



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL



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

TEMA:

**DIFUSION DE CONTENIDO MULTICULTURAL EN LOS NUEVOS MEDIOS
DIGITALES ECUATORIANOS**

AUTOR:

DOMENICA MAÑAY ZAMORA

TUTOR:

YAHAIRA MORENO BRITO

BABAHOYO - ECUADOR

2020



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



DEDICATORIA

El presente proyecto en primer lugar me gustaría agradecer a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado. A la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional. A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes eh logrado llegar hasta aquí y convertirme en la persona que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores padres. A mi tutora de proyecto, Msc. Yahaira Moreno por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito y en especial a la Msc. Leticia Becilla y Msc. Oscar Mora por sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad. por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador.

DOMENICA MAÑAY ZAMORA



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



AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis compañeros de aula por su apoyo personal y humano, Un trabajo de investigación es siempre fruto de ideas, proyectos y esfuerzos previos. En este caso mi más sincero agradecimiento a la Msc. Nurik Fariño, con cuyo trabajo estaré siempre en deuda. Gracias por su amabilidad, su tiempo y sus ideas. Por su orientación y atención a mis consultas, Pero un trabajo de investigación es también fruto del reconocimiento y del apoyo vital que nos ofrecen las personas que nos estiman, sin el cual no tendríamos la fuerza y energía que nos anima a crecer como personas y como profesionales. Gracias a mi familia, a mis padres y a mi hermana, porque con ellos compartí una infancia feliz, que guardo en el recuerdo. Gracias a mis amigos, que siempre me han prestado un gran apoyo moral y humano, necesarios en los momentos difíciles de este trabajo y esta profesión.

DOMENICA MAÑAY ZAMORA

RESUMEN

El presente proyecto investigativo estudia los programas culturales en el Ecuador y el tipo de contenido cultural que han generado las nuevas tecnologías de la información mediante los medios digitales.

El propósito es conocer el impacto que ha generado de la integración de las redes sociales digitales. Los instrumentos empleados son el índice de participación en Facebook. Este proyecto partirá con una reflexión sobre la multiculturalidad de nuestro país y la comunicación digital hasta ejemplificar de qué manera los medios han hecho uso y han aprovechado estas nuevas posibilidades para sus fines didácticos y de comunicación.

La llegada del nuevo milenio puso los pelos de punta a la mayoría de los medios de comunicación convencionales, a las instituciones y actores culturales, antes que en un impulso casi obligatorio migraron de un sistema convencional de comunicación y difusión de productos culturales, hacia las plataformas digitales, la intención de esta investigación es acercarse a las formas de difusión o divulgación de los productos culturales que predominan en el mundo artístico en la era de conectividad.

Palabras clave: Medios digitales, multiculturalidad, redes sociales, contenido, Ecuador

ABSTRACT: This research project studies the cultural programs in Ecuador and the type of cultural content that new information technologies have generated through digital media.

The purpose is to know the impact it has generated from the integration of digital social networks. The instruments used are the index of participation in Facebook. This project will start with a theoretical reflection on the multiculturalism of our country and digital communication, to exemplify how the media have made use of these new possibilities for their educational and communication purposes.

The arrival of the new millennium made most of the conventional media, institutions and cultural actors stand on end, entities that in an almost obligatory impulse migrated from a conventional system of communication and diffusion of cultural products, towards platforms digital. The intention of this research is to get closer to the forms of diffusion or dissemination of cultural products that predominate in the artistic world in the era of connectivity.

KEYWORDS: Digital media, multiculturalism, social networks, content, Ecuador.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

I.	INTRODUCCIÓN
II.	DESARROLLO
2.1	JUSTIFICACIÓN
2.2	OBJETIVO
2.3	SUSTENTOS TEÓRICOS
2.4	TÉCNICAS APLICADAS
2.5	RESULTADOS OBTENIDOS.....
III.	CONCLUSIONES
IV.	RECOMENDACIONES.....
V.	BIBLIOGRAFÍA
VI.	ANEXOS

I. INTRODUCCIÓN

En los medios digitales de Ecuador los programas sobre multiculturalidad no tienen una trayectoria importante, apenas han existido, son los grandes ausentes en las mallas de contenidos. Las decisiones de los gestores audiovisuales se han guiado por rentabilidades de corto plazo y han procurado ubicar contenidos muy comerciales, olvidándose de la responsabilidad que tiene con la formación de su audiencia.

Al igual que ocurre en otros países, los programas culturales, formativos o de entretenimiento de calidad brillan por su ausencia, pero proliferan géneros como el reality show, en los que se han desarrollado algunos formatos y contenidos “aberrantes” En este contexto, la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (LOC), aprobada en 2013, procura entre otros fines paliar la ausencia de contenidos culturales en los medios de comunicación y cumplir con el derecho a la comunicación.

Esta ley permite que la Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM), como órgano regulador, actúe ante la falta de productos que conserven y difundan la cultura ecuatoriana.

Los temas culturales tienen un amplio espectro de cobertura que va del desarrollo humano al patrimonio inmaterial, pero hay poco interés en producirlos, probablemente por el formato audiovisual en el que son elaborados, alejado de los espacios de entretenimiento, o tal vez porque dichos programas no consiguen los índices de audiencia que las cadenas persiguen para fomentar su venta de publicidad.

Al mismo tiempo, los escasos contenidos culturales presentes en los medios digitales de Ecuador son rechazados, sobre todo por los jóvenes, debido a su bajo atractivo e interés para ellos.

En un ambiente marcado por la participación de los ciudadanos y las adaptaciones que los medios hacen para atender a la comunidad surgió el concepto de “convergencia cultural”, propuesto por Henry Jenkins (2006), con el cual “intenta describir y comprender los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales y las nuevas relaciones entre medios, audiencias y productos mediáticos en la sociedad contemporánea.

“Las herramientas de medios sociales más utilizadas son Facebook y Twitter conseguir una comunidad de fans activa, involucrada y comprometida con la marca en social media ha de transformarse necesariamente en ingresos económicos” (Matellanes, 2014, p. 47).

Facebook dinamiza la relación entre los integrantes de una comunidad, los hace visibles y hasta famosos entre sus amigos; por eso muchas personas desean ampliar sus redes.

II. DESARROLLO

Como todo método de investigación, el análisis de contenido debe estructurarse mediante una serie de fases de trabajo en las cuales me encargue de constituir un corpus metodológico que permita, de una forma explícita, recoger los datos fundamentales para alcanzar unas conclusiones útiles y fiables.

La idea clave es establecer métodos de investigación que permitan que distintos investigadores, en diferentes momentos, puedan aplicar mi misma técnica de estudio y obtener unos resultados equiparables a los estudios que se están realizando, completándolos y/o verificándolos en espacios de análisis coherentes.

A partir de investigaciones semejantes como son el caso del estudio presentado por L’Institut de Ciències de l’Educació de la Universitat de Barcelona y encuestas, se puede determinar las pautas a seguir para hacer el análisis de contenido cuente con todas las partes necesarias y que además nos permita alcanzar los objetivos de estudio planteados al inicio de la investigación.

Es decir, conocer de primera mano, gracias a una fuente de conocimiento empírico, la imagen que se encuentra de la información cultural en los medios de carácter digital que se encuentran en el ministerio de cultura y arte.

El primer paso de la elaboración de todo proceso metodológico, fundamentado en el análisis de contenido, es delimitar aquellos campos de aplicación en los cuales rastrear la existencia de contenidos importantes para la muestra pertinente.

En este caso, con el objetivo claro de poder explicar la presencia que tiene la cultura en la red día a día, consideramos fundamental el estudio de los medios ya mencionados en los que aparece este tipo de información especializada, centre la actual investigación dada la ingente cantidad de espacios web existentes y en los medios de comunicación digital.

La selecta, Paralaje.xyz, Primicias, Cartón piedra, La barra espaciadora. Así, se puede decir que la selección de medios que conforma el presente estudio se realizó mediante una estrategia de elección aleatoria, discontinua y representativa, siguiendo una motivación principal centrada en evitar abarcar la totalidad de los medios ya que únicamente me abocaría a seguir una línea analítica con disfunciones.

2.1 JUSTIFICACIÓN

En el presente proyecto se plasman las directrices sobre la investigación dirigida a reflejar de manera general cuál es la imagen que se ofrece de la cultura en Internet, como nueva herramienta de la cual se puede obtener una ingente cantidad de información de toda índole y desde diferentes fuentes respecto a la multiculturalidad del Ecuador.

Concretamente y dada la extraordinaria magnitud de la red de redes, para entrar a analizar qué representación tiene la cultura en la nube digital, es necesario acotar nuestro campo de análisis. En este caso, para realizar el estudio, nos vamos a centrar en los diferentes grupos de medios de comunicación digitales que constan en el ministerio de cultura y arte aquellos que se consideran la principal fuente de información en la red.

Por tanto, aquellos que consideramos el primer eslabón al que recurrir para informarnos sobre los aspectos culturales y encontrar la información adecuada a nuestros intereses y nuestros gustos.

El interés de la investigación reside en que nos permite verificar si existe la presencia de un ámbito de interés digital cultural y si se emite contenido multicultural en los medios digitales, se busca explicar si el tipo de contenido multicultural que encontramos nos aporta conocimiento o se limitan a reproducir una serie de parámetros que hacen que estemos muy alejados de lo que realmente debemos conocer sobre la multiculturalidad, la información de calidad y la profundización.

En definitiva, me interesa conocer si en los medios digitales existe información o no sobre la multiculturalidad ecuatoriana y si a los ecuatorianos les interesa o no consumir el contenido multicultural en los medios digitales.

El ámbito en el que nos centramos para llevar a cabo este proyecto de trabajo no es nuevo, ya que ha sido objeto de estudio durante mucho tiempo. La investigación mencionada, se basaba en una serie de estudios como el análisis de contenidos y encuestas a los estudiantes de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO.

La cultura digital puede ser definida como el conjunto de prácticas, costumbres y formas de interacción social que se llevan a cabo a partir de los recursos de la tecnología digital como el Internet. Precisamente, ha cambiado nuestra forma de ver la vida dando inicio a un nuevo tipo de cultura, denominada Cultura Digital.

La transformación digital, ha alcanzado cambiar rotundamente distintos aspectos en las sociedades, ya sean educativos, financieros, organizacionales, culturales entre otros, El creciente avance tecnológico ha revolucionado la circulación de la información a través de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

A pesar de que no existe una definición acabada y consensuada, podemos pensar las TIC como el conjunto de recursos necesarios para manipular información y contenidos (incluidos los culturales): computadoras, software y las redes necesarias para almacenarlos, administrarlos y transmitirlos (telefonía móvil, Internet, etc.).

El escenario tecnológico actual puede caracterizarse por las facilidades que ofrece en relación a la creación y distribución de contenidos, por el aumento de la cantidad de usuarios con acceso a una mayor y mejor conectividad y por los usos que éstos le dan a esos contenidos y herramientas.

Las TIC intervienen en el sector cultural de diversas maneras: de forma instrumental (digitalización de productos culturales analógicos); informativa (como canal de comunicación entre productores y consumidores); facilitando la creación de redes entre distintos sectores culturales; posibilitando la creación de formatos con contenidos culturales orientados

especialmente a estos nuevos medios y permitiendo la apropiación y transformación de estos contenidos por los usuarios.

Desde la adopción de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales en octubre de 2005, se han producido enormes transformaciones tecnológicas. La era digital ha cambiado significativamente el panorama cultural y ha tenido un gran impacto.

Las nuevas tecnologías pueden ayudar a consolidar el entramado económico y social local, la irrupción de las grandes plataformas de Internet en el comercio de bienes y servicios culturales puede constituir un reto cuando se trata de integrar la cultura en un marco de desarrollo sostenible. Es claro que las nuevas tecnologías pueden implicar grandes ventajas en términos de acceso a la cultura.

En primer lugar, los medios de distribución digital permiten al menos en principio acercar los libros, la música y el cine a cualquier rincón de un país, de una manera mucho más eficaz que épocas anteriores.

Es evidente también que la oferta cultural propia de la era digital resulta mucho más abundante que aquella a la que los usuarios estaban acostumbrados en el pasado, no hay que perder de vista las barreras que actualmente impiden el pleno aprovechamiento de estas ventajas.

Para empezar, la brecha digital entre los diferentes sectores socioeconómicos, entre el campo y la ciudad, repercute de modo negativo en el acceso, a pesar de los grandes progresos realizados en la última década, siguen existiendo en el país marcadas disparidades en términos de infraestructura de conexión y de equipamiento.

Tradicionalmente, se ha pensado que un proyecto que se desarrolla en el campo de la cultura digital necesita información, dispositivos y conectividad. Pero no debemos poner eso en el centro: lo más importante son las personas y su capacidad de crear.

Lo crucial aquí es la cultura, las prácticas colectivas, las representaciones y motivaciones profundas. La presente investigación será enfocada a las diferentes culturas ecuatorianas, si toman en cuenta o no lo que más no representa como ecuatorianos.

2.2 OBJETIVO

Evidenciar la existencia y difusión de contenido multicultural en los medios digitales y su consumo por la sociedad ecuatoriana.

2.3 SUSTENTOS TEORICOS.

Los medios tradicionales en el momento de convertirse en cibermedio vieron esto como una buena estrategia ya que existen millones de usuarios conectándose a internet al minuto en todo el mundo, es casi inexistente aquella empresa que no aparece en la red o dispone de perfil propio, ya que internet es el principal sitio de búsqueda de información o contenidos. (Prado, 2016)

Es por esta razón, que los sectores tradicionales que se dedican a la producción de información o contenidos se vieron obligados a incorporar internet a sus estructuras de distribución de su producto para obtener algo parecido a una “venta”. Esta “venta” en internet no tiene por qué ser remunerada por el consumidor ya que puede ser la visualización de un programa de televisión, el acceso a una web de contenidos o la reproducción de un programa de radio. (Prado, 2016)

Medios tradicionales y su migración hacia el internet

Internet ha transformado los medios de comunicación, adaptando nuevos espacios en la red para sus consumidores. Las nuevas tecnologías han revolucionado el sector de los medios de comunicación tradicionales, siendo internet una nueva herramienta para alcanzar a nuevos consumidores, en cualquier lugar y momento. (Lucía Carrera Romero Director Javier Fernández del Moral Madrid, 2017)

Los medios tradicionales de comunicación tienen ya varias décadas en el entorno digital, se trata de los 3 grandes: la prensa, la radio y la televisión que en la actualidad han tenido que evolucionar para poder ir a la par del mundo digital. El consumo de sus usuarios ha pasado a aumentar casi en un 10% en un lapso de 5 años desde que están presentes en el Internet. (PATRIMONIO, 2017)

Los programas de radio, televisión y hasta la prensa escrita, están cada vez más interesados en usar las redes sociales para hablar con sus usuarios, esto es porque ahora todos quieren ser “tendencia”.

Los cibermedio

El término cibermedio puede denotar varios significados relevantes a los medios de comunicación, pero coincide en el elemento primordial: el uso del ciberespacio y el tiempo. Por una parte, se puede entender por cibermedio al canal o medio electrónico por el cual es transmitida la información (un Podcast, el email, la radio y televisión por Internet, entre otros). (Díaz Noci J, 2003)

Díaz Noci y Salaverría, en su Manual de Redacción Ciberperiodística (2003) definen al cibermedio como una “especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos.”

Algunos autores, como Gabriel Alejandro Elizondo Ramírez, consideran al cibermedio como “el cuarto medio de comunicación”. En su artículo titulado El Norte y elnorte.com: una comparación evolutiva del medio impreso al medio digital” el autor menciona: “El cibermedio es el cuarto componente que se ha sumado a la clasificación de medio de comunicación. (Díaz Noci J, 2003)

Los nuevos medios en la era digital

Los nuevos medios pueden definirse “por lo que hacen” más que “por lo que son”. Las técnicas implantadas por esta nueva etapa digital constituyen un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. (Sosa, 2008)

El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los procesos productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, denominada Revolución Digital. Así, los sectores del ámbito de las telecomunicaciones pierden su carácter autónomo e independiente a favor de la flexibilidad, y las antiguas parcelaciones

tecnológicas autónomas se disuelven haciéndose obligatorios los contactos y las colaboraciones multidisciplinares. (Marín, 2012)

Los medios analógicos están llegando a su ocaso o al menos a su pronta desconexión global en tanto los medios y dispositivos digitales comienzan a integrarse finalmente a los hábitos de consumo de miles de usuarios que migran de los old-media hacia los new-media. (Sosa, 2008)

Los medios electrónicos y de reproducción mecánica como el cine, la televisión, la fotografía, el offset, el VHS, la radiodifusión, la música analógica, la cinta magnética y otras formas de registro y reproducción de señales y soportes analógicas, que se caracterizan por su escasa o nula posibilidad de interacción con el usuario, hace de los mismos una aparatología mono mediática que escinde al autor/productor del espectador/consumidor, diferenciando la creación y la recepción en esferas altamente especializadas de producción y consumo de los bienes y servicios culturales y simbólicos de la modernidad. (Sosa, 2008)

En la era pos mediática, la producción cultural digital está siendo apropiada por usuarios de las redes informáticas ante la disponibilidad de software y hardware de captura, edición y reproducción de nuevos formatos, géneros, contenidos y lenguajes estéticos codificados en clave de interfaces de mediación visual y sonora que propone la interacción de la pantalla con el usuario. (Sosa, 2008)

La circulación y el intercambio de contenidos multimedia a través de plataformas dinámicas de video (YouTube) , audio MP3 (Playlist), documentos de texto (Scribd), imágenes (Flickr), archivos ofimáticos (SlideShare), discografía digital (Pure-Volume, ZonaIndi), plataformas de juegos on-line y MMS para telefonía celular, son algunas de las meta medios disponibles en la WEB y REDES P2P. (Sosa, 2008)

Creando contenido de calidad.

Los medios de comunicación tuvieron siempre su parte de entretenimiento, pero ahora logran mezclarlo muy bien con la información. Digamos que ahora no es tan importante quién informa primero, sino el contenido que se puede crear después de algún tema polémico. (creativein, 2019)

Con la llegada de los memes y la viralización de videos, los medios tradicionales lograron avanzar. Antes sentíamos que solo nuestros padres leían el periódico, pero los periódicos también mejoraron su contenido al estar en Internet y están cada vez más atentos al consumo que necesitan cubrir. (creativein, 2019)

Los medios han aprendido a fidelizar usuarios por medios digitales. Ahora los medios tradicionales tienen un servicio de suscripción por correo o para acceder a contenido más completo y de forma más rápida. Esto es súper importante en el proceso supervivencia al entorno digital y la era del reciclaje, en el caso de los periódicos. Así que además de adaptarse a públicos digitales también deben lograr crear estrategias modernas en base a los comportamientos y nuevas necesidades de los usuarios. (creativein, 2019)

Este nuevo consumidor digital tiene unas características diferenciadoras respecto al consumidor de contenido de forma tradicional. Aspectos como la inmediatez y rapidez en el contenido son muy importantes, pero a la vez exige la posibilidad de consumir el contenido cómo y cuándo él quiere. La radio, la televisión y la prensa están en internet, transmitiendo su contenido en páginas web y redes sociales. (Prado, 2016)

Cuando Snapchat se hizo de fama, Nat Geo procedió a abrirse un perfil en la red social sin pensarlo dos veces, ya que, como sabemos Nat Geo se ha dedicado durante años a apoyar la fotografía salvaje y de viajes y en Snapchat pudo poner eso en práctica. (Prado, 2016)

Para mejorar hay que cambiar y a veces nuestro alrededor cambia más rápido que nosotros mismos, por eso debemos ser proclives al cambio. Para no desaparecer en la nada, los medios de comunicación tradicionales se han adaptado a las nuevas tecnologías. Desde el día en que la radio llegó al internet, todo quedó claro. (Prado, 2016)

Si un medio tradicional duda en digitalizarse hay que recordarle que:

- Cada vez son menos las personas que compran periódicos.
- El tema del papel y el medio ambiente es cada vez más presionado por las redes sociales.

- Ahora la gente tiene pereza de cambiar tanto la radio para no encontrar lo que quieren, ahora deciden descargarse un episodio de un podcast y escucharlo con bluetooth en su auto.
- Netflix y las plataformas streaming han logrado migraciones masivas de usuarios de la televisión tradicional. (creativein, 2019)

Es por este motivo que actualmente todos los grandes medios tienen herramientas para satisfacer a ese nuevo cliente de contenido a través de internet, como por ejemplo las aplicaciones para dispositivos móviles y los reproductores de contenido en directo o de archivo. La difusión de contenido digital tiene cada vez un mayor peso entre los clientes. Un ejemplo claro es el descenso de las ventas de periódicos, cifrada en un 60% desde 2007. (Prado, 2016)

Características de los medios digitales

Los medios de comunicación en versión online son y han sido siempre multimedia o bimedia. Éstos han fusionado los propios componentes de la prensa escrita con los de los medios audiovisuales. Lo primero que se fue incorporando fueron las imágenes; ahora la hipertextualidad de los medios, incluye vídeos, lo que hace de internet una fuente fiable llena de contenido audiovisual. (Ruiz, 2018)

La configuración digital, utiliza una serie de recursos para complementar y respaldar la noticia que se han expuesto previamente. Esta técnica constituye una herramienta complementaria a los datos que, además enriquece la información. Entre sus caracterizas: (Ruiz, 2018)

Actualización constante

El valor añadido que ofrece el medio digital requiere es una actualización incesante. Los usuarios de internet quieren ver nuevos contenidos, noticias actualizadas, en especial en las de seguimiento, así como novedades informativas acompañadas de contenido audiovisual que aporte veracidad a los textos. Una página online tiene que tener una naturaleza dinámica para estar actualizada de forma constante frente a otras páginas. (Ruiz, 2018)

Interactividad

La fácil accesibilidad al medio digital permite que millones de personas interactúen en páginas web, blogs, foros, chats, redes sociales, conferencias, etc. Los usuarios son los que permiten que el medio y el mensaje crezcan. (Ruiz, 2018)

Hipertextualidad

Gracias al hipertexto las noticias impactan mucho más en los lectores. La hipertextualidad es el elemento que permite incorporar distintas capas informativas para que aquellos usuarios que lo deseen, puedan profundizar en los distintos niveles de la información: titular, hipervínculo que lleva a la información detallada, informes, recursos o sentencias y contenido audiovisual (Ruiz, 2018)

Multimedialidad

En la época en la que nos encontramos, los medios de comunicación traspasan lo físico para configurarse con el mundo electrónico. Podemos leer una noticia en un periódico impreso o en su versión digital, así como escuchar la última hora o por la radio, verla por televisión o conocerla por redes sociales. Estos modos distintos se aúnan y en lugar de estar separadas están en sintonía en un mismo sitio. (Ruiz, 2018)

Contenidos que consumen con más frecuencia la sociedad

Los internautas en Latinoamérica consumen cada vez más contenido. el 85 % de los latinoamericanos consumen noticias online y videos. (genwords, 2013)

Inciendo todavía más en estos números, el mismo estudio, refleja que el 85 % de los internautas latinoamericanos visitan de manera periódica sitios de noticias en Internet, superando a la media global, que se sitúa en un 76,1 %. Por países: Perú, Argentina y Chile encabezan la lista con un 94 %. El video es, y continuará siendo, una parte fundamental para Latinoamérica. Según Cisco, para el año 2019, el 80% se refleja en el último informe de HubSpot Research, donde el 45% de los encuestados admitió ver más de 1 hora de video en Facebook y YouTube por semana. Un 40% de los latinos consumen contenido digital multicultural. (genwords, 2013)

Ecuador está compuesto de una gran variedad de culturas. La mayoría de los ecuatorianos son mestizos y por eso la cultura de este país tiene muchos aspectos de otras. El idioma más hablado es el español, pero también existen otras lenguas indígenas como el quechua y el shuar. Los medios digitales de Ecuador deben comprender que su medio es una empresa, su producto es la información. Se debe trabajar con estrategias de marketing y publicidad, enfocándose y analizando su público objetivo. (Marín, 2012)

Las tendencias que se exponen están enmarcadas en un estudio internacional. Es necesario recalcar la importancia de todas ellas, puesto que sirven como herramienta para el mejoramiento de cualquier medio digital, tanto en el aspecto periodístico como publicitario. De las diez tendencias citadas los medios ecuatorianos en estudio cumplen de manera parcial. (Marín, 2012)

Los Medios digitales (nativos o no) que brindan noticias, reportajes, entrevistas, ensayos, entre otros, relacionados al sector cultural del Ecuador. A través de estos medios puedes enterarte de los últimos acontecimientos, además de conocer las actividades y eventos relacionados a este ámbito. Por ejemplo (PATRIMONIO, 2017)

Según el ministerio de cultura y patrimonio del ecuador los programas digitales que transmiten contenido multicultural son:

Paralaje.xyz: Espacio de crítica de arte y debates culturales desde Ecuador, en el que encontrarás contenidos como: Arte Contemporáneo en Ecuador, escritura y práctica de artistas, historias del arte ecuatoriano, reflexiones teóricas sobre arte y debates sobre temas de la cultura.

La Selecta: Grupo multidisciplinar que se articuló desde la comunicación, el diseño, la fotografía y las prácticas artísticas contemporáneas. También ha generado una serie de proyectos como investigaciones, exposiciones y publicaciones.

Primicias (sección cultural): Dentro de este espacio encontrarás numerosas noticias sobre lo que sucede en el ámbito cultural del Ecuador. Entrevistas, recomendaciones de libros, noticias y mucho más.

Cartón Piedra: Revista cultural de Diario El Telégrafo que actualmente circula cada mes. Con el lema “espacio suscitador del pensamiento”, sigue siendo uno de los medios más relevantes en torno a temas relacionados a las artes y la cultura.

La Barra Espaciadora (Culturas): Medio digital de larga trayectoria en el Ecuador. Su sección cultural se caracteriza por su visión crítica, aborda diversas problemáticas relacionadas al sector.

Ley de comunicación para medios digitales

comisión excluirá a medios digitales de reforma en la reforma de la ley de comunicación, antes del receso legislativo, que empezó el 26 de febrero y concluirá el 11 de marzo, los comisionados acordaron no dar paso a la posibilidad de regular a los medios digitales en los cambios a la norma, se confirmó el lunes 2 de marzo del 2020 Marcela Aguiñaga, quien presentó la moción. (COMERCIO, 2020)

Difusión de contenido multicultural en los nuevos medios digitales ecuatorianos:

La comunicación ha cambiado drásticamente en los últimos años. Este proceso nunca volverá a ser lo que era. Aquel modelo basado en la sencilla estructura emisor/receptor, o en el más evolucionado paradigma de Lasswell (1948, pp. 32-51), quien afirmaba que «una forma de describir convenientemente un acto de comunicación es la que surge de la respuesta a las siguientes cuestiones: ¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efectos?» ha dado paso a una nueva concepción que parece no tener límites y que se fundamenta en una poderosa dimensión interactiva sustentada en el incuestionable desarrollo tecnológico.

La participación de los usuarios, consumidores del mensaje, marca la nueva forma de comunicarse, relacionarse y desarrollarse, sin contar la distancia entre unos y otros. (Ruiz, 2018)

El impulso de las nuevas tecnologías ha permitido romper las fronteras conocidas hasta ahora en la comunicación, para dar paso a la interacción de los individuos en todos sus procesos comunicativos. Desde hace una década, las instituciones culturales entraron en la era de las formas de comunicación apoyadas por aparatos tecnológicos. (Díaz Noci J, 2003)

En la sociedad de la comunicación digital, la transformación en este ámbito de las instituciones culturales pasaría por el uso de internet y en especial de las herramientas de la Web 2.0, como plataforma básica de comunicación. (CAMBRA, GONZÁLEZ, & LACUNZA, 2016)

2.4 TÉCNICAS APLICADAS

Las herramientas aplicadas en este proyecto es el método de encuesta por medio de la plataforma encuestas.com, esta encuesta la realice a los jóvenes universitarios de la Universidad Técnica de Babahoyo para obtener información si conocen o no los medios digitales que emiten contenido multicultural y si es importante para ellos que se transmita contenido cultural en los medios digitales.

El tipo de investigación que apliqué es cuantitativo ya que esta basada en el análisis de contenidos, que se define como un método que permite establecer unas descriptivas de la realidad que nos rodea y así alcanzar unos resultados lo más cercanos posible a nuestro escenario de estudio, se seleccionó a los universitarios de la UTB de la carrera de comunicación social ya que ellos están más aliados a los temas de los medios digitales y multiculturas.

Se Realizó tres preguntas 2 de selección múltiple si es importante o no que en los medios digitales exista información multicultural y una abierta para poder verificar que tan importante son para los estudiantes que se transmita contenidos culturales en los medios digitales y si conocen el nombre de algún medio digital que transmita este tipo de contenidos.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Realice mi encuesta a los estudiantes de la UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO, de la carrera de comunicación social y el resultado que obtuve usando la técnica de encuestas fue que la mayoría de personas, aunque haya medios digitales con contenido multicultural desconocen la existencia de estos medios, como son los ya reconocidos por el ministerio de arte, La selecta, Paralaje.xyz, Primicias, Cartón piedra, La barra espaciadora, además que no consumen este tipo de programas digitales ya que les parece poco interesante el 80% de las personas encuestadas desconocen paginas digitales que transmiten contenido multicultural y el 20% tiene conocimiento de los medios digitales que transmiten contenido cultural.

Con el fin de compendiar y poder estructurar aquellos puntos esenciales a los que nos encaminan las respuestas de los estudiantes encuestados y determinar la situación de la cultura en el entorno de Internet actualmente, Así, en ámbitos generales, es importante recalcar que la puesta en común de los encuestados, conduce a unas tendencias claras, enfocadas sobre la deficiencia de la imagen de la cultura en internet.

La encuesta que se realizo fue bajo los parámetros de las investigaciones obtenidas que se encuentran en este proyecto ya que hay medios digitales reconocidos por el ministerio de cultura y patrimonio, pero así mismo en esta investigación hay datos que demuestran que a la sociedad no le interesa mucho este tipo de contenido, en los medios digitales.

Para poder verificar que esto sea cierto, por medio de la encuesta realizada se llegó a una conclusión que el 80% no conocen que medios digitales transmiten contenido cultural.

3 CONCLUSIONES

Revisando estas nuevas experiencias digitales, está claro que ya se está realizando mucho de lo que hay que hacer en dotación tecnológica, conectividad y difusión de información cultural. Pero en términos culturales, los usos de las nuevas tecnologías no sólo son formas simples de circulación de datos, sino que están generando una enorme revolución cultural en todo el mundo.

Incluso parece que los procesos de dotación de computadores y conectividad, sin respeto y estímulo a procesos culturales, pueden fragmentar las identidades culturales de las sociedades o comunidades.

El Ministerio de Cultura ya ha ubicado los nombres de los medios digitales que emiten contenido multicultural y muestra cada experiencia cultural, a partir de las cuales puede formular recomendaciones de política para fortalecer aciertos y evitar errores, trabajo que continúa de forma permanente.

Las nuevas tecnologías y las nuevas lógicas de comunicación ofrecen la oportunidad a los ciudadanos de superar la condición de receptores de la información para convertirse en productores de contenidos y en creadores culturales, pues la cultura digital.

No sólo trata de garantizar la conectividad sino también se pueden llegar a fortalecer el capital simbólico: creando alternativas pedagógicas encargadas de que los ciudadanos se abran a las nuevas oportunidades que ofrecen las tecnologías convirtiéndose en sujetos activos más no receptores sino en forjadores de su propia historia.

4 RECOMENDACIONES

Tal como se ha intentado mostrar hasta aquí, el panorama de difusión de contenidos multiculturales en medios digitales es un desafío con la promoción de la diversidad de las expresiones culturales en la era digital en Ecuador presenta una gran complejidad.

De tal manera parece que las nuevas tecnologías pueden representar tanto una ventaja como un reto, en función de cómo se apliquen en cada contexto: en efecto, según el modo en que se empleen, las herramientas digitales pueden por ejemplo generar un mercado de industrias culturales rico y dinámico, o bien concentrar la oferta en manos de muy pocos jugadores. Ya que muy pocas personas consumen este tipo de contenido cultural.

5 BIBLIOGRAFÍA

- CAMBRA, U. C., GONZÁLEZ, J. I., & LACUNZA, Ó. A. (2016). *TELOS* . Obtenido de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero104/la-interaccion-como-clave-del-futuro-digital/>
- COMERCIO, E. (02 de MARZO de 2020). *EL COMERCIO*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/exclusion-medios-digitales-reforma-comunicacion.html>
- creativein*. (11 de NOVIEMBRE de 2019). Obtenido de <https://creativein.ec/medios-tradicionales-migracion-digital/>
- Díaz Noci J, y. S. (2003). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Cibermedio>
- genwords. (11 de Noviembre de 2013). *genwords*. Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/los-internautas-consumen-cada-vez-ms-contenido-online>
- Lucía Carrera Romero Director Javier Fernández del Moral Madrid, 2. L. (2017). Obtenido de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://mail-attachment.googleusercontent.com/attachment/u/0/?ui=2&ik=d5d40ba7c3&attid=0.1&permmsgid=msg-f:1675856085926136502&th=1741d63b284dcab6&view=att&disp=inline&realattid=f_ke7nfz2s0&sadbat=ANGjd
- Marín, J. Á. (2012). *RAZÓN Y PALABRA*. Obtenido de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- Muñoz, M. (14 de JUNIO de 2017). *SUMATE*. Obtenido de <https://www.sumate.eu/blog/top-5-nuevos-medios-digitales/>
- PATRIMONIO, M. D. (2017). Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/cultura-en-medios-digitales/>
- Prado, D. J. (05 de SEPTIEMBRE de 2016). Obtenido de chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K_GMIM_Septiembre21.pdf?sequence=1
- Ruiz, M. G. (08 de NOVIEMBRE de 2018). Obtenido de <https://qdrcomunicacion.com/caracteristicas-de-los-medios-digitales/>
- Sosa, L. G. (06 de SEPTIEMBRE de 2008). Obtenido de <chrome-extension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://campostrilnick.org/wp-content/uploads/2012/03/articulo-sobre-la-convergencia2.pdf>

6 ANEXOS



1. Crear 2. Ver 3. Compartir 4. Resultados

CONTENIDO MULTICULTURAL EN LOS NUEVOS MEDIOS DIGITALES

Cree ud que se debe dar a conocer más la cultura de los ecuatorianos en los medios digitales?

SI
 NO

Considera importante la difusión multicultural del Ecuador en los medios digitales

SI
 NO

1. Crear 2. Ver 3. Compartir 4. Resultados

<input type="checkbox"/>	Id	Estado	Fecha de inicio	Fecha de envío	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2627941	Finalizada	24/08/2020 16:03	24/08/2020 16:04	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2625354	Finalizada	24/08/2020 11:30	24/08/2020 11:31	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2625351	Finalizada	24/08/2020 11:36	24/08/2020 11:32	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2625303	Finalizada	24/08/2020 11:25	24/08/2020 11:26	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2625269	Finalizada	24/08/2020 11:22	24/08/2020 11:23	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2625260	Finalizada	24/08/2020 11:21	24/08/2020 11:22	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2625254	Finalizada	24/08/2020 11:23	24/08/2020 11:22	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	2625253	Finalizada	24/08/2020 11:24	24/08/2020 11:22	<input type="checkbox"/>

Información adicional

Campos del contacto	
Parámetros de la URL	

Página 1: CONTENIDO MULTICULTURAL EN LOS NUEVOS MEDIOS DIGITALES

Cree ud que se debe dar a conocer más la cultura de los ecuatorianos en los medios digitales?	SI
Considera importante la difusión multicultural del Ecuador en los medios digitales	NO
Nombre un medio digital que emitan contenido multicultural que usted conozca ?	Ecuador ama la vida

CONTENIDO MULTICURAL EN LOS NUEVOS MEDIOS DIGITALE



Información adicional

Campos del contacto	
Parámetros de la URL	

Página 1: CONTENIDO MULTICULTURAL EN LOS NUEVOS MEDIOS DIGITALES

Cree ud que se debe dar a conocer más la cultura de los ecuatorianos en los medios digitales?	SI
Considera importante la difusión multicultural del Ecuador en los medios digitales	SI
Nombre un medio digital que emitan contenido multicultural que usted conozca ?	