposiciones que tienen la posibilidad de contribuir a comprender cómo es percibido un problema por la población objetivo y ayuda a conceptualizar o detectar posibilidades en relación con aquel problema (QuestionPro, 2022).

Esta investigación se caracterizó por el desarrollo de las encuestas a forma de un banco de preguntas dirigidas a los diferentes seguidores del medio digital ALDIA.COM; con la finalidad de indagar a la problemática de estudio.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente. (Arias E. R., 2020)

Se utilizó este tipo de técnica en donde se tuvo una relación directa con el estudio sobre el impacto de los medios de comunicación en el desarrollo social y cultural y así determinar las características de los temas a estudiar.

3.3.2. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas, por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir (Rus, 2021).

Este tipo de investigación permitió conocer los aspectos principales sobre la relación que existe entre las variables de estudio, puntualizar las características de la población que se estudió así y también ayudó para desarrollar el análisis de los resultados de la investigación.

3.3.3. Investigación de campo

Esta investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema. Este tipo de investigación es esencial para realizar otras como la exploratoria, la correlacional o la mixta. De hecho, en el método hipotético-deductivo (el utilizado en economía) suele ser el paso posterior al establecimiento de las hipótesis. Una vez sabemos qué buscamos, debemos recabar datos y para eso se realiza un trabajo de campo (Arias E. R., 2020).

Ayudó a la recolección de información real por medio de fuentes primarias para así evidenciar de qué manera se relaciona el impacto del medio digital en el desarrollo sociocultural de su audiencia.

3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Métodos

En esta investigación se incluyó al medio digital ALDIA.COM y a su audiencia, con la cual se pudo obtener información sobre la relación directa que mantienen además de como influye este medio digital en relación al desarrollo sociocultural.

3.4.1.1. Método estadístico

El procedimiento estadístico se apoya en una secuencia de métodos para el desempeño de los datos cualitativos y cuantitativos de la averiguación. Dicho

funcionamiento de datos tiene por objetivo la comprobación, en una sección de la verdad de una o numerosas secuelas verticales deducidas de la premisa general de la averiguación. Las propiedades que adoptan los métodos propios del procedimiento estadístico dependen del diseño de indagación seleccionado para la comprobación del efecto verificable en cuestión (Anónimo, 2022).

Por medio de este método se logró confirmar las consecuencias verificables inferidas de la hipótesis general de la investigación, como también toda la información recogida se logrará obtener por medio del trabajo de campo.

3.4.2. Técnicas.

3.4.2.1. Encuesta

La encuesta hace parte de las técnicas de investigación cuantitativa para la recolección de datos. Es un proceso que inicia con el diseño de un formulario a partir de un problema de investigación, luego se recopila y procesa la información para describirla con el apoyo de tablas, medidas numéricas y gráficas (Jaramillo, 2022).

En el estudio de investigación se utilizó la técnica de encuesta que tiene como finalidad obtener información mediante el estudio de los resultados, por otra parte, también se analizarán los resultados según los métodos estadísticos, se realizó una serie de preguntas cerradas, dirigidas específicamente a los diferentes seguidores del medio digital Aldia.com.ec.

3.4.2.2. Observación.

Este tipo de técnicas se utilizó para conocer las diferentes opiniones de los seguidores y así se logró obtener con mayor certeza la información necesaria y poder comprobar si el medio digital Aldia.com.ec., beneficia o no al desarrollo social y cultural de las personas.

3.4.3. Instrumentos

Fichas de campo: Las fichas de campo son aquellas que permiten recolectar información de una población o de una zona en especial, la ficha de campo pertenece a un sin fin de fichas de trabajo que permiten el recolectar datos relevantes (Anónimo, 2022).

Mediante esta se logró el levantamiento de información de las cambiantes de análisis, para de esta forma entablar el tipo de taller que se va a integrar en la guía de capacitaciones que se va a desarrollar.

Cuestionarios: se define como una herramienta de averiguación que se basa en un grupo de cuestiones u otros tipos de instrucciones con la intención de recopilar información de un encuestado. Éstas son típicamente una mezcla de cuestiones cerradas y abiertas. Este instrumento se usa con objetivos de averiguación que tienen la posibilidad de ser tanto cualitativas como cuantitativas (QuestionPro, 2022).

Estuvo compuesto por un banco de preguntas dirigida a la audiencia del medio digital ALDIA.COM.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.5.1. Población.

La población estudiada en esta investigación, serán los seguidores del medio digital Aldia.com.ec., para que brinden sus opiniones sobre todo el impacto que ha tenido el medio digital con respecto al desarrollo social y cultural en la sociedad.

3.5.2. Muestra.

Para el cálculo de la muestra no se aplicó ninguna fórmula por no tener datos estadísticos que sustenten de cuál es el máximo de seguidores que tiene este medio de comunicación, por lo cual se tomó como referencia un máximo de 100 personas a encuestar.

Tabla 1 Muestra de población a encuestar

INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	MUESTRA
Seguidores	100	100
Total	100	100

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Medio digital Aldia.com.ec

Total, de encuestas: 100

3.6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.6.1. Resultados e interpretación de datos.

1. ¿Qué medio de comunicación utiliza más?

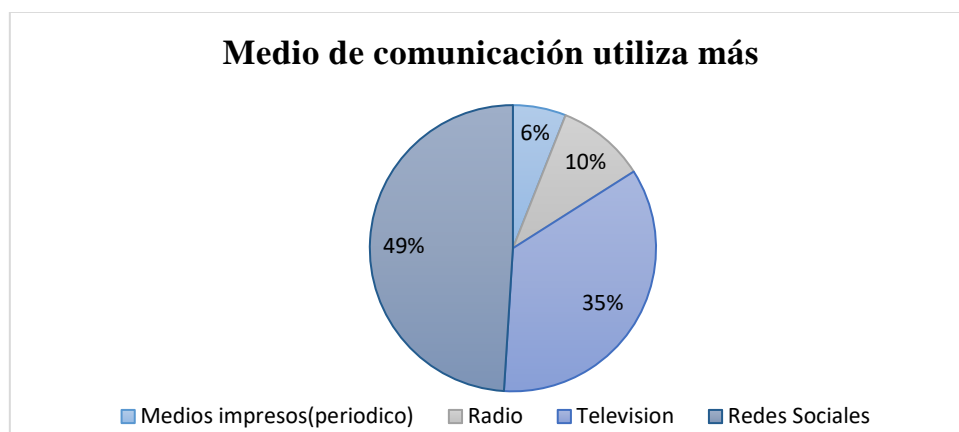
Tabla 2 Medios de comunicación que utiliza.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Medios impresos(períodico)	6	6%
Radio	10	10%
Televisión	35	35%
Redes Sociales	49	49%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 1 Medios de comunicación que utiliza.



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

Con el 6% los seguidores de medios digitales manifestaron que el medio de comunicación que utilizan es los medios impresos (periódico), 10% lo escucha por la radio, 35% lo ve por medio de la televisión en noticias y el 49% lo hace por medio de redes social (internet). Como resultado de la encuesta nos damos cuenta que hoy en día el internet y los medios digitales son muy utilizado.

2. ¿Ha visitado usted páginas de medios digitales que proporcionen informaciones sobre el desarrollo cultural?

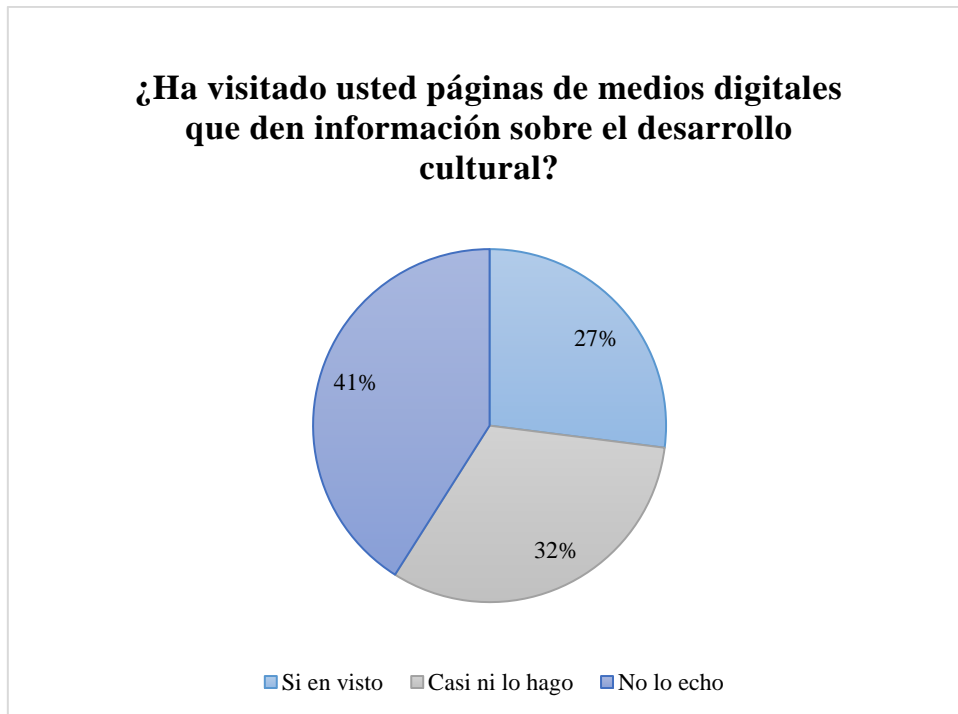
Tabla 3 Ha visitado páginas de medios digitales sobre el desarrollo cultural.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si en visto	27	27%
Casi ni lo hago	32	32%
No lo echo	41	41%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 2 Ha visitado páginas de medios digitales sobre el desarrollo cultural



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

Los resultados de la encuesta a los seguidores manifiestan que el 27% visitan algunas páginas de este medio, el 32% menciona que casi no recurre a estos medios digitales y el 41% restante de los encuestados nos respondió que no lo ha hecho. Dando como resultado en esta encuesta que casi la mayor parte no visita estos medios digitales.

3. ¿Conoce usted un medio digital que comparta periodismo cultural?

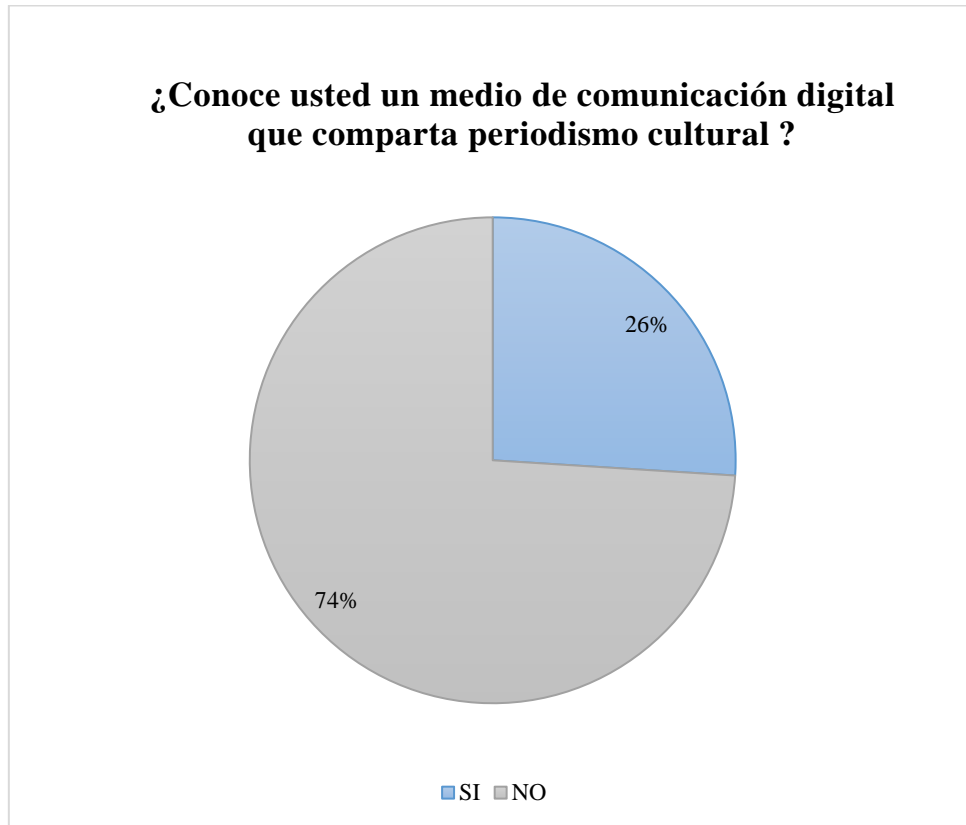
Tabla 4 Conoce usted algún medio digital que comparta periodismo cultura.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	26%
No	74	74%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 3 Conoce usted algún medio digital que comparta periodismo cultural.



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

Los resultados obtenidos en la encuesta a los seguidores del medio digital señalan con un 26% que, si tiene conocimiento de algún medio de comunicación que transmita periodismo cultural y el 74% no conoce de estos medios, lo cual podemos observar que no existe la debida información sobre temas culturales en los medios digitales.

4. ¿Conoce usted el medio de comunicación digital Aldia.com?

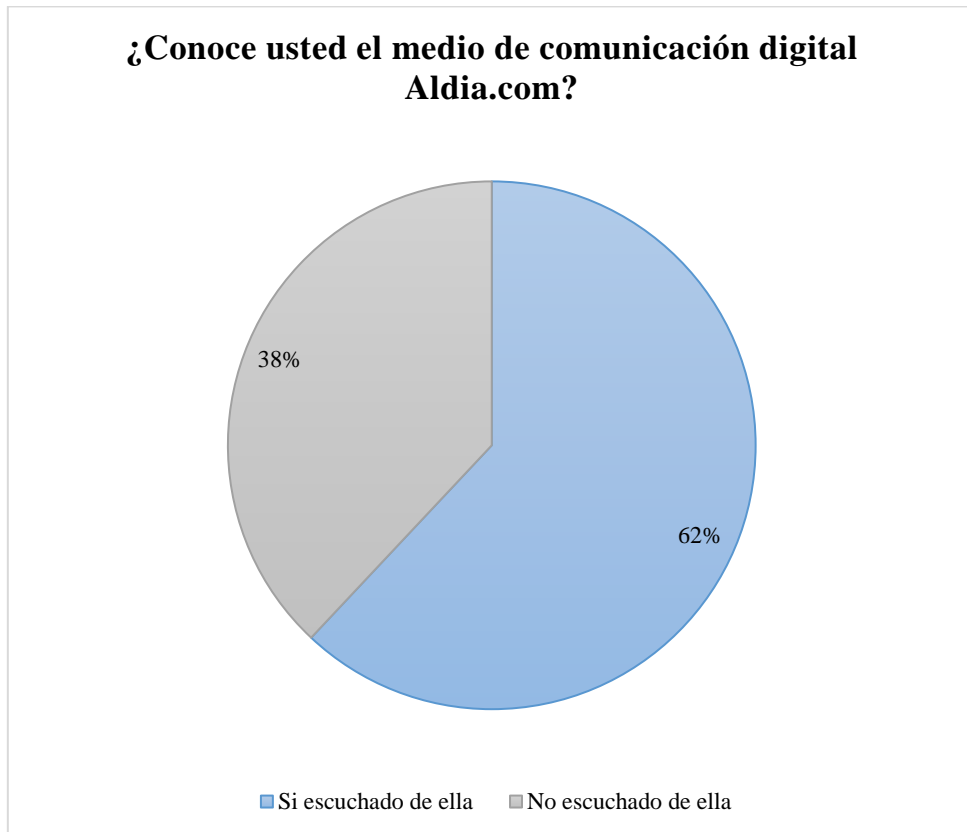
Tabla 5 Conoce usted el medio de comunicación digitales Aldia.com

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si escuchado de ella	62	62%
No escuchado de ella	38	38%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 4 Conoce usted el medio de comunicación digital Aldia.com.



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

En la encuesta aplicada tenemos como resultado que el 62% si ha escuchado hablar de este medio de comunicación digital Aldia.com y el 38% no tiene el conocimiento de la existencia de este medio, como resultado es que una parte de seguidores si han escuchado hablar de este medio que imparta noticias en forma digital.

5. ¿Cree usted que el medio de comunicación digital desarrolla un impacto cultural?

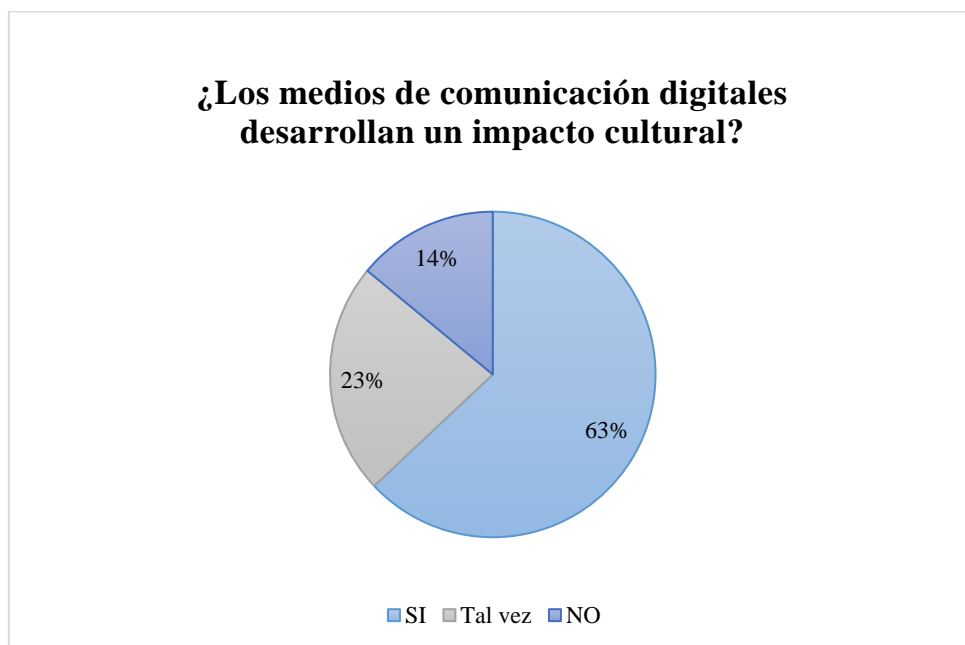
Tabla 6 Medio de comunicación digital desarrolla un impacto cultural

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	63%
Tal vez	23	23%
No	14	14%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 5 Medio de comunicación digital desarrolla un impacto cultural



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

En los resultados obtenidos en la encuesta realizada el 63% de los seguidores respondieron que el medio de comunicación digital Aldia.com.ec si desarrolla impacto cultural en la sociedad mientras que el 23% manifestaron que tal vez este medio digital desarrolla el medio cultural y el 14% restante expresa que no tiene un impacto en el medio cultural.

6. Cree que el medio de comunicación digital Aldia.com difunde información sobre temas de:

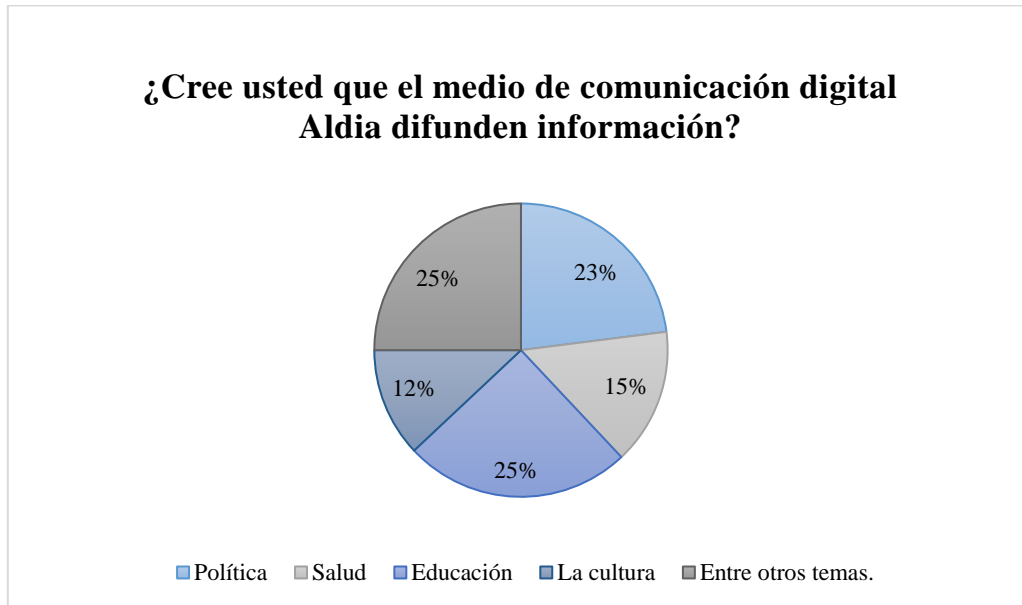
Tabla 7 El medio de comunicación digital Aldia.com difunde información sobre diferentes temas.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Política	23	23%
Salud	15	15%
Educación	25	25%
La cultura	12	12%
Entre otros temas.	25	25%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 6 El medio de comunicación digital Aldia.com difunde información sobre diferentes temas.



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

De acuerdo a la encuesta realizada el 23% consideran que tratan temas políticos, el 15% de salud, con un 25% en educación, 12% en lo cultural y 25% otros temas. Como resultado de esta encuesta tenemos que el medio de comunicación digital Aldia.com.ec da más importancia y relevancia a los temas políticos, de educación y entre otros que al del medio cultural.

7. ¿Está de acuerdo que el medio digital Aldia.com debe brindar más información sobre temas culturales?

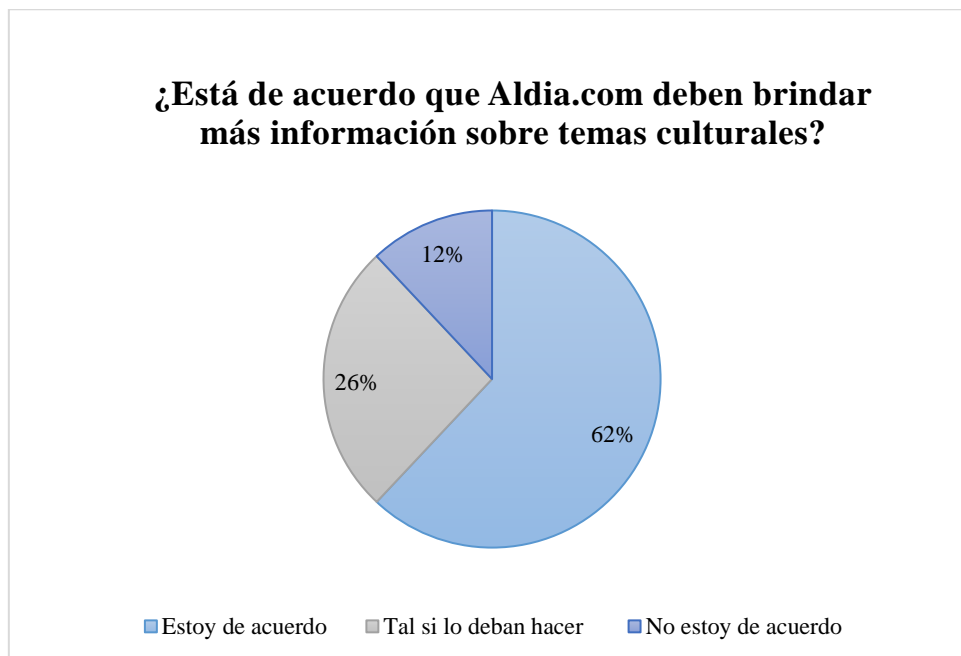
Tabla 8 Está de acuerdo que el medio digital Aldia.com debe brindar más información sobre temas culturales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Estoy de acuerdo	62	62%
Tal si lo deban hacer	26	26%
No estoy de acuerdo	12	12%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 7 Está de acuerdo que el medio digital Aldia.com debe brindar más información sobre temas culturales



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

De acuerdo a la encuesta realizada el 62% de los seguidores de Aldia.com.ec están de acuerdo que los medios de comunicación digitales si difunden información sobre temas culturales, el 26% piensa que tal vez si lo deben hacer y el 12% expresa que no están de acuerdo que este medio difunda temas culturales.

8. ¿Cree usted que los medios de comunicación digitales publican información veraz a la ciudadanía?

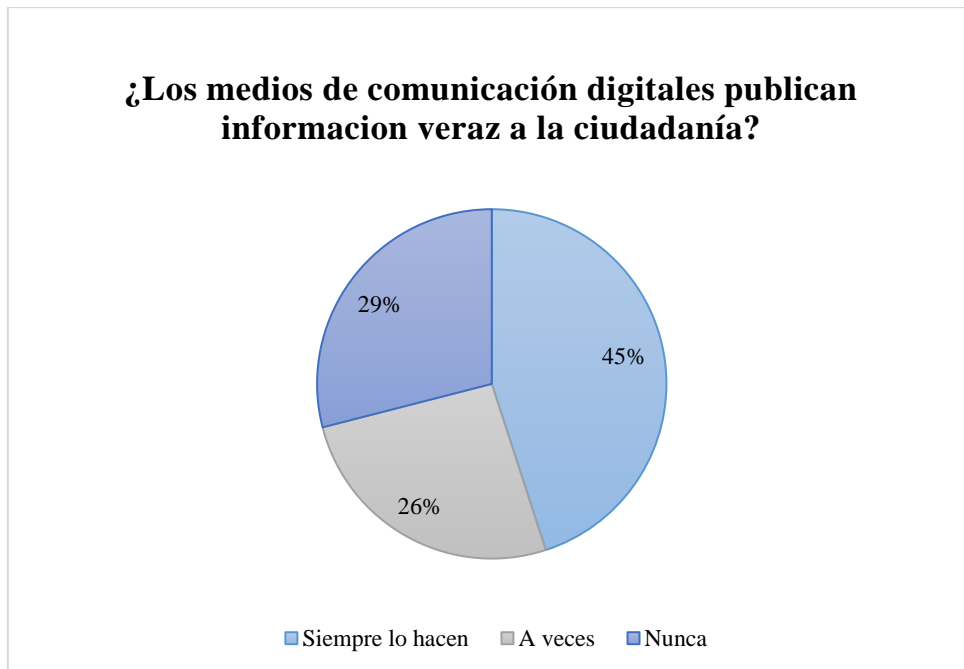
Tabla 9 Los medios de comunicación digitales publican Información veraz a la ciudadanía

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Siempre lo hacen	45	45%
A veces	26	26%
Nunca	29	29%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 8 Los medios de comunicación digitales publican información veraz a la ciudadanía



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

En base a los resultados obtenidos en la encuesta a los seguidores, expresan que el 45% creen que siempre hacen sus publicaciones de forma veraz en los medios de comunicación digitales publicadas en su investigación, el 26% considera que a veces lo realizan y el 29% de los encuestados dicen que no realizan la información de una manera veraz.

9. ¿Cree usted que los medios de comunicación digitales se basan en Leyes para emitir información?

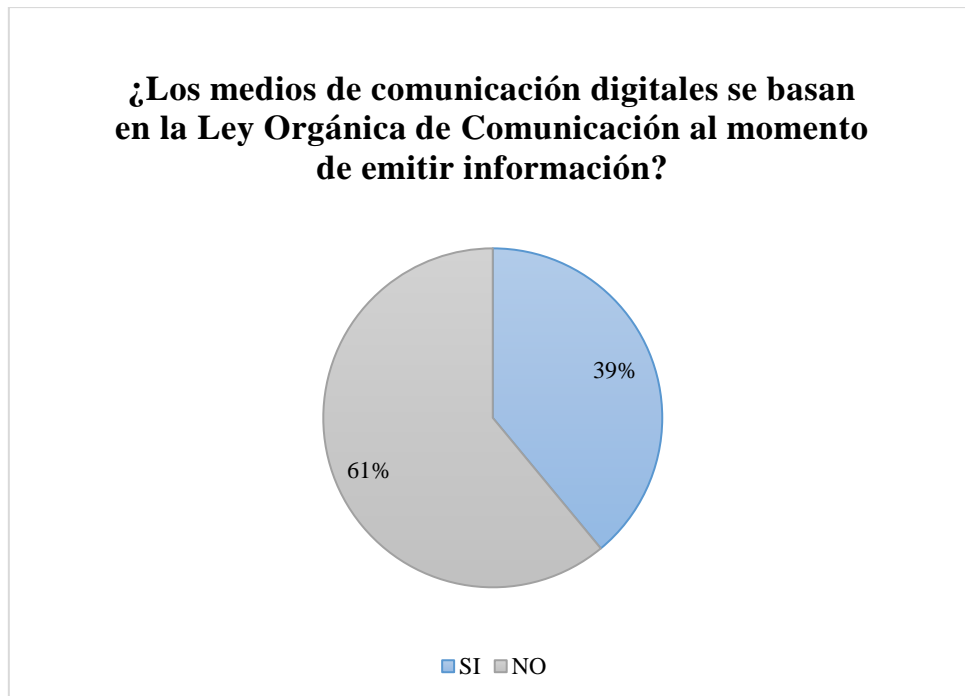
Tabla 10 Los medios de comunicación digitales se basan en las Leyes para emitir información

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	39%
No	61	61%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 9 Los medios de comunicación digitales se basan en las Leyes para emitir información



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Análisis.

Los resultados de la encuesta realizada el 61% de los seguidores opina que tal vez los profesionales de los medios de comunicación digitales se basan en la Ley Orgánica de Comunicación al momento dar una información y el 39% respondió que los periodistas no se basan en las leyes.

10. ¿Se debería capacitar a los profesionales de los medios digitales para que publiquen contenidos culturales?

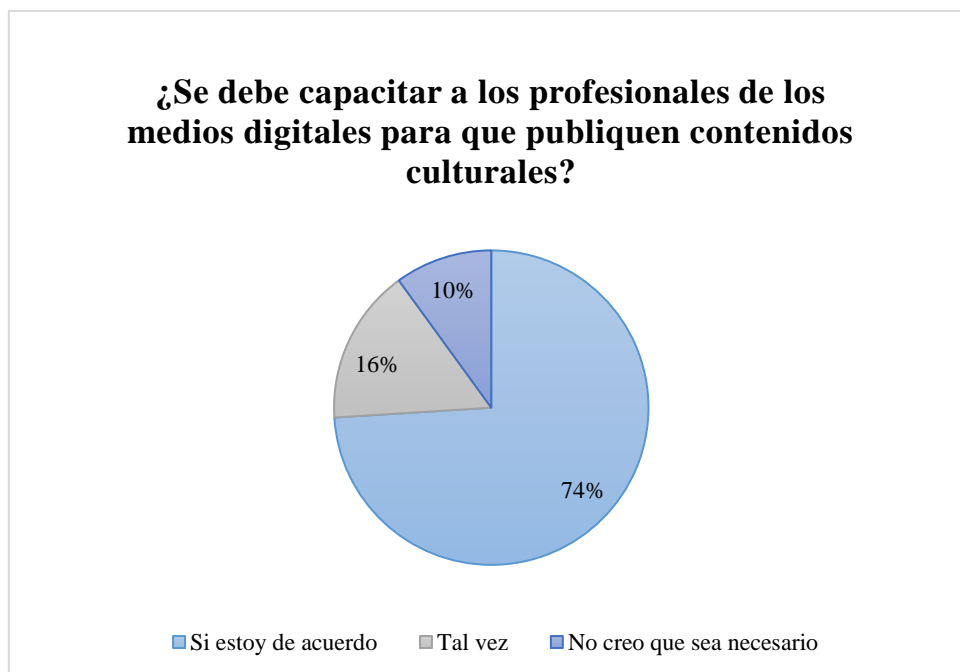
Tabla 11 Se debe capacitar a los profesionales de los medios digitales para que publiquen contenidos culturales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si estoy de acuerdo	74	74%
Tal vez	16	16%
No creo que sea necesario	10	10%
Total	100	100%

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com.ec

Gráfico 10 Se debe capacitar a los profesionales de los medios digitales para que publiquen contenidos culturales



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: Encuesta realizada seguidores de Aldia.com

Análisis.

Basado en los datos de la encuesta a los seguidores con el 74% han considerado que si se debe realizar un taller de capacitación para los profesionales de los medios digitales, el 16% creen que tal vez si es necesario capacitarlos y el 10% respondió que no cree que sea necesario.

3.7. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.7.1. Conclusiones General

Con la propuesta de los talleres de capacitación para los profesionales de Aldia.com.ec se logrará mejorar su perfil profesional, para que desarrollen una difusión de información de calidad, la misma que llegará a los seguidores o a la audiencia de este medio de manera veraz, clara y concisa siempre y cuando enfocados en la importancia que tienen los contenidos socioculturales y así lograr que crezca el interés de generar un impacto positivo en la ciudadanía de Quevedo.

3.7.2. Conclusiones Especificas

- Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los seguidores de los medios de comunicación digital ALDIA.COM nos dieron los siguientes resultados en un 63% de la pregunta 5 y 62% de la pregunta 7, nos indican que los seguidores afirman que el medio de comunicación digital si causa un impacto positivo en el desarrollo cultural de la población ya que están enfocados en dar información sobre diversos temas socioculturales.
- El medio de comunicación digital Aldia.com.ec mantiene una relación directa con el desarrollo sociocultural, ya que hoy en día este medio digital esta direccionado en brindar información sobre acontecimientos actuales sobre el desarrollo social, sin embargo, se pudo establecer que no se han

enfocado en temas culturales, declarándolo como una problemática de este medio.

- Con la propuesta del desarrollo de talleres de capacitación dirigidos al personal del medio digital Aldia.com ayudará a desarrollar conocimientos sobre cultura y así logren difundir la información de manera correcta, y a su vez se vea el beneficio que tendrán los seguidores de la página que si muestran interés en la temática.

3.8. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.

3.8.1. Recomendaciones Generales

Se implementen talleres que ayuden a capacitar a los profesionales del medio de comunicación digital Aldia.com.ec donde se enfoquen a tratar temas socioculturales, de esta manera ayudará a reactivar la cultura perdida hoy en día en la sociedad a través de la difusión de estos contenidos para que así los seguidores tengan más conocimientos y el interés sobre su identidad cultural.

3.8.2. Recomendaciones Especificas

Estos medios de comunicación deberían indagar más sobre temas en el marco cultural y social en la cual permita tener un impacto en la sociedad enfocándose en dar una información concreta y concisa sobre sus investigaciones.

En este medio de comunicación digital Aldia.com.ec se ha evidenciado que no existe una debida información sobre contenidos de interés cultural, por ende, se deben plasmar noticias e ideas que contengan variedad cultural y social.

Con la participación de los profesionales del medio de comunicación digital Aldia.com.ec en las capacitaciones, los trabajadores de este medio digital se informarán y se retroalimentarán de cómo se puede emitir una información más cultural que será de gran beneficio para los seguidores de esta página.

CAPITULO IV

PROPUESTA TEÓRICA

4.1. PROPUESTA DE APLICACIÓN EN BASE A LOS RESULTADOS

4.1.1. Alternativa obtenida.

Diseñar talleres de capacitación para que los profesionales que laboran en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec puedan adquirir conocimientos e investigar temas relacionados con el desarrollo social y cultural, de esta manera se podrá evidenciar las clases de contenido que difunda en su medio de comunicación digital, así ver qué impacto tendrá en los seguidores de esta plataforma de información.

4.1.2. Alcance de la alternativa

Esta propuesta propone la elaboración de talleres en la cual permita capacitar a los profesionales del medio digital Aldia.com.ec, mediante las capacitaciones se le ayudará a que sus seguidores se interesen más a su página, a su vez le den la debida importancia de transmitir información donde se fomente el desarrollo cultural, esto les permitirá tener un impacto ante la ciudadanía.

Mediante la implementación de estos talleres se logrará impartir contenidos de índole informativo sobre la cultura y el ámbito social, para que así los profesionales de

este medio digital puedan plasmar su investigación de manera concreta y clara teniendo un impacto en los intereses de sus seguidores.

4.1.3. Antecedentes

Los medios de comunicación han venido evolucionando a través del tiempo hasta llegar hoy en día a la utilización de los medios digitales en la cual han aumentado debido al poco interés del personal de los medios de comunicación de antes, en los cuales eran la radio, el periódico o la televisión, que son medios que han emitido toda clase de información, pero con la llegada de las nuevas tecnologías ahora se ha puesto más fácil y factible el acceder a páginas de internet o a su vez a los medios de comunicación digitales, ya que es una forma más rápida de acceder a cualquier tipo de información.

Ecuador cuenta con una ley orgánica de comunicación que establece que todos los medios de comunicación deben difundir información con contenido cultural para que el público adquiera conocimientos y se preocupe profundamente por la parte social y la identidad cultural.

Quevedo es un cantón donde la información digital es de suma importancia y la noticia debe ser difundida, más cuando este medio de comunicación es el más visto, en la cual debe estar enfocado en transmitir temas socioculturales que beneficien a la población en general.

Esta propuesta tendrá como beneficio que los profesionales que trabajan en el medio de comunicación digital Aldia.com.ec., podrán adquirir conocimientos sobre

contenido social y cultural por la importancia de transmitir temas que pocos medios de comunicación digital emiten.

4.1.4. Justificación

La falta de periodismo cultural es fácilmente de visualizar en los medios de comunicación digital ya que solo se encargan de transmitir información de clase índole, algunos de estos medios no contribuyen al desarrollo positivo de la sociedad. Dado esta situación nuestra propuesta se basará en diseñar talleres que vayan dirigidos exclusivamente a los profesionales de este medio digital, de esta manera esto les permitirá aportar a la sociedad transmitiendo contenidos culturales el cual beneficie tanto a ellos, como a sus seguidores.

En base a los resultados obtenidos de la encuesta se implementarán talleres de capacitación ya que se puede observar que los medios en cuestión no difunden contenidos culturales, si no que se enfocan en otras noticias, perdiendo así el interés por temas del lado comunitario en que deben promover el interés por la identidad cultural, resaltando la importancia de los valores que se van olvidando a diario. En los talleres de capacitación se buscará que estos medios digitales cumplan con uno de los parámetros establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, que establece que deben difundir e incluir información cultural en su programación.

Se espera que mediante esta propuesta produzca resultados positivos que beneficien a las personas, ya que el público estará mucho más interesado en acceder a su página web a través de su plataforma o red social, ya que al ser uno de los pocos medios

que brinde información con contenido cultural habrá más visitantes y sus seguidores aumentarán.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. Objetivo General

✓ Elaborar talleres de capacitación para los profesionales del medio de comunicación digital Aldia.com.ec sobre contenido cultural y social.

4.2.2. Objetivos Específicos

✓ Desarrollar la debida información que se impartirán en los talleres a los trabajadores del medio digital Aldia.com.ec.

✓ Elaborar folletos donde se encuentren todos los temas culturales que serán socializados a los profesionales del medio de comunicación digital Aldia.com.ec.

✓ Aplicar los talleres a los profesionales de manera clara y concisa sobre los medios de comunicación cultural.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

Talleres de capacitación sociocultural para los profesionales del medio de comunicación digital Aldia.com.ec

4.3.2. Componentes.

la finalidad de la presente guía de talleres de capacitación contara con varias temáticas enfocadas a mejorar la calidad profesional de los comunicadores digital del medio ALDIA.COM; enfocadas en las temáticas socioculturales que ayuden a aumentar el interés de su audiencia en sintonizar y visitar sus diferentes medios de comunicación.

4.3.3. Beneficiarios

Los beneficiarios de la presente propuesta de los talleres serán los profesionales que laboran en el medio de comunicación ALDIA.COM

4.3.4. Enfoque

La presente propuesta se caracteriza por tener un enfoque de estrategias y de impartir conocimientos que ayudarán a implementar los temas tanto sociales como culturales en el medio digital ALDIA.COM

4.3.5. Duración

Los talleres tendrán una duración de un mes, una vez por semana, variando de 2 a 3 horas horas por sesión, siendo estas distribuidas en diferentes actividades teóricas y prácticas.

4.3.6. Conferencistas

Se utilizarán conferencistas voluntarios especializados en la materia que compartirán sus conocimientos a los profesionales.

4.3.7. Planes de acción de la propuesta.

Contará con 5 temas de planificación en los cuales se van a concertar por mantener un objetivo general, temáticas a desarrollar, actividades, estrategias de enseñanza y responsables.

Tabla 12 Planificación de los talleres de la propuesta.

PLANIFICACION DE LOS TALLERES DE LA PROPUESTA						
TEMAS	OBJETIVO GENERAL	TEMAS	DURACION	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA	MATERIALES	RESPONSABLE
Medios de comunicación digital.	Interactuar cuáles son los medios de comunicación digital que tienen impacto en los seguidores que se informan por este medio.	Que son los medios de comunicación digitales. Cuántos medios de comunicación digitales hay. Sus ventajas y sus desventajas.	2 HORAS (1DIA)	Exposición oral Proyección de temas. Intervención de los asistentes.	Materiales Marcadores Hojas. Computadora. Proyector Textos	CONFERENCISTA VOLUNTARIO
Identidad Cultural.	Describir que es la identidad cultural y cómo ésta aporta en la sociedad.	Que identidad cultural. Elementos de la identidad cultural ¿Por qué es importante conocer y difundir información sobre identidad cultural? Conclusión Cierre	2 HORAS (1DIA)	Exposición oral Proyección de temas Intervención de los participantes. Discusión guiada. Intervención de los participantes	Textos Marcadores Computadora	CONFERENCISTA VOLUNTARIO

Periodismo cultural	Describir el periodismo cultural	Que es el periodismo. Que es el periodismo cultural. Quien puede emitir un periodismo cultural Clasificación y características del periodismo cultural Ley Orgánica de Comunicación. Existe periodismo cultural en el cantón Quevedo	3 HORAS (1DIA)	Exposición oral Proyección de temas. Intervención de los participantes.	Materiales Marcadores Hojas. Computadora. Proyector Textos	CONFERENCISTA VOLUNTARIO
Las redes sociales como desarrollo sociocultural	Redes sociales como un medio de comunicación.	Que son las redes sociales. Redes sociales como medio de desarrollo sociocultural Ventajas y desventajas	2 HORAS (1DIA)	Exposición oral Proyección de temas. Intervención de los asistentes.	Materiales Marcadores Hojas. Computadora. Proyector Textos	CONFERENCISTA VOLUNTARIO

<p>Aporte de los medios digitales del cantón Quevedo</p>	<p>Analizar el aporte de los medios de comunicación digitales en el Cantón Quevedo.</p>	<p>De qué manera aporta en el ámbito cultural los medios de comunicación los de comunicación digital del cantón Quevedo. Cuáles son los intereses de los medios de comunicación digitales del cantón Quevedo. ¿Qué se debe de tener claro al momento de difundir contenido cultural en un medio de comunicación digital? ¿Cómo medio de comunicación digital del cantón Quevedo creen ustedes que están aportando contenido cultural?</p>	<p>2 HORAS (1DIA)</p>	<p>Exposición oral Proyección de temas Intervención de los participantes. Discusión guiada.</p>	<p>Materiales Marcadores Hojas. Computadora. Proyector Textos</p>	<p>CONFERENCISTA VOLUNTARIO</p>
--	---	---	---------------------------	--	--	--------------------------------------

Elaborado por: Damaris Anzoategui

Fuente: planificación para la capacitación a los profesionales de Aldia.com.ec

4.3.8. Afiche de la propuesta



Elaborado por: Damaris Anzoategui

Modelo del tríptico, parte frontal.

Ilustración 1 Modelo del tríptico, parte frontal.



¿Qué se debe de tener claro al momento de difundir contenido cultural en un medio de comunicación digital?

Se debe tener claro que debe de ser una prioridad transmitir programas culturales que se están dando en su cantón, crear temas donde la cultura sea su tema principal de investigación, y así mismo darle la atención y la importancia necesario a la cultura de nuestro país



TALLER DE CAPACITACIÓN

*Desarrollo e identidad cultural
a los profesionales del medio de comunicación digital
Aldia.com.ec*



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

Modelo del tríptico, parte posterior.

Ilustración 2 Modelo del tríptico, parte posterior.

Que son los medios de comunicación digitales

Los medios digitales son cualquier medio codificado en un formato legible para una máquina. Los medios digitales se pueden crear, visualizar, distribuir, modificar y preservar en dispositivos electrónicos digitales...

Que es identidad cultural.

Identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN.

En este tema tendremos la ayuda de la Ley Orgánica de Comunicación para trabajar más a fondo el artículo analizarlo e interpretarlo y darnos cuenta sobre lo que dicho documento pide los medios de comunicación

¿Por qué es importante conocer y difundir información sobre identidad cultural?

Es lo que los identifica en una sociedad así mismo cuando se emite contenido cultural se da a conocer la diferencia de culturas que un país puede tener con otro y que la sociedad no adquiera términos que no son propios de ellos y puedan seguir conservando su cultura

El periodismo cultural

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



Medios de comunicación tradicionales

Los medios de comunicación tradicionales son esos que desde hace ya mucho tiempo han permitido mantener a la comunidad informada como son:

- La radio
- La televisión
- El periódico

Redes sociales como medio de comunicación

Son las más visitadas, por lo que en su gran mayoría ha optado por llevar sus noticias hasta este medio ya que así pueden dar a conocer más su medio de comunicación y obtener más seguidores que se interesen por su trabajo.

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA.

En base a los resultados obtenidos en la investigación se concluye que la propuesta que se planteó resulta que es viable para aquellos profesionales que se encuentran elaborando en el medio de comunicación digital Aldia.com., de esta manera, este taller les permite empaparse más de conocimiento referente a temas más relevantes sobre la cultura ya que esta página digital es la más visitada en la actualidad por la ciudadanía, es por ello que se debe poner más hincapié sobre temas sociales y culturales.

5. CRONOGRAMA DEL PROYECTO.

Ilustración 3 Cronograma del proyecto

Tiempo Actividades	2022																			
	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Enunciado del problema y tema	x																			
Formulación del problema	x																			
Planteamiento del problema		X																		
Formulación del objetivo			X	X																
Marco teórico de la investigación					x															
Hipótesis						x	X													
VARIABLES OPERACIONALES								X												
Metodología de la investigación									x	X										
Presentación del proyecto											x	X								
Conclusiones, recomendaciones y propuestas													x	x	X					
Revisión final del tutor																X				
Presentación																	x			
Sustentación final																		x		

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alba, J. R. (2009). LA CULTURA COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO. (6), 2-3.
- ALDIA. (2021). *ALDIA.COM.EC*. Obtenido de <https://www.aldia.com.ec/quienes-somos/>
- Aliaga, M. C. (2019). “Qué son y qué no son los nuevos medios. *RLCS, Revista Latina de Comunicación Social*, 74. doi:10.4185/RLCS-2019-1396
- Anchundia, E. L. (2018). Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5467/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000116.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andia, V. G. (2020). La Radio Digital. *Monografía*, 1-35. Obtenido de https://www.academia.edu/44734254/LA_RADIO_DIGITAL_monograf%C3%ADa
- Arias, E. R. (10 de Diciembre de 2020). *Investigacion de Campo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Arias, E. R. (10 de Diciembre de 2020). *Investigacion exploratoria*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Barrezueta, H. D. (20 de Febrero de 2019). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Begoña Gutiérrez, M. I. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo y Pensamiento*, 270.
- Blanco, J. (29 de Mayo de 2020). *Características de los medios audiovisuales* . Obtenido de <https://www.ipp.edu.pe/blog/medios-audiovisuales/>
- Brenes, B. R. (22 de Mayo de 2019). *LA IMPORTANCIA DEL DESARROLLO CULTURAL*. Obtenido de <https://www.cuc.ac.cr/userfiles/files/BLOG/Blog%2017%20de%20abril%252c%20La%20importancia%20del%20desarrollo%20cultural.pdf>
- Cadavid y Pereira. (2011). *Comunicacion, desarrollo y social*. Bogota. doi:Javegraf
- Cadena, I. (Septiembre-Noviembre de 2017). *Revista Mexicana* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>

- Carlos Cárdenas, C. D. (2013). *Etnografía de la comunicación audiovisual: un balance de las relaciones entre reflexividad, imagen y Antropología*. Nexus.
- Chávez, J. D. (2017). Blog, Correo Electrónico y Foros Temáticos: Su Uso, Dominio y Actitud en Estudiantes de Educación Medio Superior de México. *Revista semestral de divulgación científica*. Obtenido de <file:///C:/Users/Kilzuz/Downloads/Dialnet-BlogCorreoElectronicoYForosTematicos-6230649.pdf>
- Comas, B. P. (2012). Cultura y economía en el desarrollo social. *SCIELO* , 10(3), 3-5.
- Cuadrado, T. (21 de Mayo de 2019). *Características de la comunicación audiovisual*. Obtenido de https://www2.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-representacion/comu_audiovisual.pdf
- Dentzel, Z. (2020). *OpenMind BBVA*. Madrid, España. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-vida-diaria/>
- Durán, L. C. (2018). *La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis*. Cuba: Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000300013
- Echeverría, P. (22 de 05 de 2018). *¿Qué es un blog y para qué sirve?* Obtenido de <https://blog.growxco.com/articulos/que-es-un-blog-y-para-que-sirve>
- Ecured. (4 de Abril de 2016). *Desarrollo Social*. Obtenido de https://www.ecured.cu/index.php?title=Desarrollo_Social&oldid=2634979
- Elgueta, J. (2006). PARTICIPACION Y COMUNICACION EN UN ORDENAMIENTO TERRITORIAL RURAL. *Ordenamiento Territorial Rural Sostenible*, 13.
- Escobar, M. S. (2006). Efectos de la Television y valores en la sociedad . *PECSIC*, 5(2), 9-12.
- Espinoza, C. Y. (2018). *Las redes Sociales y Rendimiento Academico*. Obtenido de *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*,: <file:///C:/Users/Kilzuz/Downloads/50-290-3-PB.pdf>
- Estrada, P. (2 de Mayo de 2012). *VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES*. Obtenido de <http://priscilaestrada.blogspot.com/2012/05/ventajas-y-desventajas-de-los-medios.html>

- Etecé. (5 de Agosto de 2021). *"Televisión digital"*. Obtenido de Concepto.de. : <https://concepto.de/television-digital/>
- Galarza, C. R. (2020). *Los alcances de una investigación*. Quito: Editorial: Los alcances de una investigación. Obtenido de <file:///C:/Users/Kilzuz/Downloads/Dialnet-LosAlcancesDeUnaInvestigacion-7746475.pdf>
- Gómez, F. S. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 1-2.
- Gobernanza. (2019). El rol de los medios de comunicación en la sociedad. *Gobernanza*. Obtenido de <https://gobernanza.es/el-rol-de-los-medios-en-una-sociedad-en-transformacion/>
- Guamán, F. (2017). Una mirada a la televisión digital por tecnologías IPTV a través de la red de cobre con tecnología ADSL. *Revista de la Facultad de Ciencias Su...micas*, 1-15.
- Hernandez, A. (15 de Septiembre de 2015). *Huri*. Obtenido de Comunicacion Audiovisual: <http://huribroadcast.com/en-que-consiste-la-comunicacion-audiovisual/>
- Jaramillo, A. R. (29 de Marzo de 2022). *La encuesta tecnica de investigacion cualitativa*. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/blogs/jaramilloangela/files/La-encuesta.pdf>
- Kalmanovitz, S. (22 de 05 de 2019). *LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL DESARROLLO SOCIAL*. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/cultura.pdf>
- Lemus, E. Y. (03 de 05 de 2019). *Importancia de Los Medios Digitales*. Obtenido de Scribd : <https://es.scribd.com/document/366224664/Importancia-de-Los-Medios-Digitales>
- Lerma, A. (19 de Abril de 2018). *Efectos de los medio audiovisuales* . Obtenido de <http://antoniolerma.es/2018/04/19/efectos-de-los-medios-audiovisuales/>
- Luisana Latuff, S. N. (20 de 08 de 2022). *La Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento*. Obtenido de <https://unexpo.files.wordpress.com/2012/02/sociedadconocimiento.pdf>
- Marcondes, F. (2004). Comunicación, Lenguaje y Comunicación Organizacional. *Scielo*, 15.
- Metz, C. (23 de 06 de 1931). *Cinematografía*.
- Mora, A. L. (20 de 12 de 2019). Impacto de la tecnología en la sociedad: el caso de Ecuador. (U. T. Ambato, Ed.) *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*,

- Volumen VII, N° 2, 40-47. Recuperado el 22 de 07 de 2022, de*
<https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/299/422>
- Ortiz, T. (23 de 06 de 2016). *Neurociencias y educacion* . Obtenido de
<http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001904.pdf>
- Pardo, R. M. (2018). *Las redes sociales en la actualidad*. Obtenido de
https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/8247/1/Molina_Pardo_Raquel_TFG_Filologa_Hispnica.pdf
- Parera, E. (22 de 06 de 2015). *Postcron*. Obtenido de Los 10 tipos de contenidos visuales que debes incluir en tus estrategias para Redes Sociales:
<https://postcron.com/es/blog/contenido-visual-estrategias-para-redes-sociales/>
- Peralta, Á. B. (16 de Noviembre de 2016). *Monografias*. Obtenido de Cultura y Cambio Social: <https://www.monografias.com/trabajos15/cultura-social/cultura-social.shtml>
- Puyal, A. (2006). *TEORIA DE LA COMUNICACION AUDIOVISUAL*. Renacimiento.
- Quinde, C. A. (2016). “*LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y LAS HERRAMIENTAS VIRTUALES EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO (UTA)*”. Ambato. doi:<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24215/1/FJCS-CS-423.pdf>
- Red de Universidades Anáhuac . (18 de 03 de 2020). *Comunicación digital, una poderosa herramienta*. Obtenido de
<https://www.anahuac.mx/blog/comunicacion-digital-una-poderosa-herramienta>
- Rivas, R. (2015). Cultura factor determinante del desarrollo humano. *Entorno*(58), 16 - 20. doi:<https://doi.org/10.5377/entorno.v0i58.6236>
- Rivas, R. (2015). Cultura factor determinante del desarrollo humano. *Entorno*, 2-3.
- Rus, A. E. (05 de Febrero de 2021). *Investigación descriptiva*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20analiza%20las,medidas%20de%20posici%C3%B3n%20o%20dispersi%C3%B3n.>
- Saldaña, K. L. (2018). *MEDIOS DIGITALES, RESPONSABILIDAD SOCIAL E IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS BABAHOYENSES*. Babayo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4958/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000066.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sanchis, S. C. (2012). LA COMUNICACIÓN Y LAS REDES. *Revista de Invenstigación Ciencias*, 3.

- Sandoval, M. (2006). Efectos de la television y valores en la sociedad. *PEPSIC*, 5(2), 9-12.
- Silva, B. S. (2019). *Comunicación digital: Diseño de un plan de comunicación para el marketing de MOMBA FITNESS*. Bucaramanga. Obtenido de https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/7121/2019_Tesis_Brian_Alexander_Sierra_Aguilar.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Toscano, J. (08 de Diciembre de 2016). *Desarrollo social ventajas y desventajas*. Obtenido de <https://prezi.com/5ojjk4svkc3j/desarrollo-social-ventajas-y-desventajas/>
- Trijueque, S. G. (20 de 08 de 2016). *Redes Sociales Digitales: Información, comunicación y sociedad*. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/44233/1/T39077.pdf>
- UNAM. (27 de Mayo de 2019). *UNAM en línea*. Obtenido de <https://www.unamenlinea.unam.mx/recurso/83050-el-metodo-estadistico>
- Urbina, P. (22 de Junio de 2016). *EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL*. Obtenido de <https://pedroaurbina.blogspot.com/2012/09/importancia-del-audiovisual.html>
- Vallejo, R. M. (15 de 03 de 2019). *Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador*. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1656>
- Watzlawick, P. (1981). Teoría de la Comunicación Humana. *Tiempo Contemporaneo* , 49-51.
- Westreicher, G. (23 de Febrero de 2020). *Encuesta*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

ANEXOS



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



Esta encuesta se realizará en base al proyecto propuesto

Tema: IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO SOCIAL Y CULTURAL DE LOS SEGUIDORES DE ALDIA.COM.EC

1. ¿Qué medio de comunicación utiliza más?

Medios impresos (periódicos)

Radio

Televisión

Redes sociales

**2. ¿Ha visitado usted páginas de medios digitales que proporcionen
informaciones sobre el desarrollo cultural?**

Si eh visitado

Casi no lo hago

No lo echo

3. ¿Conoce usted un medio digital que comparta periodismo cultural?

Si

No

4. ¿Conoce usted el medio de comunicación digital Aldia.com?

Si escuchado de ella

No escuchado de ella

5. ¿Cree usted que el medio de comunicación digital desarrolla un impacto cultural?

Si

Tal vez

No

6. Cree usted que el medio de comunicación digital Aldia.com.ec difunde información sobre temas como:

Política

Salud

Educación

La cultura

Entre otros temas.

7. ¿Está de acuerdo que el medio de comunicación digital Aldia deben información sobre temas culturales?

Estoy de acuerdo

Tal si lo deban hacer

No estoy de acuerdo

8. ¿Cree usted que los que trabajan en los medios de comunicación digitales publican investigación veraz a la ciudadanía?

Siempre lo hacen

A veces

Nunca

9. ¿Cree usted que los medios de comunicación digitales se basan en la Leyes al momento de emitir información?

Si

No

10. ¿Se debe capacitar a los profesionales medios digitales para que publiquen contenidos culturales?

Si estoy de acuerdo

Tal vez

No creo que sea necesario.

Ilustración 4 Aplicación de la Encuesta a los seguidores de Aldia.com



*Por: Damaris Anzoategui
Encuesta realizada a los seguidores de Aldia.com*



*Por: Damaris Anzoategui
Encuesta realizada a Los seguidores de Aldia.com*



*Por: Damaris Anzoategui
Encuesta realizada a Los seguidores de Aldia.com*



*Por: Damaris Anzoategui
Encuesta realizada a Los seguidores de Aldia.com*